

مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك

في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م

م. رهوا كاكهريش سيد مينه

قسم القانون، كلية العلوم الانسانية، جامعة (راپهرين)، السليمانية، إقليم كوردستان، العراق

rawa.raparin@uor.edu.krd

المخلص

إن التطور الهائل والسريع في الحياة الاستهلاكية و تشعبها، استوجب توفير حماية تتحلى بفاعلية أكثر من ذي قبل، مما جعل التشريعات تهتم بجمعيات حماية المستهلك مواكبة لهذا التطور، وذلك نظراً لقدرتها على المجابهة والتصدي لما يضر المستهلك و حقوقه، والتي تقوم بدورها في إطار ما تسمح لها التشريعات بهذا الصدد. ويعتبر هذا البحث محاولة للتأكد من مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م مقارنةً بالقانون اللبناني و اليمني و المصري؛ عبر مبحثين رئيسيين، يتعرض المبحث الأول للتعريف بجمعيات حماية المستهلك و دورها في حماية المستهلك، ويتطرق المبحث الثاني لدور جمعيات حماية المستهلك في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م، و اختتم البحث بأهم النتائج والتوصيات، حيث لا تتمتع جمعيات حماية المستهلك في القانون المذكور- بسوى دور ضئيل مفتقر الى الفاعلية.

معلومات البحث

تاريخ البحث:

الاستلام: ٢٠٢٢/١٢/١

القبول: ٢٠٢٣/٢/٢٦

النشر: ربيع ٢٠٢٤

الكلمات المفتاحية:

Associations,
Consumer Protection,
Effectiveness,
Consumer.

Doi:

10.25212/lfu.qzj.9.1.26

المقدمة

ان التطور المهول الذي يشهده العالم المعاصر، جعل المستهلك أحوج الى الحماية من أي وقت كان، وذلك بسبب ممارسات و أساليب غير أخلاقية التي تضر بالمستهلك و حقوقه، فاقترض الأمر الى استحداث وسائل و أساليب جديدة بغية مواجهتها، فوجدت جمعيات حماية المستهلك لتكون هي الملجأ الذي يقصده المستهلكون، لاسيما لدى عجز الأساليب التقليدية لـلوحدها- عن توفير الحماية اللازمة للمستهلك؛ و الذي لايقدر على تلك الممارسات لوحده. فأصبحت لجمعيات حماية المستهلك وسائل مؤثرة لتلافي ذلك، مما يستوجب الأهتمام بدورها و العمل على فاعلية هذا الدور، وفيما يتعلق بقانون حماية المستهلك العراقي

رقم 1 لسنة 2010م فإنه رغم كونه جديداً مقارنة بمثيلاته، الا انه لم يأبه لجمعيات حماية المستهلك على الوجه المطلوب.

أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في حيوية مجال التشريع، و تعلق موضوع البحث بحماية المستهلك من الممارسات الضارة به، والتي لا تقف عند حد معين، وذلك من قبل جمعيات أوجدتها الضرورة نظراً للدور الذي تقوم به، فأصبحت محل اهتمام المشرعين، مما يستوجب الوقوف على مدى فاعلية دورها في قانون حماية المستهلك العراقي.

اشكالية البحث: تدور اشكالية هذا البحث حول مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م، وعليه نتساءل: ما الوسائل المستخدمة في اطار جمعيات حماية المستهلك؟ وما دور الجمعيات في حماية المستهلك؟ و هل تتمتع بالفاعلية المطلوبة ضمن ما نظمته المشرع العراقي في إطار القانون المذكور؟

أهداف البحث: يهدف هذا البحث الى التعرف على جمعيات حماية المستهلك و بيان أهمية دورها بهذا الخصوص، والتحقق عن مدى فاعلية دور الجمعيات في قانون حماية المستهلك العراقي من خلال التحليل و مقارنته مع القانون اللبناني و اليمني و المصري مع عدم تجاهل موقف الفقه و التشريعات الأخرى عند اللزوم.

منهجية البحث: استخدم في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي و المنهج المقارن بين القانون العراقي و القانون اللبناني و اليمني و المصري، للتأكد عن مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك؛ فضلاً عن عدم اهمال موقف الفقه و التشريعات الأخرى -بهذا الصدد- في المواضيع المطلوبة.

هيكلية البحث: اقتضت طبيعة البحث تقسيمه على النحو الآتي:

المبحث الأول: التعريف بجمعيات حماية المستهلك و دورها في حماية المستهلك

المطلب الأول: التعريف بجمعيات حماية المستهلك

المطلب الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك

المبحث الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م

المطلب الأول: دور الجمعيات في المهام الوقائية أو الرقابية للمجلس

المطلب الثاني: دور الجمعيات في المهام العلاجية أو الردعية للمجلس

المبحث الأول

التعريف بجمعيات حماية المستهلك و دورها في حماية المستهلك

إذا كان اقرار القواعد القانونية الخاصة بحماية المستهلك يمثل التطبيق العملي لحماية حقوق الانسان وفقاً للفلسفة السياسية والقانونية؛ فقد انتقلت العناية بها من ميدان المبادئ الأخلاقية والنظريات الى ميدان الممارسة الواقعية، بحيث يجري العمل على اقرار و انشاء الوسائل و الآليات اللازمة لتقرير الحقوق وحمايتها.(عبد، 2011م، 9) وعليه فان جمعيات حماية المستهلك باعتبارها وليدة التطور الذي يشهده

العالم المعاصر في شتى مجالات الحياة، فقد أصبحت تقوم بدور واقعي وفعال من خلال قيامها بنشاطات و وظائف عديدة و مؤثرة تبعاً لهذا التطور، وذلك بغية حماية المستهلك والدفاع عن حقوقه. وعليه ينقسم هذا المبحث الى مطلبين متتاليين؛ يتناول المطلب الأول التعريف بجمعيات حماية المستهلك، ويتعرض المطلب الثاني لدور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك.

المطلب الأول: التعريف بجمعيات حماية المستهلك:

تعد جمعيات حماية المستهلك إحدى الركائز الفعالة في المجتمع المعاصر لحماية المستهلك و حقوقه، وقد عرفت تلك الجمعيات بتعريفات عديدة سواءً على الصعيد التشريعي والفقهى؛ فقد عرف المشرع اللبناني جمعيات حماية المستهلك -في المادة 2 من قانون حماية المستهلك رقم 659 لسنة 2005م- بأنها: (كل جمعية تؤسس، لأغراض غير سياسية أو تجارية أو اقتصادية، وتهدف الى توعية المستهلكين وتثقيفهم وارشادهم وحماية مصالحهم وحقوقهم وتمثيلهم لدى كافة المراجع، الرسمية والخاصة) نتبين هنا بأن المشرع اللبناني يرمي الى ما تقوم بها تلك الجمعيات من الوظائف وكذلك نص القانون الجزائري في المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 لسنة 2009م. على ان جمعية حماية المستهلكين (هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون،تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله) ^١

وقد نصت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري الصادر بالقانون رقم 67 لسنة 2006م الملغى في المادة 10 على أن (الجمعيات والمؤسسات الأهلية واتحاداتها المشهورة وفقاً لأحكام قانون الجمعيات والمؤسسات الأهلية والتي تعنى بحماية المستهلك سواء بصفة أساسية أو تبعية، وتعتبر الجمعية معنية بصفة أساسية بحماية المستهلك إذا كان الغرض الرئيسي من إنشائها يتمثل في العمل في مجالات حماية المستهلك، وتعتبر معنية بصفة تبعية بحماية المستهلك إذا كان غرض حماية المستهلك يمثل أحد مجالات عملها)

نتبين بأنه على خلاف التعريفات السابقة فإنه وفقاً لهذا التعريف يسمح للجمعيات بممارسة عملها في حماية المستهلك ولو كانت بصفة تبعية، إذ قد تجعل الجمعية من حماية المستهلك مجالاً من مجالات عملها دون أن تقتصر عليها.

وكذا نصت المادة 62 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018م على انه (مع عدم الإخلال باختصاص الجمعيات التي تنشأ أو التي يكون من أغراضها أو أهدافها حماية المستهلك ...) إذن تسمح هذه المادة أيضاً على أن يكون للجمعية غرض أو هدف آخر الى جانب هدفها في حماية المستهلك. ومع ذلك نلاحظ في التعريفات التشريعية بأنها قد اهتمت بغاية جمعيات حماية المستهلك عبر تعداد أهدافها و بيان الوظائف و كذا النشاطات التي تقوم بها، ولم تكثر لخصائص تلك الجمعيات، وكان من الأفضل

ألا تفرط في التعرض للأهداف. وفيما يتعلق بموقف المشرع العراقي فإنه لم ينطرق لتعريف الجمعيات في قانون حماية المستهلك رقم 1 لسنة 2010م، وقد أحسن في ذلك، إذ من الأفضل ترك الأمر للفقهاء والقضاء، حيث ان مهمة وضع التعاريف ليست عمل المشرع فمن الأجدر تركه للفقهاء، فضلاً عن ان التعريف من شأنه ان يعيق العمل في هذا المجال الذي يتحلى بالحيوية و هو في حركة و تطور دائمين و التعريف قد تسبغه صفة الجمود.

وفيما يتعلق بموقف الفقهاء تجاه تعريف الجمعيات، فإنها عرفت بأنها (جمعيات مدنية تابعة لحقوق الإنسان و هي لا تهدف إلى تحقيق الربح، و إنما تهدف إلى توحيد الجهود و الخبرة لتوفير وسائل الدفاع عن مصالح المستهلكين، و تتبع في دفاعها عن المستهلكين عدة طرق و من أهمها التوعية و الدعاية المضادة و الامتناع عن الشراء و الامتناع عن الدفع) (خيري، 2015م، 30) كما تعرف بأنها (تجمع اشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محدودة أو غير محدودة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعاً ولغرض غير مريح من أجل حماية المستهلك وهذا من خلال اعلامه و تحسيسه و توجيهه وتمثيله) (ضريفي و لجلط، 2017م، 178) وقد ذهب اتجاه الى انها هي (هيئات تطوعية، غير حكومية، يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني باختلاف ثقافتهم و اختصاصاتهم، لا تهدف إلى الربح، و إنما تهدف لحماية حقوق المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه و ضمان الدفاع عنها عن طريق تنويره و توعيته بما له و ما عليه من حقوق و واجبات و رفع الدعاوي القضائية نيابة عنه ضد جشع التجار و المحتكرين) (الصادق، 2013-2014م، 133).

نستنتج مما سبق بأن جمعية حماية المستهلك عبارة عن " مؤسسة مكونة من تجمع تطوعي للأشخاص الطبيعية أو الاعتبارية غير حكومية، تشكل وفقاً للقانون، و هي ذات أهداف غير ربحية في مجال حماية المستهلك و حقوقه "

و من خلال هذا التعريف يمكن أن نبين خصائص جمعيات حماية المستهلك، والتي تتمخض فيما يلي:

1. انها غير حكومية: و يقصد هنا بالاستقلالية و عدم تدخل الحكومة في انشاء و ادارة الجمعية، وذلك بغية ضمان قيام تلك الجمعيات بمهامها و بلوغ أهدافها تجاه حماية المستهلك و حقوقه، دون أن تكون تحت تأثير نفوذ الحكومة و أن تقييد الحقوق الممنوحة لها قانوناً، إذ تؤدي ذلك الى تحجيم دور تلك الجمعيات عند ممارسة عملها، وهذا لا ينافي مع وجود نوع من الاشراف و الرقابة من قبل الجهة الادارية عليها بغية الحفاظ على المصالح العامة و عدم خروج الجمعيات من الاهداف التي انشأت من أجلها.

2. لا تهدف الى الربح: ترمي الجمعيات الى تجميع الجهد البشري لحماية المستهلكين و حقوقهم، و لا تسعى تلك الجمعيات في ذلك و لا تهدف لتحقيق ربح مادي كغرض أساسي لوجودها، بل تهتم تلك الجمعيات بأهداف تتعلق بخدمة المجتمع، و لاتجر الانشطة التي تقوم بها ربحاً.

3. تكون العضوية فيها تطوعية: تعتمد الجمعيات على الجهود التطوعية لتحقيق أغراضها، فيتوقف نجاح أنشطتها على الدافع الذاتي لأعضائها، ويكون ذلك من خلال الأفراد المهتمين بالخدمة العامة، الذين يتولون تنظيمها وإدارتها و يشاركون في نشاطاتها في نطاق النظام العام للدولة، والأنظمة المحددة للعمل الاجتماعي والتطوعي.
- وهنا لا بد من الإشارة الى ما نصت التشريعات عليه بخلاف قانون حماية المستهلك العراقي - رقم 1 لسنة 2010م - الا وهو حق مشاركة المستهلك في الجمعيات، منها قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018م حيث نصت المادة (2) منه في الفقرة (5) على حق المستهلك في "المشاركة في المؤسسات والمجالس واللجان التي يتصل عملها بحماية المستهلك" وكذلك نصت المادة (5) من القانون اليمني بشأن حماية المستهلك رقم 46 لسنة 2008م في الفقرة (6) بأنه يتمتع المستهلك بـ "إنشاء جمعيات لحماية المستهلك والانتساب إليها." و بالمعنى نفسه في المادة (3) من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم 659 لسنة 2005م.
4. تتمتع بالشخصية القانونية: لقد اعتبر المشرع جمعيات حماية المستهلكين شخصاً معنوياً لتقوم بالاغراض التي انشئت من أجلها، فلها كيان قانوني مستقل.
- و هو يختلف عن مثيلاته من الأشخاص المعنوية، كالمؤسسات الأهلية و الجمعيات التعاونية، والنقابات المهنية، والشركات التجارية. (موسى، 2016م، 15)
5. ترمي الى حماية المستهلك و حقوقه: تعمل تلك الجمعيات لحماية المستهلك و حقوقه، وهذه خاصية تفرد بها جمعيات حماية المستهلك، إذ تمثل غرض الجمعية وكذا نشاطها.
- و تجدر الإشارة بأنه قد اختلفت التشريعات في ذلك، حيث قد يسمح بممارسة حقوقها في حماية المستهلك سواء بصفة أساسية أو تبعية كما أشرنا إليها بخصوص قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018م و اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري الصادر بالقانون رقم 67 لسنة 2006م الملغي، وقد يشترط أن يكون غرضها المنصوص عليه في نظامها الأساسي هو حماية مصالح المستهلك حصرياً. كما في المادة 154 من قانون المغربي القاضي بتحديد تدابير حماية المستهلك رقم 31-08 لسنة 2011م، وكذلك نصت المادة 153 منه بأنه لاتعتبر جمعية لحماية المستهلك حسب مدلول هذا القانون الجمعية التي " ... تتولى القيام بأنشطة أخرى غير حماية مصالح المستهلك ..."

المطلب الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك:

لقد تزايدت أهمية جمعيات حماية المستهلكين باعتبارها حركة اجتماعية تتعلق بأوجه النشاط اللازمة للمحافظة على حقوق المستهلكين و حمايتهم، لاسيما مع هذا التطور الهائل في وسائل الترويج و الدعاية مما زاد من شدة الضغوط على المستهلك. (النمر، 2004م، 309)

وعليه تقوم جمعيات حماية المستهلك بوظائف عديدة، وتتعدد هذه الأخيرة وتتنابن من مكان لآخر، وذلك تبعاً لتباين حاجات المستهلكين في الدول المختلفة، فضلاً عن التفاوت في طريقة تفكير مؤسسي تلك الجمعيات، مما يؤدي الى التفاوت في وظائفها، إضافة الى توقع المجتمعات من تلك الجمعيات، الذي يدفع بها لتقوم بوظائفها على أمل أن تحضى بقبول جمعي وأن تلبى ما يتوقع منها تحقيقها في المجتمع، ولاتخرج الوظائف و النشاطات التي تقوم بها تلك الجمعيات عن إحدى الفرضيتين؛ فهي إما تمثل من خلالها دوراً وقائياً لها أو تجسد دوراً علاجياً، نحاول في هذا المطلب اللقاء الضوء على الدور الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك من خلال النقاط الآتية:

أولاً/ اختبار وتقييم المنتجات و تحسيس المستهلكين و تبصيرهم: تقوم جمعيات حماية المستهلكين بتقديم المعلومات للمستهلك حول جودة المنتجات وكفاءة الخدمات الموجودة في السوق، وذلك بهدف تغيير قناعات المستهلك، وعليه تعمل الجمعيات على ابداء معلومات و بيانات صحيحة -من المصادر المعتمدة- للمستهلك، وهذا يشكل عاملاً مؤثراً في حماية المستهلك و حقوقه، حيث يحق للمستهلك اختيار السلع و الخدمات التي تضمن سلامته و توفر أمواله، إذ يتجنب المستهلك السلع و الخدمات الرديئة(صادقى و مننقى، 1386ش، 9) ، لطالما تحذر تلك الجمعيات المستهلك من المخاطر التي تواجهه عند استعمال و استغلال المنتجات و اقتناء الخدمات التي يمررها المهني/ المحترف اليه.

وجدير بالذكر بانه تعد تبصير المستهلكين لدى جمعيات حماية المستهلكين من الوظائف الأساسية بل تعتبرها الجمعيات-في مختلف الدول- من أهم وظائفها، و تزداد أهميتها عند كثرة المنتجات و الخدمات و تنوعها، التي جعل اختيار الأنسب-من بينها- أصعب للمستهلك، كما يكون من الصعب على المستهلك الحصول على المعلومات حول هذا الكم الهائل من المنتجات، لاسيما عندما تتعلق المعلومات والبيانات بالناحية الفنية، والذي جعل الأمر -أمام المستهلك- أصعب هو وجود الاشهار المضلل للسلع والخدمات. بينما لاتقارن امكانيات تلك الجمعيات مع التي يمتلكها الافراد، إذ تتمتع الجمعيات بما يؤهلها على اخذ البيانات و المعلومات بصورة دقيقة و من مصادر موثوقة.

وفيما يتعلق بكيفية الاختبار والتقييم، فإنه توجد في معظم الدول المتقدمة مؤسسة كبيرة لاختبار المنتجات، والتي تحقق من خصائصها المتنوعة، ثم تقارن بين المنتجات المتشابهة ذات علامات تجارية مختلفة، و يتم ترتيب المنتجات بحسب جودتها و كفاءتها في اشباع حاجات المستهلكين، وذلك فضلاً عن مراعاة قيمة المنتجات المتشابهة، كما و يتم تجهيز قوائم مختلفة من منتجات متعددة حسب جودتها مع ذكر أفضلية منتج على الآخر المشابه له و المختلف عنه من حيث العلامة التجارية، و تعريف المنتج الأفضل مع ادراج قيمة المنتجات المطلوبة، مما يساعد ذلك المستهلكين في اختيار حاجاتهم من المنتجات.

كما وتختلف قدرة الدول من حيث المختبرات الموجودة للاختبارات الفنية المتعلقة بجودة و سلامة المنتجات، على سبيل المثال: يتم اختبار 1700 منتج سنوياً في المانيا، وتنتشر النتائج من خلال مجلة تفوق 800,000 نسخة. (منتقى، 1391ش، 82). و في فرنسا يتم تصنيف المنتجات حسب اسعارها مع جودتها و يتم الاعلان عن نتائج التحقيق عبر نشرها في المجلات بغية اطلاع العامة عليها، في حين تقوم الجمعيات -في كل من انجلترا و بلجيكا- بعد التحقيقات اللازمة بالاعلان عن افضل منتج معتمداً على بعض العوامل كانتظار المستهلك و جودة المنتج على أمل تحقيق أفضل شراء (صادقى و منتقى، 1386ش، 10) .

و تعتمد جمعيات حماية المستهلك - لإيصال المعلومات والبيانات الى علم المستهلك- على وسائل الاعلام المختلفة سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، فقد تقوم الجمعيات باصدار مجلات أو نشرات متخصصة، وهذا ما قامت به جمعيات حماية المستهلك في فرنسا -وذلك في ظل التطور المذهل الذي مرت به الجمعيات فيها- فقد أصدرت جمعيات حماية المستهلك مجلات ونشرية متخصصة أشهرها مجلة "ماذا تختار- QueChoisir" الصادرة عن الإتحاد الفدرالي للمستهلكين، والذي يمثل أكبر تجمع لجمعيات المستهلكين. والتي تحتوي على معلومات متنوعة في مجال الاستهلاك.(عزوز، 2016-2017م، 209-210)

وعليه نلاحظ مدى أهمية هذا الأمر للمستهلك، حيث يساعده في اختيار منتجاته المطلوبة بجودة عالية، التي تتناسب مع احتياجاته و كما ويطلع المستهلك من خلاله على حقوقه، فضلاً عن معرفته للأساليب التي يمكن أن يلجأ اليها المهني/ المحترف لتضليله، و هذا ما يضمن سلامته و يوفر أمواله في الوقت نفسه. وعليه لقد نصت تشريعات حماية المستهلك على ذلك؛ منها قانون حماية المستهلك اللبناني؛ حيث نصت المادة 67 من قانون حماية المستهلك رقم 659 لسنة 2005م على أنه تهدف جمعيات المستهلك الى "... جمع ونشر المعلومات والتحليل والاختبارات والمقارنات المتعلقة بالسلع والخدمات وكيفية استعمالها. و القيام بحملات لتوعية وارشاد المستهلكين ..."

ثانياً/ مراقبة الجودة والأسعار: تعد جودة المنتج عاملاً مؤثراً في قرارات الشراء الخاصة بالمستهلك. و كذا الخدمات عامل حاسم لاغنى عنه في النزاعات التنافسية بين المهنيين/ المحترفين. وإذا كانت مراقبة الجودة من الآليات المهمة لضمان حماية المستهلك؛ فإن أهميتها قد تضاقت، لاسيما جراء هيمنة عولمة الأسواق و اشتداد المنافسة، و ازدياد ظاهرة الغش و الخداع التسويقي اللذان يتعرض لهما المستهلك.

فهي تحمي المستهلك من الأضرار الناجمة عن استعمال مواد أو أغذية فاسدة، ويتم من خلالها فحص المنتجات المحلية والمستوردة، وكذا محاربة الاحتكار، إضافة الى وضع مواصفات قياسية للانتاج والاستيراد والتصدير. (خيري، 2015م، 69-70)

وبالتالي يجب ان تكون السلعة و الخدمة في مستوى توقعات المستهلك وأن تلبى احتياجاته، والجودة هي التي تدفع بالمستهلك الى الشراء وتجعله مستعداً لدفع الثمن، وهذا ما يكون في مصلحة المهني/المحترف أيضاً في الوقت نفسه، حيث إن المستوى العالي من الجودة يسمح بتطبيق أسعار عالية من جهة، كما يعزز علاقة المهني/المحترف مع المستهلك، مما يضمن بقائه وتفوقه الدائم في السوق التنافسي من جهة أخرى. (الرواي، 2019م، 8)

وعليه لقد أصبحت جمعيات حماية المستهلك تحاول أن تجعل أهدافها أكثر عملية، وذلك من خلال العمل على انشاء الروابط المباشرة و المنتظمة مع المؤسسات المحترفة و المتخصصة و مؤسسات تحديد جودة المنتجات و معاييرها.

و في الواقع ان جمعيات حماية المستهلك تؤثر بصورة غير مباشرة في تحديد جوده المنتجات و معاييرها، بحيث تحضر تلك الجمعيات في الاجتماعات التي يشارك فيها كل من المنتجين و الشركات المصنعة و ممثلي قسم تحديد ضمان الجودة. فتعرض فيها الجمعيات التوقعات النوعية للمستهلكين و متطلباتهم مع اعلام باقي الاعضاء بنتائج الاجتماعات. لقد ثبتت -جمعيات حماية المستهلك في كل من المانيا و فرنسا- ضرورة تواجدها في تحديد الجودة و معايير ضمانها، مما ترغم الجمعيات المنتجين -من خلال العبء النفسي الناجم عن هذا- بانتاج و عرض المنتجات المطابقة للمعايير و المواصفات، مما تشكل مبادرة وقائية من قبل الجمعيات لمنع الغش و الاهمال في التصميم و الانتاج، و ضمان الجودة و وضع المعايير المعمولة بها، إضافة الى قيام الجمعيات بإقامة الدعوى لدى وجود الصلاحية القانونية بهذا الخصوص. (صادقى و منتقمي، 1386ش، 14)

وتتجسد دور رقابة الجودة في حماية المستهلك -بفعالية- عبر المعاينة المباشرة من قبل الأشخاص المؤهلين أو بالفحص البصري أو من خلال أجهزة المكايل و الموازين و المقاييس، و التدقيق في الوثائق، أو بأخذ عينات من المنتج، وكذا زيارة الأماكن و التجهيزات المتعلقة بمنتجات محل الاستهلاك. (خيري، 2015م، 71)

كما لاتخفى أهمية أسعار السلع و الخدمات للمستهلكين، التي تقوم جمعيات حماية المستهلك بمراقبتها ، لاسيما لدى تنوع المنتجات في السوق و تزامنها و عدم ثبات الأسعار من جهة، و غياب الوعي الاستهلاكي من جهة أخرى، و تزداد أهمية مراقبة الأسعار عند تعلقها بالمنتجات التي تؤمن الحياة اليومية للمستهلكين، وهنا لاتملك جمعيات حماية المستهلك السلطة في التسعير، وإنما تؤثر بصورة غير مباشرة على الرأي

العام و تحركه، مما يشكل ضغطاً على المهنيين/المحترفين، الذين يفرطون في الأسعار، وعلى محتكري السلع والخدمات، إضافة الى التواصل مع الجهة المعنية بغية التصرف في الأمر كلما لزم الأمر. وقد جعلت أهمية مراقبة الجودة والأسعار المشترعين يدرجونها في مقدمة اختصاصات تلك الجمعيات، كما نصت المادة 22 من القانون اليمني رقم 46 لسنة 2008م بشأن حماية المستهلك حول ما يكون ضمن اختصاص جمعيات وذلك في الفقرة 2 منها على (القيام بمسح و مقارنة لأسعار و جودة السلع و الخدمات و التأكد من صحة البيانات الخاصة بها، والتي تحدد محتواها، وإبلاغ الجهات المختصة بما يقع من مخالفات في هذا الشأن)

وقد حذى المشرع المصري الحذو نفسه بهذا الصدد؛ وذلك في المادة (2/62) من قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018م حيث نصت على (إجراء مسح ومقارنة لأسعار المنتجات وجودتها والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها، ورصد التزام الموردين بالسعر المعلن، ومتابعة ما يصدر من الموردين والمعلنين من إعلانات وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات في هذا الشأن).

ثالثاً/ تخفف العبء على كاهل الدولة بصدد توقعات المستهلكين: من المسلم بان الدولة لا تكون لوحدها قادرة على الاستجابة لمتطلبات المستهلكين على الوجه المطلوب، ويرجع ذلك الى مسؤوليات الدولة المتعددة، وكذا فقدان الدولة للامكانات اللازمة لاستجابة احتياجات المستهلكين كما ينبغي، مما جعلت الدول لوحدها عاجزة أمام توقعات المستهلكين و حل مشاكلهم، فلم تكن للدول فعاليات لازمة ولم تقم بدورها المطلوب. وفي المقابل تهدف تلك الجمعيات - نظراً لاهتمامات أعضائها- الى حماية المستهلكين تجاه المهنيين/ المحترفين، من خلال مساعدتهم في اختيار السلع و الخدمات اللازمة و تبصيرهم في هذا المجال. كما و تسعى الجمعيات لاشباع رغبات المستهلكين و سد الثغرات الموجودة بخصوص حقوق المستهلكين، وذلك من خلال الاستعانة بالقدرات؛ و الكفاءة والفعالية الموجودة في تلك الجمعيات إضافة الى الابداع والابتكار و الحلول البناءة والمؤثرة، وكذا تنفيذ الخطط المناسبة و التدابير الغير السياسية المتوقعة والمنصوص عليها في نظامهم الأساسي، حيث أن كل ما سبق يؤهل تلك الجمعيات لتلبية احتياجات المستهلكين، وفي بعض الحالات تهتم بحل النزاعات بينهم و بين المهنيين/ المحترفين، وتهتم بالمخالفات والاعتداءات الواقعة على حقوق المستهلكين. (منتقى، 1391ش، 75-76)

وقد تقوم الجمعيات باعادة بناء الثقة للمستهلك و اقامة الرابطة بين الانتاج و الاستهلاك والعمل على الحلول المبتكرة، لاسيما بخصوص المخاطر الاجتماعية والبيئية والامن الغذائي والنظام الغذاء العالمي، في حين تبقى الحكومات الوطنية عاجزة لوحدها عبر لوائحها الوطنية. (Oosterveer, P. and Spaargaren, G., 2011: 102)

وكذلك تعمل الجمعيات على تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمهنيين/ المحترفين من خلال التعاون في تنمية المشاريع من جهة، وحث المهنيين/ المحترفين على تبني اللوائح الطوعية من جهة اخرى، ويعد هذا الأمر في حد ذاته نجاحاً للجمعيات، إذ يؤثر - قيام هذه الأخيرة بما سبق- في تغيير سلوكيات المهني/المحترف.ⁱⁱⁱ وجدير بالذكر بأنه تؤثر تلك الجمعيات حتى على سلوك المستهلكين أنفسهم، بعبارة أخرى يمكن أن تحمي جمعيات حماية المستهلكين المستهلك من نفسه هو، حيث بإمكانها أن تعمل على ترشيد الاستهلاك من خلال ابداء النصائح ونشر الوعي والثقافة الاستهلاكية والعمل على تكوين العادات السليمة في مجال الاستهلاك، لاسيما في الدول النامية، حيث تعاني هذه الأخيرة من مشاكل عديدة من ضمنها النقص في الموارد، وقد شكل غياب الوعي الاستهلاكي فيها عبئاً متزايداً على كاهل الدولة، وأدى الى نقص أكثر في الموارد، مما يعود الأمر سلباً على المستهلك نفسه.

ومن القوانين التي اهتم بهذا الجانب هو قانون اليمني بشأن حماية المستهلك، حيث نص ضمن اختصاصات جمعيات حماية المستهلك في المادة (22 في الفقرة 1) منه ، ... يكون من اختصاصاتها (... توعية المواطنين بحقوقهم و بنرشيد الاستهلاك و الإنفاق الأسري ...)

وبالمعنى نفسه نصت المادة 4/ الفقرة 2 من قانون حماية المستهلك القطري رقم 8 لسنة 2008م بأنه (... يجوز إنشاء جمعيات لحماية المستهلك تهدف إلى ... الإسهام في ترشيد الاستهلاك والإنفاق الأسري...)

رابعاً/ تقديم الدعم للمستهلكين في اقامة الدعوى وتمثيلهم: من حق المستهلك المتضرر- بموجب القواعد العامة في التقاضي- أن يرفع الدعوى ضد المهني/المحترف المخالف، حيث ان التقاضي حق مصون ومكفول للجميع^v، الا ان المستهلك قلما يرفع الدعوى للمطالبة بحقه بنفسه، و لعل يرجع احجام المستهلك عن الالتجاء الى القضاء الى عدة أسباب، منها: عدم معرفة المستهلك للاجراءات القانونية، و عدم اطلاعه على حقوقه، وكذلك عجزه عن دفع النفقات والمصاريف فضلاً عن خشيته من اضاعه الوقت. وقد جعلت الاسباب المذكورة الأرضية خصبة لجمعيات حماية المستهلك، والتي تهدف الى تبصيره و توعيته بغية الاطلاع على حقوقه و كيفية مطالبته، فتعمل جمعيات حماية المستهلك على التأثير في سلوك المهني، كما و تقدم النصح والارشاد للمستهلك و تقوم بحملات توعوية، وتقدم الدعم للمستهلكين على اقامة الدعوى.

ولقد اثبتت الدراسات بانه ثمة علاقة طردية بين عدد الشكاوى و بين الأنشطة التوعوية هذه، بحيث كلما زادت تلك الأنشطة كلما زاد عدد الدعاوى، لذا تتميز الدول التي لاتشاهد فيها الأنشطة التوعوية و أنشطة الدعم بضالة الدعاوى المقدمة من قبل المستهلكين.(87 : Michaelson, Frithjof, et al, 2022) كما و تعد تمثيل المستهلكين في رفع الدعوى من أهم الأدوار التي تقوم بها جمعيات حماية المستهلكين، لطالما يمكن القول بأن حماية المستهلك بالمعنى الخاص تتجسد في رفع الدعوى أمام المحاكم. وذلك نظراً لأن المستهلكين يدخلون إلى تشكيلات جمعيات حماية المستهلك و يرغبون الى العضوية فيها على أمل أن يحظوا بالحماية الفعالة من قبل جمعيات حماية المستهلك.(صادقى و منتقى، 1386ش، 11) وتتمخض الدعاوى التي ترفعها جمعيات حماية المستهلك فيما يلي(بن عنتر، 2010م، 186-187):

الدعوى المرفوعة للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين.
الانضمام الى الدعوى المرفوعة مسبقاً من قبل المستهلك.
الدعوى المرفوعة للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين.
الدعوى المرفوعة لالغاء الشروط التعسفية في العقد.

كما نصت -بهذا الخصوص-المادة 22 من القانون اليمني رقم 46 لسنة 2008م بشأن حماية المستهلك حول ما يكون ضمن اختصاص جمعيات وذلك في الفقرة 8 منها على (حق رفع ومباشرة الدعاوى القضائية التي تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها بموجب توكيل)

وكذلك نصت المادة 62 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018م في الفقرة الأولى على اختصاص جمعيات حماية المستهلكين في (إقامة الدعاوى نيابة عن جموع المستهلكين، أو التدخل فيها وفقاً لإجراءات المقررة في قوانين مباشرة التقاضي)

خامساً/ نقد السلع و الخدمات^٧: تقوم جمعيات حماية المستهلك بنشر الانتقادات حول السلع والخدمات المعروضة في السوق، فتبلغ الجمعيات المستهلكين بالجانب السلبي للمنتجات و الخدمات و كذلك تعلمهم بممارسات -المهني/المحترف- اللاأخلاقية على حساب أمن و سلامة المستهلك، وذلك عبر الوسائل المتاحة والمستخدمه في الاشهار سواء أكانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية.(بوشناف و بن ميهوب، د.ط، 56-57)

ويأتي دور الجمعيات بهذا الصدد في مقدمة الوظائف التي تقوم بها، والذي ثبت و تم الاقرار به في كثير من الدول، في حين يمارس في دول أخرى معتمداً على المبدأ العام في حرية التعبير عن الراي. (صادقى و منتقى، 1386ش، 11)

وفي الواقع إن تمكن المهني/المحترف على المستهلك يرجع في معظم الحالات الى عدم وجود المعلومات الكافية لدى هذا الأخير، وعليه لقد ثبت ان المستهلك يحتاج الى مزيد من المعلومات قبل ان يحتاج الى بنود قانونية أكثر حفاظاً عليه و على حقوقه. (Cunningham, W.H. and Cunningham, 1976: 67) بل اتجهت الدول أيضاً في استراتيجيات سياسة المستهلك -كما في الاتحاد الأوروبي- الى تمكين المستهلك من خلال توفير المعلومات الدقيقة و شفافية السوق، واستعادة الثقة للمستهلك. (Schüller, B., 2012. : 127)

نلاحظ بأنه يطلع المستهلك من خلال هذه الوسيلة على حقيقة المنتجات و الخدمات وما يقوم به المهني/المحترف لاغرائه، وبالتالي يمكن أن تفي تلك الانتقادات -أو بعبارة أخرى هذا الاشهار النقدي- عدة جوانب:

اعلام المستهلك بعدم صحة اشهار المهني/المحترف.
الشفافية في السوق و تسهيل الاختيار للمستهلك.
ضمان سلامة المستهلك و توفير أمواله.
تعزيز القدرة التنافسية في السوق.

سادساً/ الدعوة إلى المقاطعة: تدعو الجمعيات المستهلكين -في المقاطعة- بالتخلي والتجنب عن منتجات أو خدمات تضر بالمستهلك و أمواله، على أمل ان يستجيب المهني/المحترف خوفاً من الخسارة، والتي لاتكون الجمعيات مسؤولة اثر حدوثها شريطة الاتكون متعسفةً في دعوتها للمقاطعة.
وهي تختلف عن نقد السلع و الخدمات في كونها وسيلة لاتقتصر على تزويد المستهلك بالمعلومات عن السلع أو الخدمات، وانما تطلب الجمعيات من المستهلك عدم الشراء.
تعتبر هذه الوسيلة في العادة من أكثر الطرق فعالية ضد الشركات التي تتورط في ممارسات تعد لأخلاقية أو غير مبررة، يستجيب فيها المستهلك لدعوة الجمعيات بهدف التأثير في تلك الممارسات.
وعليه تكون أمام الشركات خياران اما المقاومة والاستمرار أو الاصغاء والاستجابة، فربما تتجاهل الشركة مقاطعها ثم تصد بوجههم، لكن عندما تشاهد المقاطعة صعوداً محرجاً لاتكون أمامها سوى الاستجابة لمتطلبات المقاطعين، وعندما تحتج الجمعيات؛ تشمل المقاطعة سلوك المستهلكين في نطاق اوسع للقضايا الاجتماعية والأخلاقية كحماية البيئة و التأثير على قرارات الشراء، مما يترتب فهم أفضل للمشاركة في المقاطعة، حيث لاتكون هذه الأخيرة مفيدة في حد ذاتها فحسب، بل قد تؤثر أيضاً من الناحية الأخلاقية على سلوك المشتري بشكل عام: (Klein, J.G., Smith, N.C. and John, A., 2004: 92,106)

وقد أصبحت المقاطعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية بيد الجمعيات تمكن المستهلكين في التأثير على التغيير الاجتماعي و السياسات الحكومية و قرارات الشركات، مما تعيد رفاهية المستهلك المغتصبة. (Makarem, S.C. and Jae, H., 2016: 218)

وبالتالي ترمي الجمعيات -من خلال المقاطعة- إلى ابعاد المستهلك عن خطر المنتجات أو الخدمات، وذلك حفاظاً على صحته و أمواله، وتوجيه المستهلك في المقابل نحو الاختيار الأنسب سواء من حيث الجودة أو السعر، وتظهر فعالية هذه الوسيلة في الزخم الذي تولده، مما تضع حداً من خلاله للممارسات الضارة بالمستهلك، و تعيد ثقة هذا الأخير بنفسه و في النهاية تحدث فرقاً في النتائج، وتزداد فاعلية هذه الوسيلة لدى ازدياد و انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، وعند وجود العديد من المنصات لدى الجمعيات لايصال رسائل المقاطعة الى المستهلكين .

سابعاً/ الامتناع عن الدفع: فإذا كانت جمعيات حماية المستهلك تدعو هذا الأخير الى الاضراب أو الامتناع عن الشراء في المقاطعة؛ فإنها تطالب هنا المستهلك بالاضراب أو الامتناع عن الدفع.

ويتم عادةً الالتجاء الى هذه الوسيلة عند وجود عدة مستهلكين مدينين بمبالغ مالية ذات طبيعة واحدة من قبل دائن-مهني/محترف- واحد، فتضع الجمعية ضغوطاً أكثر عليه بغية تخفيض دينه، وذلك من خلال امتناع المستهلكين عن دفع المبالغ المطلوبة.

فتدعو الجمعيات عموم المستهلكين بالامتناع عن دفع ثمن المنتج أو مقابل الخدمة الى ان يلبي الدائن - المهني/المحترف- مطالبهم، لكنه وفقاً للقواعد العامة يكون الامتناع عن الدفع غير مشروع؛ إلا إذا كان الدائن نفسه لم يوف من جانبه بالتزاماته التعاقدية. فلا يجوز الامتناع عن الدفع لأغراض أخرى كتخفيض الأسعار، نظراً لتعارضه مع القوة الملزمة للعقود، طالما أن العقد شريعة المتعاقدين. (علي خلف، 2009م، 214)

تجدر الإشارة الى ان الامتناع عن الدفع و كذلك عن الشراء وكذا الاشهار النقدي، وسائل ينبغي التعامل معها بحكمة، والا قد تفتك بالشركات و تهدد الاقتصاد، مما تجر البطالة بدلاً من بلوغ الهدف المنشود، لذا من الصواب النظر اليها كوسائل لايقاظ المهني/المحترف، من خلال زيادة الضغط عليه باللجوء الى تلك الوسائل، و جعلها وسائل تهديد لا تدمير.

ثامناً/ إقامة التواصل بين المواطنين والمسؤولين الحكوميين والنواب، و محاولة تعديل القوانين و لوائح حماية المستهلك: تعتبر جمعيات حماية المستهلك حلقة الوصل بين المواطنين و بين الدولة، فتبلغ الجمعيات -من جهة- الجهات الحكومية المعنية و أعضاء مجلس النواب بالانتقادات و الحلول و المقترحات و متطلبات الناس. و من جهة أخرى توجه اعضاءها و تعمل على جذب انتباه العموم و تحريكهم نحو ما يعاني منه المستهلك و حماية حقوقه و ضمان مصالحه.

فيحضر أعضاء من الجمعيات كممثلين في المجالس و الهيئات المعنية بحل المشاكل ورفع العقبات الموجودة في مجال حماية المستهلك و حقوقه و تدوين القوانين والتعليمات بهذا الصدد، و تقوم الجمعيات ببيان المطالب الضرورية في هذا المجال و تعرض وجهة نظرها بغية رفع العقبات و القضاء على المشاكل التي تواجه حقوق المستهلكين.

وبالتالي تعمل الجمعيات للتأثير على السلطات العامة و ارغامها على اليقظة و المراقبة الدائمة، وفي الوقت نفسه يستوجب على السلطات العامة أن تقدم الدعم اللازم للجمعيات بغية تمكينها من ممارسة عملها والقيام بوظائفها لتغطي أكبر عدد ممكن من المستهلكين. (Shinjar, A.J. and Mahdi, H.K., 2019) 233)

وعليه تمثل الجمعيات دور الممثل أمام المسؤولين الحكوميين والمنظمات و اعضاء مجلس النواب و تقدم التوصيات اللازمة لهم. ويتم -في عملية سن القوانين في بعض الدول- دعوة الجمعيات للحضور و المشاركة في جلسات اللجان البرلمانية، وذلك لكي يبدي الاعضاء المذكورة رأيهم بخصوص مسودة القوانين، فتعمل الجمعيات بناءً على وظيفتها في حماية مصالح المستهلكين، فتؤيد وضع التعليمات لحماية

حقوقهم، و تقوم بابداء حلولها بغية اصلاح القوانين الغير المنسجمة مع حقوق و مصالح المستهلكين.
(منتقى، 1391ش، 80)

وعليه تؤثر الجمعيات على الدول كما تؤثر على الشركات بشكل مباشر. (Eden, L., 2004: 565)
فتؤثر جمعيات حماية المستهلك على توجيه سياسة الحكومات و اصلاحها من خلال تقديم المشورة و الدعم
والمعلومات و رفع الوعي. (Baggott, R. and Jones, K., 2014: 202-207)
نلاحظ بانه ثمة منافع وراء الحضور الفعال لاجزاء جمعيات حماية المستهلكين بجوار الجهات الحكومية
و اجزاء مجلس النواب منها:

- انشاء العلاقة بينهم، والتي تؤدي الى اطلاع أكثر بخصوص أحوال المستهلكين وحماية حقوقهم، كما
يمكن من خلال العلاقة المذكوره تكوين رؤية ايجابية لدى سلطات الدولة وأعضاء مجالس النيابية
فيما يتعلق بوجوب حماية حقوق المستهلك.
- تؤثر استمرارية التواصل بينهم في تهيئة الارضية لاقرار اللوائح بخصوص حماية حقوق المستهلك
و تدوين اللوائح التكميلية والاصلاحية لارتقاء مستوى حماية المستهلك و حقوقه.
و فضلاً عما سبق فإن هذا التواصل تمنع المشرع من وضع القوانين و كذا الجهة الحكومية من اصدار
اللوائح المتعارضة مع القوانين الموجودة بخصوص حقوق المستهلك.
وهذا ما يشاهد بوضوح في فرنسا، المكان الذي بدأ فيه تأثير الجمعيات على المشرع منذ 1945م وقد بلغ
هذا التأثير اليوم ذروته. (صادق و منتقى، 1386ش، 15)
جدير بالاشارة بانه تزداد أهمية النقاط المذكورة عند الحديث عن الدول النامية، لانه من الموانع الموجودة
- أمام اقرار لوائح حماية المستهلك و دخولها حيز التنفيذ- هو عدم معرفة السلطات و أجهزة الدولة بمواضيع
حماية المستهلك.
- وقد نصت بهذا الخصوص-المادة 22 من القانون اليمني رقم 46 لسنة 2008م بشأن حماية المستهلك
حول ما يكون ضمن اختصاص جمعيات وذلك في الفقرة 5 منها على (تقديم المقترحات والآراء بشأن
مشاريع التشريعات ذات الصلة بالمستهلك ، وذلك أثناء مراحل إعدادها من قبل الحكومة).
وكما نصت الفقرة 4 من المادة المذكورة على (... المشاركة في الحوار والتشاور مع الجهات المعنية فيما
يتعلق بحماية المستهلك)
- وكذا نصت الفقرة 3 من المادة نفسها على (تقديم المعلومات للجهات المختصة عن المشاكل المتعلقة
بحقوق ومصالح المستهلكين، وتقديم مقترحات معالجتها) وهذا نصت عليه المادة 62 من قانون حماية
المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018م في الفقرة 3 منها.

المبحث الثاني

دور جمعيات حماية المستهلك في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010

بالنظر الى قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م نجد بأنه لم يخصص المشرع فصلاً لجمعيات حماية المستهلك، و لم يشر بصورة مباشرة الى وظائف جمعيات حماية المستهلك، لكنه نصت المادة (5/أ/سادساً) على أنه يتولى المجلس التعريف بمهام واختصاصات وأهداف جمعيات حماية المستهلك (...).

وقد نصت المادة (4/ثانياً) بخصوص تشكيلة المجلس على أنه (... يتألف المجلس من: رابعاً : "يحدد رئيس مجلس الوزراء باقتراح من رئيس المجلس الأشخاص الممثلين عن الجهات المذكورة في الفقرتين (ج، د) وله إضافة ممثل عن جمعيات حماية المستهلك"

نلاحظ بأنه قد جعل المشرع عضوية جمعيات حماية المستهلك موقوفةً على ارادة المجلس^{vi}، وامتد الأمر الى جعل التعريف بمهام و اختصاصات وأهداف جمعيات حماية المستهلك من مهام المجلس، مما يجعل الأمر مرهوناً بما سيقدره المجلس، و هذا أمر لا يثنى عليه المشرع فليس من الصواب ربط جمعيات حماية المستهلك -التي ينبغي أن تكون مستقلة- بمجلس حماية المستهلك، كما أشرنا سابقاً الى استقلالية جمعيات حماية المستهلك، وهذا موقف قد تفرد به المشرع العراقي، والذي يعيق عمل الجمعيات التي لها وظائفها وأهدافها، ويشل فعالية الدور الذي انشأت الجمعيات من أجلها، كما لا بد من أن تحتفظ الجمعيات بتقنتها لدى المستهلك أيضاً؛ فكما أشرنا فإن للجمعيات دور مهم في التأثير على السلطات العامة، و هذا لا يعني انكار عدم وجود أي نوع من الاشراف أو الرقابة الادارية بغية احترام القانون من قبل الجمعيات، و حماية الصالح العام لدى ممارستها لنشاطها، بل -في الوقت نفسه- لا بد من وجود علاقة تعاونية وتكاملية بين كل من جمعيات حماية المستهلك و مجلس حماية المستهلك -لاسيما في مجال الرقابة^{vii} و الدعاوى- وحفظاً للمصالح العامة.

وفي الواقع كان من الصواب أن يحذو المشرع العراقي حذو المشرعين الآخرين الذين تعرضوا لدور كل من جمعيات حماية المستهلك و مجلس حماية المستهلكين بصورة مستقلة. كما فعل المشرع المصري في قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018م، حيث لقد خصص المواد 42 -60 بجهاز حماية المستهلك، والذي هو مختص بتطبيق أحكام قانون حماية المستهلك، كما وقد أفرد المادة 62 لجمعيات حماية المستهلك مبيناً اختصاصاتها، ولم ينس في الوقت نفسه أن يشير الى ضرورة وجود التعاون بينهما. وكذلك الحال بالنسبة للمشرع اللبناني، الذي نظم المجلس الوطني لحماية المستهلك في المواد 60-66 بينما بين أحكام جمعيات حماية المستهلك من خلال المواد 67-70. وقد خصص المشرع اليمني أيضاً - في قانون حماية المستهلك رقم 46 لسنة 2008م- المواد 22-25 لجمعيات حماية المستهلك.

وبما انه يمكن أن تكون الجمعيات عضواً في المجلس، فإن اتخاذها عضواً تمكنها من مشاركة المجلس في مهامه. الا انه رغم ذلك كان من الأجدر أن يشير المشرع الى عضوية الجمعيات أكثر صراحةً، وكذا الى آلية اختيار أعضاء المجلس^{viii}، و مدة العضوية فيه^{ix}. وعليه من الوارد أن تكون الجمعيات جزءاً مما يقوم بها المجلس من مهام، والتي تنقسم الى مهام رقابية أو وقائي؛ مما تقي المستهلك و حقوقه، وكذا الى مهام ذات طابع علاجي و ردعي بهذا الخصوص.

المطاب الأول: دور الجمعيات في المهام الوقائية أو الرقابية للمجلس:

أولاً/ وضع السياسات وبرامج العمل الكفيلة بحماية المستهلك و حقوقه وتنظيمها:

تظهر أهمية هذه المهمة لدى ضرورة قيام الحكومات بالاصلاحات و التدابير اللازمة في العصر الحالي، وذلك بغية الحفاظ على حيوية التشريعات و اللوائح لحماية المستهلك، لاسيما في ظل هذا التطور السريع في تقنيات الانتاج و ثورة الاتصالات.

كما ولقد تنوعت و تعددت المنتجات و الخدمات فضلاً عن طرق تقديمها، فإذا كان هذا الأمر يعود بالمنفعة على المستهلك عند وجود بدائل و خيارات متعددة لاشباع حاجاته من جهة؛ فإنها تجعل - من جهة أخرى- المستهلك يقع في حيرة و التي قد تكون سبباً لتقذر المهني/المحترف عليه بسهولة.

لذلك لا بد من أن تؤخذ حاجات و متطلبات المستهلك بعين الاعتبار، و ينبغي التأكد منها بين حين و آخر، و المبادرة باتخاذ سياسات و برامج مواكبة للتطور، حيث ان كل اعتبار جديد للمستهلك يمثل مسؤولية جديدة على عاتق المهني/المحترف تجاهه، وهذا ما ينطبق على جمعيات حماية المستهلك، فعليها أن تعمل على تحديث و تطوير وسائلها وآلياتها المستخدمة لحماية المستهلك و حقوقه و لكي تكون في مستوى الطلبات المتزايدة لهذا الأخير بانتظام، مما يزيد من فاعليتها، و تزداد أهمية وجود هذه المهمة بخصوص الدول التي هي في بدايات تنظيمها التشريعي بخصوص حماية المستهلكين.

ثانياً/ توعية المستهلكين؛ و رفع مستوى الوعي الاستهلاكي:

لقد تعرضنا سابقاً الى أهمية التوعية لحماية المستهلك و حقوقه، وهي هدف من أهداف قانون حماية المستهلك العراقي، فقد نصت المادة 2 /ثانياً على أنه يهدف هذا القانون الى " رفع مستوى الوعي الاستهلاكي"

كما وهي إحدى مهام مجلس حماية المستهلك، حيث نصت المادة 5/أ/ثانياً بأنه يتولى المجلس " رفع مستوى الوعي الاستهلاكي".

وفي الواقع فإن الحقيقة التي تجعل المشرع يهتم بتوعية المستهلك الى حد كبير تكمن في عدم معرفة المستهلكين لحقوقهم تجاه المهنيين/المحترفين، وكذلك افتقار المستهلكين للمعلومات الكافية بخصوص حقيقة

السلع والخدمات، والتي زادت أهمية هي وسائل الدعاية المتطورة؛ التي يتمكن المهني/المحترف من خلالها على المستهلك بسهولة، لاسيما المضللة منها والتي تدور مع الضرر وجوداً و عدماً. وعليه تفيد توعية المستهلك الجوانب الآتية:

- اطلاع المستهلك على حقوقه.
- تعرّف المستهلك على حقيقة السلع والخدمات.
- دعم المستهلك نحو الاختيار الأمثل للسلع والخدمات.
- توجيه سلوك المهني/المحترف و زيادة القدرة التنافسية بينهم.

و يلاحظ عدم تحديد الآلية التي يلجأ اليها لرفع مستوى الوعي الاستهلاكي أو كيفية القيام بها، فقد ذكرنا آنفاً بأنه تعتمد جمعيات حماية المستهلك- لإيصال المعلومات والبيانات الى علم المستهلك- على وسائل الاعلام المختلفة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية، وقد تقوم الجمعيات باصدار مجلات أو منشورات متخصصة أو تخصيص القنوات و المواقع.

وقد نصت تشريعات حماية المستهلك على ذلك؛ منها قانون حماية المستهلك اللبناني؛ حيث نصت المادة 67 من قانون حماية المستهلك رقم 659 لسنة 2005م على أنه تهدف جمعيات المستهلك الى "... جمع ونشر المعلومات والتحليل والاختبارات والمقارنات المتعلقة بالسلع والخدمات وكيفية استعمالها. و القيام بحملات لتوعية وارشاد المستهلكين و اصدار مجلات ونشرات ومطبوعات واعداد برامج اعلانية واذاعية معدة للبت أو النشر عبر وسائل الاعلام، وكل ذلك وفقاً للقوانين المرعية الاجراء. تقديم الاستشارات ". وينبغي على الحكومة اجراء التسهيلات اللازمة لجمعيات حماية المستهلك ودعمها، بغية فاعليتها وتمكينها من تطبيق برامجها التوعوية، و ضمان قيامها بوظائفها و نشاطاتها، و بلوغ أهدافها التي أنشأت في سبيل تحقيقها.

تجدر الإشارة هنا الى موقف المشرع اليمني حيث نصت المادة 25 من قانون حماية المستهلك رقم 46 لسنة 2008م على انه "تعفى الجمعيات من الرسوم المتعلقة بالإعلانات التجارية الخاصة ببرامج توعية المستهلكين التي تبثها الجمعيات عبر وسائل الإعلام الرسمية ، كما تعفى من رسوم أو أجور الفحص المختبري والفني للسلع والخدمات محل البحث لدى المعامل والمختبرات التابعة للجهات المختصة . ". وهذا ما تؤكد عليها مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. وكذلك تذكر الدول بالتعاون مع جمعيات حماية المستهلك بوضع و تنفيذ مدونات بخصوص أصول الممارسات التسويقية، وعلى أن تحمل في طياتها قدراً وافياً من الدعاية التي تجري في السوق، كذلك نصت بخصوص برامج التثقيف وتوعية المستهلكين على أنه ينبغي أن تشمل برامج تثقيف المستهلكين وتزويدهم بالمعلومات و الجوانب الهامة لحماية المستهلك من قبيل ما يلي(الأمم المتحدة، 2016م، 13-16):
أ. الصحة والتغذية والوقاية من الأمراض التي تنقلها الأغذية وغش الأغذية.
ب. مخاطر المنتجات.

ج. وسم المنتجات.
د. التشريعات ذات الصلة وكيفية الاستفادة من آليات تسوية المنازعات والحصول على جبر الضرر، وكيفية الاتصال بالوكالات والمنظمات المعنية بحماية المستهلك.
هـ. معلومات عن الأوزان والمقاييس، والأسعار، والجودة وشروط الائتمان، ومدى توافر الضروريات الأساسية.
و. حماية البيئة.
ز. التجارة الإلكترونية.
ح. الخدمات المالية.
ط. الاستخدام الفعال للمواد والطاقة والمياه.
إذن يمكن من خلال برامج التوعية من تزويد المستهلك بمعلومات وافية، خصوصاً التي تتعلق باختيارات المستهلك و عواقيها، فضلاً عن مراعاة المستوى الثقافي للأشخاص المعنيين و خلفيتهم، و ينبغي أن يكون الهدف من هذه البرامج هو تمكين المستهلكين من التصرف بحكمة، و جعلهم مدركين لحقوقهم و مسؤولياتهم، و ينبغي - عند وضع برامج التوعية- اعطاء اهتمام خاص باحتياجات الفئات الضعيفة و المحرومة من المستهلكين، في المناطق الريفية و الحضرية. (الأمم المتحدة، 2016م، 15)
وكذلك نصت المادة 5/1/سادساً يتولى المجلس " التعريف بمهام واختصاصات وأهداف جمعيات حماية المستهلك والاستعانة بها في عمليات التوعية بحقوق المستهلك".
نلاحظ بان المشرع قد اعطى دوراً أكثر للجمعيات بخصوص توعية المستهلكين، إذ يفوض اليها الدور بهذا الشأن، و لعل يرجع ذلك الى قرب الجمعيات للمستهلكين و ثققتهم فيها، وكذا الى الاعلام الذي تقوم به الجمعيات؛ الذي يضيف عليه طابع خاص و يرمى الى ما يجهلها المستهلك من معلومات أو يصعب عليه معرفتها لولاها.
وبالتالي يتبين لنا بأن المشرع قد أهتم بتوعية المستهلك نظراً لدورها في حمايته و وكذا حماية حقوقه، و عليه جعل من رفع مستوى الوعي الاستهلاكي هدفاً للقانون و مهمة للمجلس في الوقت نفسه، ولطالما من الوارد أن تكون جمعيات حماية المستهلك عضواً في هذا الأخير؛ فإنها تشارك المجلس في هذه المهمة، فضلاً عن الاستعانة بها -في عمليات التوعية بحقوق المستهلك- من قبل المجلس، الا انه لم يحدد المشرع الآلية والبرامج التي تتم من خلالها توعية المستهلكين، فيمكن للجمعيات الوصول الى المستهلك من خلال استخدام الآليات المتاحة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية، و من الضروري استخدام الآليات التي يمكن من خلالها أن يحضى أكبر عدد ممكن من المستهلكين بالبرامج التوعوية لرفع مستوى الوعي الاستهلاكي، لاسيما منصات التواصل الاجتماعي والتقنيات الفضائية الخاصة بتوعية المستهلكين.

ثالثاً/ تقديم الاستشارات:

يقوم المجلس بابداء الرأي و يقترح التدابير التي تنمى سياسات حماية المستهلك، إذ نلاحظ بالنظر الى المادة 5/أ فقرتي "أولاً و ثانياً" و اللتان أشرنا اليهما، و ندرك بأنه للمجلس تقديم الاستشارة عندما يكون مطالباً بها من قبل الحكومة و الهيئات و المؤسسات، و كذا الهيئات القضائية لمعالجة القضايا المتعلقة بحماية المستهلك و حقوقه.

وقد تكون الاستشارة متعلقة بتحديد أسعار السلع والخدمات الضرورية أو اليومية عند تدهور أحوال السوق، سواءً بسبب الاحتكار أو الارتفاع المفرط للأسعار من دون سبب، فيكون للمجلس دور في التدخل و اعادة الاستقرار للسوق، وبالتالي يقوم المجلس بدوره فيكون مؤثراً من الناحية التشريعية و التنظيمية في سبيل حماية المستهلك.

رابعاً/ دراسة مشروعات القوانين المتعلقة بالاستهلاك والمستهلك وتقديم الملاحظات في شأنها والقيام بالدراسات والبحوث وبناء قاعدة المعلومات المتعلقة بحماية المستهلك.

من المعلوم أن تحسين القوانين واللوائح عامل أساسي في حماية المستهلك، إذن من المهم أن يكون للمجلس حق دراسة مشاريع القوانين و تقديم الآراء و الاقتراحات بهذا الخصوص، إذ من شأن ملاحظاته أن ترقى و تنمى سياسة حماية المستهلك.

ويلاحظ بأنه لم يبين المشرع طبيعة تلك الملاحظات هل هي الزامية أم لا؟! فكان من الأفضل أن ينص المشرع على الزامية الآراء و الملاحظات المقدمة من قبل المجلس بشأن مشروعات القوانين.^x و الجمعيات بدورها رغم إمكانية كونها عضواً و مساهمتها في المجلس، فقد أشرنا سابقاً بأنها تكون على التواصل مع أعضاء مجلس النواب و الجهات الحكومية، ضماناً لاتخاذ سياسات تلائم و تحسن مستوى حماية المستهلك و حقوقه.

وفيما يتعلق بالدراسات و البحوث و بناء قاعدة المعلومات المتعلقة بحماية المستهلك، تكون للجمعيات تأثير كبير، لطالما هي متخصصة ودائمة و تتحلى بوفرة المعلومات بهذا الخصوص، فمن شأنها أن تزود المجلس بها و تساهم في بناء الاقتراحات و أن تبدي آراء سديدة في هذا الشأن، وذلك نظراً لكونها واقعية، مما يكون دورها أكثر فاعلية، فيكون المجلس أقرب الى الصواب فيما يقوم به بهذا الصدد.

المطلب الثاني: دور الجمعيات في المهام العلاجية أو الردعية للمجلس:

أولاً/ التحقيق في الشكاوى و اتخاذ القرارات والتوصيات:

لقد نصت المادة (5/أ) على أنه يتولى المجلس المهام الآتية: ثالثاً : تلقي الشكاوى والتحقيق فيها واتخاذ القرارات والتوصيات المناسبة في شأنها.

يلاحظ بأنه تمكن هذه المادة المجلس من الاطلاع على الدفاتر و الاوراق و السجلات و المستندات لدى المهني/ المحترف و كافة الجهات سواء كانت حكومية أو غير حكومية، وكذلك لهم أخذ العينات من المنتجات، و لا بد عليهم من معاونة المجلس و اجراء التسهيلات اللازمة له بغية حصوله على المعلومات والبيانات اللازمة لمتابعة الحالات المعروضة عليه.

من الواضح بأنه قد أحسن المشرع لدى عدم اكتفائه بالطرق الوقائية، فلا بد من وجود الطرق العلاجية، الا أنه مع ذلك ثمة ملاحظات حول موقف المشرع، حيث لم يحدد قانون حماية المستهلك القواعد المتبعة لسير الاجراءات، ولا يوجد سقف زمني لحل النزاع و اصدار القرار من قبل اللجنة المختصة، مما قد يسبب في تراخي اللجنة و المماطلة في فصل النزاع و اصدار القرار، و ذلك على خلاف التشريعات الأخرى كما نصت المادة 101 من قانون حماية المستهلك اللبناني على أنه " تتبع امام لجنة حل النزاعات القواعد والاجراءات المنصوص عليها في قانون اصول المحاكمات المدنية. على أن تصدر اللجنة قرارها في مهلة لا تتجاوز الستة أشهر من تاريخ تقديم الدعوى".

وكذلك لم يبين المشرع العراقي درجة القرارات، وكذا الطعن فيها و الجهة المقدمة اليها. فضلاً عن عدم بيانه لطبيعة التوصيات التي جعلها قرينة للقرارات، و للوسيلة التي يمكن من خلالها ارغام المعنيين بها. فقد نصت المادة 17 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006م على أنه " ... يكون الطعن على قرارات اللجان أمام محكمة الاستئناف المختصة وفقاً للقواعد المقررة في قانون المرافعات المدنية و التجارية" كما نصت المادة 58 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018م بأنه " ... تكون القرارات التي يصدرها الجهاز تطبيقاً لأحكام هذا القانون نهائية و يكون الطعن عليها أمام محكمة القضاء الإداري...". كما نصت المادة 102 من قانون حماية المستهلك اللبناني على " ان القرار الذي يصدر عن لجنة حل النزاعات يجب ان يكون معللاً ولا يقبل اي طريق من طرق المراجعة سوى الاعتراض واعتراض الغير وتصحيح الخطأ المادي والاستئناف امام محكمة الاستئناف المدنية...".

ثانياً/ الدعوى الجماعية:

ينبغي أن نقرّ بأنه مهما تعددت الطرق والوسائل، فإنه لا يمكن حرمان المستهلك المتضرر من حقه في اللجوء إلى القضاء، طالما ان التقاضي حق مصون ومكفول للجميع^{١٤} فمن حقه رفع الدعوى والمطالبه بحقه من المهني/المحترف.

وقد أشرنا فيما سبق الى جملة من الأسباب، التي تؤدي الى تحجيم و ابتعاد المستهلكين عن الدعوى الفردية، مما يجعل الأرض خصبة للدعوى الجماعية.

و هي تلك الدعاوى التي يسمح فيها لكيان واحد بتمثيل جميع الأطراف الذين يدعون أنهم قد تضرروا (Doren, D.V., Peyrot, M., Smith, L. and Thomas, S., 1992: 45) والتي تشكل آلية رد فعل جماعي من قبل المستهلكين ضد كتلة الشركات الضارة بغية ردعها، فيمكن من خلالها تحقيق ما

لا يمكن تحقيقه عبر الاجراءات الفردية للمستهلكين أمام المحاكم، بعبارة أخرى يمكن وصفها بأنها نوع من القوة المضادة التي تظهر في المجتمع تجاه القوة الاقتصادية للشركات. (Caponi, R., 2016: 11) فقد يلزم المستهلك صمتاً تجنباً لبطء اجراءات التقاضي أو تحمل عبء النفقات، بينما ان الجمعية بمقدورها تحمل المخاطر و احتمال التكاليف و طول الاجراءات، لذا من المهم الاعتراف بجمعيات حماية المستهلك بالحق في رفع الدعوى أمام القضاء المدني و القضاء الجنائي للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تلحق بالمستهلك. (النمر، 2004م، 310)

ولقد نصت القوانين على الدعوى الجماعية، محددة الجهة التي من حقها رفع الدعوى باسم المستهلك، والتي تكون جهة رسمية أو جمعيات حماية المستهلك.

كما نصت المادة 3 من قانون حماية المستهلك اللبناني رقم 659 لسنة 2005م على أنه يتمتع المستهلك بـ " الحق بالتقاضي مباشرة أو بواسطة جمعيات المستهلك جماعياً، لصون حقوقه أو التعويض عليه عن الأضرار التي قد تكون لحقت به" و نصت المادة 67 على أنه (... تمثيل المستهلكين جماعياً ومجاناً لدى الهيئات والادارات الرسمية والمحترفين والتقاضي بهدف الحفاظ على حقوقهم ...) ، وكذا ما أشرنا اليها سابقاً في المادة 22 في الفقرة 8 من القانون اليمني رقم 46 لسنة 2008م بشأن حماية المستهلك بأنه من اختصاص جمعية حماية المستهلك "حق رفع ومباشرة الدعاوى القضائية التي تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها بموجب توكيل" والمادة 62 في الفقرة 1 من قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018م، وكذا المادة 157 من القانون المغربي المتعلق بتحديد تدابير حماية المستهلك رقم 31-08 لسنة 2011م وغيرها من القوانين.

وقد أقر قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م بهذه الدعوى من خلال تنظيمها ضمن مهام المجلس، حيث نصت المادة 5/ رابعاً على أنه يتولى المجلس " توجيه الإنذار إلى المخالف بوجوب إزالة المخالفة خلال (7) سبعة أيام من تاريخ التبليغ أو تحريك الدعوى بانتهائها واستمرار المخالفة . ويستند المجلس في توجيه الإنذار على تقارير لجان التفتيش"

نلاحظ في هذه المادة بأنها تفوض مجلس حماية المستهلك مهمة إقامة الدعوى الجماعية دون جمعيات حماية المستهلك، فقد تساهم هذه الأخيرة في المجلس لا أكثر، وكذلك تقتصر إقامة الدعوى على المخالفات التي تقوم لجان التفتيش بتقديم التقرير بخصوصها الى المجلس دون غيرها من الحالات، فضلاً عن عدم بيانها لنوع الدعوى و مضمونها، مما يثبت مدى ضالة الدور الذي ينقصها الفاعلية بهذا الخصوص.

الخاتمة

أولاً/ النتائج:

1. على خلاف قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م؛ فقد تعددت التعريفات التشريعية بخصوص جمعيات حماية المستهلك، وهي تشترك في كونها أفرطت في عرض أهدافها دون الأكرات لخصائصها، وقد استنتجنا بانها عبارة عن " مؤسسة مكونة من تجمع تطوعي للأشخاص الطبيعية أو

- اعتبارية غير حكومية، تشكل وفقاً للقانون، وهي ذات أهداف غير ربحية في مجال حماية المستهلك و حقوقه"
2. تتسم جمعيات حماية المستهلك بأنها غير حكومية و لا تهدف الى الربح، التي تكون العضوية فيها تطوعية و تتمتع بالشخصية القانونية، رامية الى حماية المستهلك، وقد اختلفت التشريعات بخصوص السمة الأخيرة هذه بين السماح لها بممارستها ولو بصورة تبعية؛ وبين الاشتراط في قصر الممارسة على حماية مصالح المستهلك وحده.
 3. لا تقتصر دور الجمعيات على حماية المستهلك و حقوقه من غيره، و إنما تحمي المستهلك من نفسه أيضاً، وذلك لدى تفشي عادات استهلاكية سيئة، والتي تؤدي الى تبديد مدخرات المستهلك و تعرض أمواله للضياع، فتقوم الجمعيات بالعمل على تكوين العادات السليمة من خلال الاسهام في ترشيد الاستهلاك؛ كما نص قانون حماية المستهلك القطري رقم 8 لسنة 2008م، و القانون اليمني رقم 46 لسنة 2008م بشأن حماية المستهلك.
 4. يتجسد دور الجمعيات في تنوع الأساليب و الوسائل التي تلجأ اليها بغية حماية المستهلك و حقوقه، كاختبار و تقييم المنتجات و تحسيس المستهلكين و تبصيرهم- مراقبة الجودة و الأسعار- نقد السلع و الخدمات أو الاشهار النقدي- الدعوة إلى المقاطعة- الامتناع عن الدفع- تقديم الدعم للمستهلكين في اقامة الدعوى و تمثيلهم - التأثير على المسؤولين الحكوميين و النواب، و محاولة تعديل القوانين و لوائح حماية المستهلك ، مما لا شك في فعاليتها، لكن يجب استخدامها بحكمة، لاسيما الامتناع عن الدفع و كذلك عن الشراء اضافةً الى الاشهار النقدي، و الا قد تفتك بالشركات و تهدد الاقتصاد، مما يكون - عندئذ- ضرراً أكبر من نفعها حتى على المستهلك.
 5. لم يتعرض قانون حماية المستهلك العراقي لعضوية و مشاركة المستهلكين في جمعيات حماية المستهلك كما في القانون اليمني و اللبناني و المصري.
 6. لم يشر قانون حماية المستهلك العراقي الى الاجراءات التي يسير من خلالها التحقيق في الشكاوى، فضلاً عن عدم وجود سقف زمني لحل النزاع و اصدار القرار من قبل اللجنة المختصة، اضافةً الى عدم بيانه لدرجة القرارات و قابليتها للطعن من عدما و الجهة المقدمة اليها، و كذا لم يوضح طبيعة التوصيات التي جعلها توأماً للقرارات.
 7. لقد أقر قانون حماية المستهلك العراقي بالدعوى الجماعية؛ الا انه اقتصرها على مجلس حماية المستهلك، كما لا تشمل إقامة الدعوى سوى المخالفات التي تقوم لجان التفتيش بتقديم التقرير بخصوصها الى المجلس و لا تغطي حالات أخرى، دون أن يكون للجمعيات حظ فيها، وذلك بخلاف القوانين الأخرى منها القانون اليمني و اللبناني و المصري، ولعل الجمعيات تكون عضواً في المجلس، الا انه رغم ذلك يبقى اعترافاً قاصراً بدور الجمعيات من هذا الجانب و يجردها من فاعليتها، وكذلك فضلاً عن عدم بيان نوع الدعوى و مضمونها.
 8. لقد ربط المشرع العراقي جمعيات حماية المستهلك بمجلس حماية المستهلك، كما فوض هذا الأخير في تعريف بمهام و اختصاصات و أهداف الأولى، فجعل -المشرع بهذا الموقف الذي قد تفرد به- الجمعيات

مقيدهً بالمجلس، مما تشكل عقبة أمام القيام بوظائفها و بلوغ أهدافها التي أسست من أجلها، و يؤدي في النهاية الى شل فاعليتها، و الذي يزيد الأمر سوءً هو عدم تشكيل المجلس لحد الآن.
ثانياً/ التوصيات:

1. نوصي المشرع العراقي بإيراد نص مماثل لقوانين موضع الدراسة "اليمني و اللبناني و المصري" بخصوص عضوية و مشاركة المستهلكين في جمعيات حماية المستهلك.
2. نأمل تشجيع الجمعيات و اجراء التسهيلات اللازمة، من قبيل ما نصت المادة 25 من قانون حماية المستهلك اليمني بصدد اعفاء الجمعيات من الرسوم المتعلقة بالإعلانات التجارية الخاصة ببرامج توعية المستهلكين، و اعفائها من رسوم أو أجور الفحص المختبري والفني للسلع والخدمات محل البحث لدى المعامل والمختبرات التابعة للجهات المختصة
3. نوصي المشرع العراقي ان يفرد بنص على اختصاصات جمعيات حماية المستهلك، مراعيًا فاعلية الدور الذي تلعبه، و كذا نأمل منحها حق رفع الدعوى الجماعية و تمثيل المستهلك، مع عدم نسيان ترشيد الاستهلاك و الأنفاق الأسري، محتذياً بما جاء في كل من القانون اليمني والمصري، الأول في المادة (22) منه و الثاني في المادة (62)، و عليه نقترح المادة الآتية:
مع مراعاة أحكام القوانين النافذة يجوز إنشاء جمعية أو أكثر لحماية المستهلك، يكون من ضمن اختصاصاتها ما يلي:

- رفع و مباشرة الدعاوى نيابةً عن جموع المستهلكين، أو التدخل فيها طبقاً للقانون، و تمثيلهم لدى الهيئات و الادارات الرسمية و المجهزين.
- الإسهام في نشر ثقافة حقوق المستهلك و ترشيد الاستهلاك و الإنفاق الأسري، و توعية المواطنين بحقوقهم، و إنشاء قواعد للبيانات اللازمة بغية القيام باختصاصاتها.
- المسح و المقارنة لأسعار السلع و الخدمات و جودتها و التأكد من صحة البيانات الخاصة بها، و رصد ما يصدر من المجهزين و المعلنين من اعلانات، و إبلاغ الجهات المختصة بما يقع من مخالفات في هذا الشأن و ما تضره من ممارسات.
- تقديم المعلومات للجهات المختصة بصدد المشاكل المتعلقة بحقوق المستهلكين و مصالحهم، و تقديم المقترحات لمعالجتها.
- المشاركة في الحوار و التشاور مع الجهات المعنية فيما يتعلق بحماية المستهلك.
- تقديم المقترحات و الآراء بشأن مشاريع التشريعات ذات الصلة بالمستهلك، و ذلك أثناء اعدادها من قبل الحكومة.
- تلقي شكاوى المستهلكين و رفعها إلى الجهات المختصة لدى صحتها، و العمل عند المجلس بغية ازالة أسبابها.

- معاونة المستهلكين -الذين وقع عليهم ضرر جراء استخدام أو شراء سلعة أو تلقي خدمة- في تقديم الشكاوى للجهات المختصة، وإتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم.
 - تقديم الاستشارات للمستهلكين، وإجراء الدراسات والبحوث المرتبطة بحقوقهم.
4. نوصي المشرع العراقي بوجود سقف زمني لتفصل اللجنة المختصة النزاع خلالها، وذلك تجنباً لتراخي اللجنة و المماطلة في فصل النزاع، و بيان درجة القرارات الصادرة، اضافة الى طبيعة التوصيات و كيفية التعامل معها و اجراءها.
5. نوصي باصدار قانون أو نظام خاص بجمعيات حماية المستهلك، نظراً لفعاليتها في حماية المستهلك.
6. نرجو تشكيل مجلس حماية المستهلك، وذلك تفعيلاً لقانون حماية المستهلك، حيث ان تنفيذ مواده منوط به، لاسيما في الوقت الحالي؛ الذي تكاثرت فيه الممارسات الضارة بالمستهلك و حقوقه.

قائمة المصادر و المراجع

أولاً/ المصادر العربية:
أ/ الكتب:

1. جميعي، حسن عبد الباسط و آخرون، دون سنة الطبع ، المجتمع الاستهلاكي و مستقبل التنمية في مصر "حماية المستهلك و أثرها الاقتصادي"، القاهرة.
2. خيرى، أسامة، 2015م ، الرقابة و حماية المستهلك، ط1، دار الراية، عمان، الاردن.
3. عبد، موفق حماد، 2011م ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، ط1، منشورات زين الحقوقية.
4. علي خلف، أحمد محمد محمود، 2009م ، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية.
5. كوتلر، فيليب وآخرون، 2017م ، التسويق، ترجمة: مازن نفاع، ج1، دار مؤسسة رسلان.
6. موسى، حسام توكل، 2016م ، التنظيم القانوني للجمعيات الأهلية في مصر "جمعيات حماية المستهلك نموذجاً".
7. النمر، أبو العلا علي أبو العلا، 2004م ، المشكلات الالعملية والقانونية في التجارة الالكترونية"نحو تعزيز حماية المستهلك"، دار النهضة العربية.

ب/ الرسائل و البحوث:

8. بن عنتر، ليلي، 2010م ، جمعيات حماية المستهلك موجودة أم تحتاج إلى الوجود؟ ، بحث منشور بالمجلة الاكاديمية للبحث القانوني، بجامعة عبدالرحمن ميرة- بجاية، كلية الحقوق، العدد:2، الجزائر.
9. بوشناف صافية و بن ميهوب أمينة، دور جمعيات حماية المستهلك الجزائري في التصدي للممارسات التسويقية المضللة، بحث منشور بمجلة ارتقاء للبحوث و الدراسات الاقتصادية، المجلد:1، العدد:1.
10. الرواي، طه مصطفى، 2019م ، أهمية جودة المنتج كوسيلة لجذب المستهلكين في سوق التكنولوجيا، بحث منشور بالمجلة الدولية لنشر البحوث و الدراسات، المجلد:1، العدد:1.

11. الصادق، صبياد، 2013-2014م ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد؛ رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينية1، كلية الحقوق.
 12. ضريفي، نادية و لجلط، فواز، افريل:2017م ، دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين، بحث منشور بمجلة الاجتهاد القضائي، العدد: الرابع عشر.
 13. عزوز، سارة، 2016-2017م ، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر.
- ج/ الدساتير و القوانين و اللوائح و الوثائق:**
14. الدستور العراقي لسنة 2005م.
 15. قانون حماية المستهلك اللبناني رقم 659 لسنة 2005م.
 16. اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006م.
 17. قانون حماية المستهلك القطري رقم 8 لسنة 2008م.
 18. القانون اليمني بشأن حماية المستهلك رقم 46 لسنة 2008م.
 19. قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري رقم 03-09 لسنة 2009م.
 20. قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010م.
 21. القانون المغربي المتعلق بتحديد تدابير حماية المستهلك رقم 08-31 لسنة 2011م.
 22. تنظيم المجلس الوطني لحماية المستهلكين الجزائري- رقم 12-355 لسنة 2012م.
 23. مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك"الموسعة والمنقحة"، نيويورك و جنيف، 2016م.
 24. قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018م.

ثانياً/ المصادر الانجليزية:

25. Baggott, R. and Jones, K., 2014. The voluntary sector and health policy: the role of national level health consumer and patients' organisations in the UK. Social Science & Medicine, 123.
26. Caponi, R., 2016. Italian'ClassAction'Suits in the Field of Consumer Protection: 2016 Update. Available at SSRN 2796611.
27. Cunningham, W.H. and Cunningham, I.C., 1976. Consumer Protection: More Information or More Regulation? An Empirical Study Finds that Consumers' and Attorneys' Knowledge of the Law is Insufficient for Their own Protection. Journal of Marketing, 40(2).
28. Doren, D.V., Peyrot, M., Smith, L. and Thomas, S., 1992. The Effect of a Class Action Suit on Consumer Attitudes. Journal of Public Policy & Marketing, 11(1).
29. Eden, L., 2004. Globalization and NGOs: Transforming business, government, and society.
30. Klein, J.G., Smith, N.C. and John, A., 2004. Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation. Journal of Marketing, 68(3)
31. Makarem, S.C. and Jae, H., 2016. Consumer boycott behavior: An exploratory analysis of twitter feeds. Journal of consumer affairs, 50(1).

32. Michaelsen, F., Collini, L., Jacob, C., Goanta, C., Kettner, S.E., Bishop, S., Hausemer, P., Thorun, C. and Yesiloglu, S., 2022. The impact of influencers on advertising and consumer protection in the Single Market.
33. Noh, J.E., 2017. The role of NGOs in building CSR discourse around human rights in developing countries. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, 9(1).
34. Oosterveer, P. and Spaargaren, G., 2011. Organising consumer involvement in the greening of global food flows: the role of environmental NGOs in the case of marine fish. *Environmental Politics*, 20(1).
35. Schüller, B., 2012. The definition of consumers in EU consumer law. *European Consumer Protection*.
36. Shinjar, A.J. and Mahdi, H.K., 2019. Consumer Protection in Iraq and the Possibility of Benefiting from the Experience of the United Kingdom. *Journal of University of Babylon for Pure and Applied Sciences*, 27(3).

ثالثاً/ المصادر الفارسیة:

37. صادقى، محسن و منتقى، فروغ، 1386ش، نقش سازمان هاى غير دولتى در حمايت از حقوق مصرف كننده، نامه مفيد، شماره 61، دوره 13.
38. منتقى، فروغ مصطفى، 1391ش، نقش سازمان هاى غير دولتى در حمايت از حقوق مصرف كننده در كشور، موسسه مطالعات و پژوهشهاى بازرگانى، تهران.

رأدهى كارائى رۆلى كۆمهله كانى پاراستنى به كاربه ره ياساى پاراستنى

به كاربه رى عىراق ژماره 1 ى سالى 2010ز

پوخته:

به راستى پيشكهوتنى گوره و خيرا له ژيانى به كاربردندا و ئالۆزبونى؛ پيويستى كردوو به پاريزگاريه كى كاراثر له پيشوو دهسته بهر بكرى، كه ئه مه واى كردوو ياساكان گرنگى به كۆمهله كانى پاراستنى به كاربه رى بدن بۆ رپكردن له گه ل ئه و پيشكهوتنه، ئه مه ش به له بهرچا و گرتنى توانايان بۆ روه روه بونه وه و پيشگرتن به و شته ى زيان به به كاربه رو مافه كانى ده گه يه نى، كه به پيى رپيدانى ياساكان له و باره وه به رۆلى خويان هه لده ستن. ئه م تويزينه وه يه ش هه وليكه بۆ دنيا بوونه وه له راده ى كارائى رۆلى كۆمهله كانى پاراستنى به كاربه ره له ياساى پاراستنى به كاربه رى عىراق ژماره 1 ى سالى 2010ز به به راورد له گه ل

ياساى لوبنان و يه مهن و مېسر؛ له رېگهى دوو به شى سه ره كى، كه به شى يه كه مبان پېناسه ي كۆمه له كان و رۆلىان له پاراستنى به كاربه ردا ده كات و، به شى دووه مېش له رۆلى كۆمه له كانى پاراستنى به كاربه ر-له ياساى ژماره 1 ى سالى 2010 ز عېراق- ده كۆلېته وه، توېژېنه وه كه ش به گرنگترىن ئه نجام و پېشنياز ه كان كۆتايى هاتووه، كه كۆمه له كانى پاراستنى به كاربه ر له ياساى ناوبراودا ته نها رۆلىكى زور كه م ده بېنن، كه پېويستى به كارابوونه.

The Extent of the Effectiveness of Consumer Protection Associations' Role in the Iraqi Consumer Protection Law No. 1 of 2010

Rawa Kakarash Said Mina

Department of Law, College of Humanities, University of Raparin,
Sulaymaniyah, Kurdistan Region, Iraq.

rawa.raparin@uor.edu.krd

Keywords: *Associations, consumer protection, effectiveness, consumer.*

Abstract

The tremendous and rapid development in consumer life and its complexity has necessitated the provision of more effective protection than before, which has made the legislations to be interested in consumer protection associations to keep pace with this development through take their ability to confront and address what harms the consumer and his rights into consideration, and they play their role in framework Legislations allowed towards it. This research is an attempt to ascertain the quantity of effectiveness of consumer protection associations' role in the Iraqi Consumer Protection Law No. 1 of 2010 compared to the Lebanese, Yemeni, and Egyptian laws via two main topics. The first topic introduces consumer protection associations and their role in consumer protection. Moreover, the second topic deals with the role of consumer protection associations in the



Iraqi Consumer Protection Law No. 1 of 2010. Finally, the research has concluded with the most important results and recommendations in a way that consumer protection associations in the previous mentioned law have a small role that lacks effectiveness.