

التوجه نحو الخصخصة وحماية المستهلك في العراق

(قراءة في قانون حماية المستهلك العراقي رقم ١ لسنة ٢٠١٠)

الأستاذ المساعد الدكتور

حيدر مجيد الفتلاوي

haydarm.abbood@uokufa.edu.iq

المدرس المساعد

رائد جواد كاظم الجناحي

raedj.kazem@uokufa.edu.iq

جامعة الكوفة - كلية الإدارة والاقتصاد

Towards Pivatization and Consumer Pprotection in Iraq A Reading of Consumer Protecting Act No. (1) for 2010

As. Pro.Dr.

Hayder Majeed Abbood AL. Fatlawey

Asst. Lecturer

Raed Jawad Kazem Al-Janahi

University of Kufa - Faculty of Management and Economics

Abstract:-

Privatization is considered as one of the methods that countries use in following the economic reformation policy to overcome the problems and difficulties of economic activities.

After 2003, Iraq witnessed a number of political, economic and social, and changes resulted in a notable change in the economic system which moved from the planned system (public) to the free private economic system (market economics). This change is not new in Iraq; it belongs to the eightieths of the last century, it increases due to the calls of the politicians to go towards privatizing the economy neglecting its effect on the customer who would be the victim of the cheated commodities and the importers and exporters cheating as well.

This research focuses on the importance of providing the consumer under such conditions and the founding the suitable environment to the economic reformation to support privatizing process.

It aims to study and evaluate all the available means of protecting the consumer in Iraq by reading costumer protecting Act No. (1) for 2010.

Key Words: privatization, reading consumer protecting and Act No. (1) for 2010 Market economy, planned system, producers, goods, importers.

ملخص:

تعتبر الخصخصة احدى الأساليب التي تستخدمها الدول عند اتباع سياسة الإصلاح الاقتصادي، للتغلب على المشاكل والاختلالات الحاصلة في النشاط الاقتصادي.

اما في العراق وبعد عام ٢٠٠٣ فقد شهد سلسلة من الاحداث والتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، نجم عنها تحولا ملحوظا للاقتصاد من النظام المخطط (العام) الى النظام الاقتصادي الحر (اقتصاد السوق) الخاص، وهذا التحول ليس بجديد في الاقتصاد العراقي اذ تعود بوادره الى عقد الثمانينات، ولكن مما زادة من حدته ارتفاع أصوات السياسيين للمطالبة بهذا التوجه نحو خصخصة الاقتصاد، متناسين بذلك ما سيحدث للمستهلك الذي بات ضحية للسلع المغشوشة وخداع المنتجين والمستوردين.

يركز البحث على أهمية توفير حماية للمستهلك في ظل تلك الأوضاع، ومدى توفير البيئة المناسبة لعملية الإصلاح الاقتصادي حتى تنجح عملية الخصخصة، ويسعى البحث الى دراسة وتقييم جميع الوسائل المتاحة لحماية المستهلك في العراق، من خلال مطالعة قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

الكلمات المفتاحية: الخصخصة، حماية المستهلك، قانون رقم واحد لسنة ٢٠١٠، اقتصاد السوق، نظام المخطط، المنتجين، السلع، المستوردين.

المقدمة:

عقب التغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي شهدتها العراق ما بعد عام ٢٠٠٣ فقد أصبح العراق منفتحا على الأسواق الخارجية، نتيجة لسياسة الانفتاح الاقتصادي التي كانت مسبقة بما دمرته الحرب من منشأة صناعية وخدمية وزراعية وبنى تحتية، وما رافقها من شللا في القطاعات الاقتصادية المختلفة، متزامنة مع طوابير من العاطلين عن العمل، كل هذه العوامل دفعت السوق العراقي المفتوح ابوابه على مصراعيها امام السلع والخدمات الرديئة ذات الأسعار المغرية للمستهلك الي بات مسرعا لشرائها، بسبب ضعف القوة الشرائية لأغلب طبقات المجتمع العراقي، لكونه محروما منها لعدة سنوات، كما ان تقاعس مؤسسات الدولة عن أداء واجبها الرقابي والحماي، والفساد المالي والإداري المستشري في أجهزة الدولة جعل المستهلك ضحية ذلك. بل أكثر من ذلك، ارتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير والتحول نحو خصخصة الاقتصاد العراقي في ظل الظروف المعيشية الصعبة^(١).

أولاً: مشكلة البحث:

إن عملية التحول من الاقتصاد المخطط الى اقتصاد السوق الحر، التي يطالب بها بعض السياسيون في العراق في الوقت الراهن حتى تكون ناجحة ومحقة لغاياتها، لا بد من ان تتوفر لها بيئة مناسبة لهذا التغيير تركز على قواعد أساسية لعل أهمها حل المشكلة التي يتضمنها السؤال التالي هل تتوفر الحماية للمستهلك والمنتج المحلي ضد مخاطر السلع التي يستوردها القطاع الخاص، التي غالبا ما يسعى من خلالها الى هدف الربح بعيدا عن المنفعة وبالتالي، إذا توفرت هذه الحماية للمستهلك والمنتج العراقي سنعمل على حماية الاقتصاد الوطني.

ثانياً: أهمية البحث:

إن حماية المستهلك في العراق أصبحت أكثر ضرورة في إطار التوجه نحو الخصخصة، وينبغي علينا اليوم إعادة النظر ودراسة جميع الوسائل المتاحة لحماية المستهلك، لزيادة فاعليتها وجعلها قادرة على انجاز مهامها بدقة وسرعة أكثر.

ثالثاً: اهداف البحث: يهدف البحث الى:

- ١- توضيح موضوع حماية المستهلك، واهم الجهات المسؤولة عن حماية المستهلك.
- ٢- تسليط الضوء على سلوك المستهلك واهم العوامل المؤثرة عليه.
- ٣- تسليط الضوء على دور الدولة وأجهزتها في حماية المستهلك والمنتج في العراق من خلال قراءة لبعض مواد قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠.

رابعاً: فرضية البحث:

ينطلق البحث من فرضية مفادها ان ضعف الدور الرقابي للدولة وعدم توفر الحماية الكاملة للمستهلك في العراق ضد مخاطر السلع والخدمات، يكون من الصعب حالياً التحول من النظام الاقتصادي المخطط الى نظام السوق.

خامساً: منهج البحث:

اعتماد المنهج الوصفي المبني على الاستقراء والاستنباط، من خلال دراسة الأسس النظرية لمشكلة البحث، ومدى إمكانية ربطها بالواقع العملي من خلال استعراض ما جاء في قوانين حماية المستهلك.

المطلب الأول

(الخصخصة)

لقد ارتبطت الية التحول نحو القطاع الخاص ارتباطاً وثيقاً بعمليات الإصلاح الاقتصادي، فسياسة الإصلاح التي تهدف الى التغلب على الاختلالات الحاصلة في النشاط الاقتصادي، التي يرجع سببها الى عدم كفاءة أداء مؤسسات القطاع العام، أو كمحاولة لرفع مستوى كفاءة الأداء لهذه المؤسسات. لذلك برز تفعيل دور القطاع الخاص كمحور لتفعيل النشاط الاقتصادي، والقيام بدور فاعل في عملية التنمية الاقتصادية من خلال^(٢):

أ- تصحيح الوضع الاقتصادي.

ب- تحقيق معدلات نمو مرتفعة.

ج- خلق فرصا للعمل. أولاً: مفهومها:

التوجه نحو الخصخصة وحماية المستهلك في العراق..... (٢٦٧)

الخصخصة بشكل عام تعني تحويل ملكية مشاريع الاعمال من العامة الى الملكية الخاصة عن طريق البيع الكلي أو الجزئي أو عقود الايجار بقصد ترشيد التدخل الحكومي، وتنظيم دور القطاع الخاص^(٣).

أو هي مجموعة من السياسات التي تهدف الى الاعتماد على الية السوق أو القطاع الخاص والتنافس من اجل تحقيق التنمية والعدالة.

ومن هنا يتضح ان الخصخصة قد لا تعني بالضرورة تخلي الدولة عن كامل ملكيتها للقطاع الخاص، كما ان الخصخصة هي ليست غاية بحد ذاتها، بل هي وسيلة لتحقيق غاية ما، كتحفيز الاستثمار أو وقف استنزاف الموارد المالية للدولة أو السعي لإدخال التكنولوجيا لقطاع معين.

ولهذا فأن الخصخصة لها بعدان:

الأول: البعد الاقتصادي الذي يتمثل بالاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية بكفاءة ونتاجية اعلى، من خلال تحرير السوق وعدم تدخل الدولة الا في حالات معينة.

الثاني: البعد السياسي الذي يرتبط بعملية اختزال دور الدولة، ومدى تدخلها في الحياة الاجتماعية، واقتصار واجباتها على الدفاع والامن والعدالة وبعض الخدمات العامة. لذلك لا بد ان لا يفهم موضوع الخصخصة بأنه مجرد تخلخلي أو نقل ملكية الأصول من القطاع العام الى القطاع الخاص.

ثانياً: أساليب الخصخصة:

هناك عدة أساليب للخصخصة منها:

١- أسلوب تجريد الملكية أو انتهاء التأمين، عملية بيع كلي أو جزئي للأسهم الى القطاع الخاص.

٢- نقل الملكية من القطاع العام الى القطاع الخاص، ويتعلق هذا الأسلوب بانتقال ادارة المشروع من القطاع العام الى القطاع الخاص.

٣- تحرير كامل للنشاط الاقتصادي من خلال الغاء كافة الحواجز القانونية والإدارية

امام نشاط القطاع الخاص، والعودة الى نظام حرية النشاط الاقتصادي^(٤).

ثالثاً: المؤيدون للخصخصة والمعارضون:

من الحجج التي يقدمها دعاة الخصخصة هي ان عملية التحول من القطاع العام الى القطاع الخاص ستخفض بعض الأعباء المالية عن كاهل الدولة، والخسائر التي يمكن ان تتحملها من المشروعات العامة التي ليست لديها القدرة على التنافس، على عكس المشروعات الخاصة، كذلك يعتقد أنصار الخصخصة انها ذات مردود مالي للدولة في كونها توفر إيرادات مباشرة للدولة من خلال بيع جزء من ممتلكاتها الى القطاع الخاص او من خلال خفض بعض النفقات العامة.

انها وسيلة لجذب الاستثمار الأجنبي، وتشجيع الاستثمار المحلي وتساهم في عملية نقل التكنولوجيا، وتسهل من عملية الدخول للأسواق العالمية، وخلق فرص عمل جديدة.

اما المعارضون للخصخصة فيعتقدون انه ليس من الضروري ان تؤدي الخصخصة الى رفع الكفاءة الاقتصادية للمشروع، لاعتقادهم ان نوعية الملكية ليس لها علاقة بالكفاءة، بل ان نوعية الإدارة هي التي تؤثر على رفع الكفاءة.

كذلك يعتقدون ان التشوه في الاقتصاد قد يحدث نتيجة لعدم اقبال القطاع الخاص على المشاريع الربادية ذات التكاليف المرتفعة والمخاطر والمردود المالي المنخفض، ولهذا فهم يرفضون خصخصة القطاعات الحيوية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحياة الافراد، كقطاع الماء والغاز والكهرباء والتعليم والموارد الطبيعية.

رابعاً: مهام القطاع العام والخاص:

تتجسد وظائف القطاع العام بحماية النظام العام، وتشريع القوانين ومراقبة تنفيذها وتوفير الامن والدفاع والعدالة، وحماية حقوق الانسان، فضلاً عن توفير الموارد المالية اللازمة لتغطية تكاليف انتاج السلع والخدمات العامة لكافة شرائح المجتمع، ومراقبة نشاط السوق وحركة الأسعار والتخطيط للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

أما القطاع الخاص فهو الذي يتولى عملية إدارة انتاج السلع والخدمات التي يحتاجها الافراد والتي يبتعد عنها القطاع العام، ويكون هدفه الأساس تحقيق اعلى معدل للربح من

خلال الية السوق والتنافس، وهدف الربح يدفع المنتجون الى التجاوب السريع للطلب وزيادة العرض، وزيادة الابتكار، والتخصيص الكفوء لعناصر الإنتاج^(٥) في حالة تنافس كبي ما بين المنتجين. اما إذا كان التنافس ضعيفا فأن ذلك سيدفع المنتجين الى الوضع الاحتكاري، وبالتالي تحقيق أرباحا مرتفعة، ومن ثم السيطرة على مدخلات ومخرجات الإنتاج ويكون الهدف الربح هو الأساس واهمال بقية الأهداف.

ان الفكر الاقتصادي الحر المعاصر لم يعد مكانا للحديث عن اليد الخفية بل على اليات للسوق تحكمها وتؤثر عليها السياسات الاقتصادية للدولة، وبما لا يتعارض مع تلك الاليات، وبما يضمن تحقيق الغايات التي يسعى اليها المجتمع من العدالة الاجتماعية وحماية المستهلكين الفقراء وتحقيق الاستخدام والنمو الاقتصادي، وتمثل تلك السياسات بالسياسة المالية التي ترشد الانفاق العام وتحكم توجيهه نحو المجالات المبتغاة، والسياسة النقدية التي تحكم التوسع والانكماش في مختلف الأنشطة الاقتصادية، وفي مجال السياسة الضريبية التي تحكم توزيع الأعباء العامة على مختلف شرائح المجتمع، وسعر الصرف الذي يحكم التجارة الخارجية.

وبناء على ما سبق ذكره فأن دور القطاع الخاص لا ينبغي ان ينظر اليه كبديل تام للقطاع العام، فالبعض يعتبر ان دوافعه في تحقيق الربح السريع قد تكون عائقا للتوجهات التنموية المستقبلية.

وهناك من يعتقد انه لغرض تشجيع القطاع الخاص واعطاءه دورا مهما ومتزايدا في عملية التنمية الشاملة، فلا يمكن ان يقترن ذلك الدور بسياسة التخلي عن مهام القطاع العام ودوره في تحديد الإطار الشامل لسياسة التنمية الاقتصادية، بل الأفضل ان يكون هنالك توازنا ما بين القطاعين العام والخاص ومتكاملا لا متناقضا، هذا وان تشجيع القطاع الخاص في ظل رقابة الدولة قد يساعد في تطوير القطاعات الاقتصادية، وبالتالي امتصاص اعداد كبيرة من الشباب الذين هم في سن العمل أو يساعد في تنمية مهارات العاملين والحد من الهجرة.

في الحقيقة لسنا بصدد الدخول بالتفاصيل المتعلقة بخصائص نظام السوق أو النظام المخطط، وبالتالي ليست هنالك غاية للدفاع عن طبيعة كل نظام وتقييم ايهما الأفضل، وانما

ما يتعلق بصلب موضوع البحث، هو ان عملية التحول من النظام المخطط الى نظام السوق وحتى تكون عملية ناجحة لابد من ان تتوفر لها بيئة مناسبة وشروط معينة، لعل أهمها هو حماية المستهلك في ظل هذا التحول الاقتصادي المهم.

خامساً: البيئة المناسبة للتخصصية:

حتى تكون عملية التحول للقطاع الخاص ناجحة لابد من توفر بيئة مناسبة وسليمة لهذا التحول، وتحقيق غاياته وتشمل هذه البيئة:

- ١- توفير بيئة اقتصادية مناسبة من خلال إعادة هيكلة الاقتصاد وكما يلي^(٦):
 - أ- اتباع سياسة تحرير الأسعار والأجور وجعلها مرنة تتحرك وفقاً لألية السوق (العرض والطلب) وبالتالي تحقيق التوزيع والاستخدام الأمثل للموارد.
 - ب- تحرير سعر الصرف.
 - ج- تحرير أسعار الفائدة.
 - د- تحرير الأسواق المالية وتطويرها.
 - هـ- إصلاح النظام الضريبي وتنظيم التعرفة الجمركية، بحيث لا يؤثر ذلك على الناتج المحلي.
- ٢- توفر بيئة سياسية مناسبة تسعى الى تشجيع القطاع الخاص ودفعه للولوج الى المجالات ذات النفع العام والمردود القليل ودعمه من اجل القيام بها.
- ٣- توفر بيئة قانونية مناسبة من خلال توفر النصوص والمواد القانونية التي تسهل عملية التخصصية وتضمن حقوق الافراد سواء كانوا مستهلكين أو منتجين.
- ٤- توفر بيئة إدارية منظمة من خلال تشكيل لجان إدارية متخصصة ذات خبرة عالية تتولى عملية نقل الملكية، ويجب ان تتصف بالنزاهة والشفافية.
- ٥- توفر بيئة اجتماعية مناسبة تتقبل عملية التحول من القطاع العام الى القطاع الخاص وتوفر أسلوب الحوار الديمقراطي ما بين الافراد والحكومة وتوعيتهم من خلال وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة عن أسباب التخصصية وفوائدها

واضرارها وتوفير كافة القوانين التي تحمي المستهلك والمنتج.

سادساً: الخصخصة في الاقتصاد العراقي:

يشهد العراق اليوم مرحلة جديدة من مراحل التحول السياسي والاقتصادي والاجتماعي، فهو بدأ بعملية تحول واضح من نظام اقتصادي اشتراكي يعتمد على سيطرة القطاع العام الى نظام اقتصادي حر، وهذا التحول الذي تعود جذوره الى مطلع الثمانينات لايزال في بدايته، يسير ببطء مقارنة مع الاحداث التي تجري على الساحة الدولية^(٧).

لقد بات السوق العراقي بعد عام ٢٠٠٣ مغرقاً بالسلع الأجنبية التي لا تخضع لفحوصات الجودة والنوعية والسلامة الصحية بسبب غياب الرقابة وتسابق المستوردين على استيرادها، بحثاً عن الأرباح واشباع حاجة المستهلك العراقي الذي حرم منها لعدة سنوات، فقد كان شغوفاً لاقتنائها دون معرفة مصدرها أو مواصفاتها معتمداً على ثقته بالمستورد أو الدعاية والاعلانات التي يضعها التجار في مراكز البيع، وكان نتيجة هذا التسابق ما بين المستوردين ان يكون العراق سوقاً مفتوحاً امام السلع الأجنبية المختلفة في نوعيتها وجودتها بسبب الاستيراد المفتوح المنفلت التي اعتمدتها الحكومة ما بعد عام ٢٠٠٣، وغياب الدور الرقابي لأجهزة الدولة وعدم تدخلها بحماية المنتج الوطني أو بحماية المستهلكين، وهذا التقاعس عن دورها الرقابي والحماي أدى الى اتساع ظاهرة (الإغراق السلعي) في السوق العراقي، ليكون سوقاً لا مثيل له في دول العالم الأخرى الذي اغرق بأصناف متعددة من السلع الرديئة النوعية دون المواصفات القياسية ذات الأسعار المغرية اعتمد فيها المنتجون على الغش الصناعي وعدم مطابقة مقاييس الجودة والنوعية^(٨).

ولم يقتصر الحال على السلع الصناعية فقط، بل تعدى ذلك ليشمل السلع الغذائية، فنتيجة للسياسة الزراعية الخاطئة وتزامنها مع افتتاح مع السوق العراقية على أسواق العالم، وسياسة الاستيراد المنفتح، فقد شهدت تلك السلع تدهوراً في انتاجها نتيجة لدخول تلك السلع الغذائية الزراعية المستوردة ذات النوعيات الرديئة، وحتى المنتهية الصلاحية وبأسعار زهيدة لتنافس المحاصيل الزراعية المحلية، فأثرت هذه السياسة على كميات الإنتاج، وترك الفلاحون الزراعة وهجروا الأراضي الزراعية انتقلوا الى المدن، وتحول الفلاح من منتج زراعي الى مستهلك^(٩).

المطلب الثاني

حماية المستهلك

أولاً: أهمية حماية المستهلك:

حظي موضوع حماية المستهلك في عمليات البيع والشراء أهمية خاصة منذ أقدم العصور، وقد تجسد ذلك في تعاليم الأديان السماوية والقوانين الوضعية لدى الشعوب والحضارات القديمة، ففي الحضارة البابلية مسلة حمورابي ٢٨٢ مادة قانونية اهتمت بتنظيم الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية وامور الجيش والمهن والصناع وأوضاع العمال والعبيد ونظمت عمليات البيع والشراء وحددت قيم العملات المعدنية من الذهب والفضة، كذلك حددت الاوزان والمعايير والكتل المختلفة، ووضعت قوانين في غاية الأهمية شديدة العقوبة لمن يتلاعب بتلك الاوزان والمقاييس، ومنع حالات الغش والاحتكار وخاصة ما يتعلق بالسلع الغذائية كالحبوب والرغيف واللحوم والزيت، والعمل بأمانة ومصداقية في البيع والشراء والتجارة.

وفي القرآن الكريم ورد ذكر الغش والتلاعب في الأسعار والاوزان في أكثر من اية، ففي سورة الشعراء الآية (١٨١) قوله تعالى ﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ﴾، والآية (١٨٢) قوله تعالى ﴿وَمِزُوا بِأَقْسَاسِ الْمُسْتَقِيمِ﴾، فدين الإسلام لا يقتصر على العبادات فقط بل امتد ليشمل المعاملات أيضاً، فقد وضع اطاراً اخلاقياً محدداً لعمليات البيع والشراء والتجارة، وقد فرض بعض العقوبات التي تتكفل حماية المستهلك والحض على الامانة في البيع والشراء.

وهنا نستدرك أهمية وتأكيد الحضارات والأديان السماوية على المستهلك وحمايته من الغش والتلاعب في القيم والاوزان، وهذه الظواهر كما تبين انها ليست حديثة العهد على المجتمع بل تمتد جذورها الى أقدم الحضارات.

وبحكم الصفة السيادية للدولة على الافراد أصبح واجب من واجبات الدولة الأساسية حماية الافراد المستهلكين، ويتم ذلك بتظافر جهود مؤسسية وأجهزتها المختلفة الرسمية وغير الرسمية.

ثانياً- جوانب حماية المستهلك:

وتشمل حماية المستهلك جانبين:

الجانب الأول: حماية المستهلك من نفسه في الحالات الآتية:

أ- حالة استخدام أو استهلاك سلعة معينة وهو على علم بالضرر الذي ينتج من استخدامها أو استهلاكها.

ب- حماية المستهلك بسبب جهله باستخدام السلع أو قلة خبرته.

ج- حماية المستهلك بسبب قلة وعيه عند تناول بعض السلع دون الاستشارة أو معرفة خطورتها.

الجانب الثاني: حماية المستهلك من الغير:

في هذا الجانب يكون مجال الحماية هو الحيلولة دون ان يقع المستهلك ضحية للغش أو الجشع أو الخداع أو الاعلان الضلل أو ارتفاع السعر أو التلاعب بالمواصفات ونوعية السلعة أو التعبئة أو شكل التغليف^(١٠).

تعرف حماية المستهلك بأنها (حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها وحمايتها من كل ما يقدم له من منتجات قد تلحق به اضراراً صحية أو اجتماعية أو اقتصادية ظاهرة أو غير ظاهرة).

وحماية المستهلك تتضمن رعايته ومساعدته للحصول على ما يلزم من سلع وخدمات بأسعار مناسبة ومنع جميع الاضرار أو العوامل التي تسبب له الاضرار وحمايته من نفسه سواء كان مدركاً بذلك أو غير مدرك.

كما نعرف حماية المستهلك بأنها (كافة الجهود المشتركة والمنظمة في المجتمع لحماية حقوق المستهلكين في معاملاتهم مع الغير).

هو الشخص الطبيعي المعنوي الذي لديه القدرة على شراء السلع والخدمات التي توفر له اشباع حاجاته وسد رغباته السلعية والخدمية^(١١).

ومن هذا التعريف نستنتج:

- ١- ان حماية المستهلك مسؤولية مشتركة وليست مسؤولية طرف معين.
- ٢- تشارك في حماية المستهلك عدة جهات تأخذ بالجانب الاجتماعي.
- ٣- الحماية شاملة لا تقتصر على الاسعار بل تمتد الى نوعية وجودة السلعة وصلاحياتها ومخاطرها الصحية^(١٢).

إن حماية المستهلك ينبغي ان تتصف بالعدالة في موازنتها ما بين حقوق وواجبات أطراف كل عملية، بمعنى اخر ان لا تكون هذه الحماية جائرة على حقوق الطرف الاخر (المنتج) وبالتالي سيكون الضرر بالمستهلكين بدلا من حمايتهم، فعزوف المنتجون عن انتاج السلع التي تعتمد سياسة الحماية الجائرة عليها سيؤدي الى زيادة أسعارها وبالتالي عدم حصول الافراد عليها، بل الأشد من ذلك قد تظهر حالات الاحتكار لهذه السلعة، والمسألة الأخرى التي يمكن ان نلاحظها هو ان سياسة الحماية ينبغي ان لا تتعارض مع آليات السوق، فعلى سبيل المثال ان سياسة التسعير الاجباري تتناقض مع آلية السوق، وقد تحولها الى السوق السوداء بدلا من سوق المنافسة.

ويعتقد الاقتصاديون ان المستهلك هو شخص رشيد يسعى غالبا الى سد حاجاته الأساسية وتلبية رغباته معتمدا على عاملين الأول هو الدخل الأسعار، والتصرف بمحدود العقلانية أو الرشاد. وعلى هذا الأساس يصنف المستهلكون وفقا للغرض من الشراء الى ثلاث هم:

الأول: المستهلك النهائي: وهو المستهلك الذي يشتري السلع والخدمات لغرض استخدامها واستهلاكها، واشباع حاجاته مثل شراء الأثاث ولأدوات المنزلية والملابس.... الخ.

الثاني: المستهلك الصناعي: هو المستهلك الذي ينتمي الى السوق الصناعية، اذ يقوم بشراء السلع والخدمات ذات الطابع الخاص التي تستخدم في انتاج سلع أخرى مثل المواد الخام والسلع النصف مصنعة.

الثالث: الوسيط أو التاجر: الذي يقوم بشراء السلع والخدمات لغرض إعادة بيعها في الأسواق لغرض تحقيق الأرباح.

رابعاً: حقوق المستهلك^(١٣):

بعد هذا الاستعراض لمفهوم الحماية والمستهلك لا بد من التعرف الى اهم حقوق المستهلك، اقرت الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة في عام ١٩٨٥ بعض الحقوق الرئيسية للمستهلك منها:

١- حق الأمان: أي حمايته من السلع والخدمات التي قد تلحق به اضرار صحية أو اجتماعية نتيجة لتناولها.

٢- حق المعرفة: أي حقه في توفير المعلومات والبيانات الصحية عن المنتجات التي يستهلكها التي تعرفهم على طبيعة المادة المستهلكة، وكذلك تسهل عليهم المقارنة بين سلعة وأخرى مماثلة، وبالتالي تدفع عنهم حالات النصب والاحتيال والغش الصناعي.

٣- حق التشقق: أي حقه في اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة لممارسة الاختيارات الواعية ما بين السلع والخدمات.

٤- حق الاختيار: أي تمتع المستهلك بحق الاختيار اثناء عملية الشراء وعدم اجباره على شراء سلعة لا يرغب بها، وان لا يقع المستهلك ضحية لحالات الاحتيال من قبل المنتجون في السوق.

٥- حق المستهلك في القضاء: أي حقه في القضاء ورفع الشكوى ومطالبته بالتعويض. وقد اضافت منظمة الأمم المتحدة مجموعة أخرى من الحقوق منها:

أ- حق المستهلك في اشباع حاجاته الأساسية.

ب- حق المستهلك في الحصول على تعويض مالي نتيجة للأضرار التي تلحق به.

ج- حق المستهلك للعيش في بيئة سليمة.

د- حق المستهلك في التعلم والثقافة.

هـ- حق المستهلك في الكرامة الشخصية، واحترام الدين والعادات والتقاليد.

خامساً: مجالات الإخلال بحماية المستهلك:

هناك عدة مجالات للإخلال بحماية المستهلك وكما يلي:

١- اعتماد الإعلان المضلل غير النزيه عن السلع والخدمات، واتباع أساليب الخداع والغش واغراء المستهلك على شراء السلع. فالأسلوب الذي تعرض فيه السلع أو الذي يعلن به عنها سيؤثر على الثقافة الاستهلاكية للمستهلك.

٢- التلاعب في الاوزان أو نوعية المواد الاولية الداخلة في صناعة السلعة.

٣- الخداع في المعلومات عن السلع كالمعلومات الغذائية والمحتويات الداخلة في صناعتها.

٤- اعتماد طرق التعبئة والتغليف البدائية، قد تكون ضارة بصحة المستهلك مثل استخدام المواد القابلة للصدأ أو استخدام عبوات قديمة ملوثة أو قابلة للتفاعل مع مركبات المواد الغذائية.

٥- عدم مطابقة مواصفات السلعة. وسوء التخزين. واستخدام وسائط نقل غير ملائمة لشروط نقل السلع، مثل بعض المواد الغذائية التي تحتاج الى شروط تبريد في وسائل النقل^(١٤).

سادساً: العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك:

يتمثل سلوك المستهلك بمجموعة التصرفات التي يديها المستهلكون عند شراء سلعة أو اختيار خدمة ما من متاجر معينة دون غيرها، وفي مواسم أو أيام أو أوقات معينة، أو ميل الافراد لاستهلاك سلعة دون غيرها^(١٥).

ويتأثر سلوك المستهلك بعوامل منها:

١-عوامل اجتماعية: وتشمل:

أ- الاسرة: تكون العلاقة تبادلية ما بين الفرد واسرته، لذلك فأن اغلب قرارات الشراء ستتأثر برغبات افراد اسرته.

ب- المحيط والمجتمع: مثل الأصدقاء، الأقارب..... الخ، اذ يكون تأثير هذه الأطراف

واضح في قرار الشراء.

ج- المنصب أو المكان الذي يعمل فيه الفرد.

٢- عوامل ثقافية: وتشمل:

أ- ثقافة الافراد والمستوى التعليمي لهم. ب-الثقافة المكتسبة. ج-العادات والتقاليد. د- الأديان.

٣- عوامل شخصية: وتشمل:

أ- العمر. ب- الحالة الصحية. ج- المستوى المعيشي. د- نوعية السكن.

٤- عوامل أخرى: وتشمل:

الدعاية، الإعلان، التعلم، الانتباه والادراك.

المطلب الثالث

اليات حماية المستهلك

هناك عدة اليات لحماية المستهلك منها:

أولاً: منع الاحتكار:

إن الاحتكار من اسوء الأمور التي تؤثر على المستهلك على المستهلك، فكما هو معروف ان احتكار السلع يؤدي الى ارتفاع أسعارها وضياع حق المستهلك في حرية اختيار السلعة أو الخدمة التي تنفعه أيضاً^(١٦).

وهنا لابد من وجود دور للقوانين والتشريعات التي تمنع أو تحد من ظاهرة الاحتكار، وبالتالي نكون قد حققنا اهم ركن في حماية المستهلك، لكن ما نلاحظه في قانون حماية المستهلك في العراق رقم (١) لسنة (٢٠١٠) ان المشروع العراقي لم يتطرق في فقراته كافة الى موضوع احتكار السلع وكيفية محاربته، ونعتقد ان هذا الجانب من اهم الجوانب التي يجب ذكرها في القانون أعلاه لأنه ركيزة أساسية من ركائز حماية المستهلك، فكيف تم اغفاله من قبل المشرع العراقي على عكس ما نلاحظه في بعض قوانين حماية المستهلك لبعض الدول كمصر والجزائر والامارات العربية وسوريا التي جاء فيها ذكر الاحتكار ومحاربة

الاحتكار ومعاقة المحتكرين.

وقد يتعرض بعض الاقتصاديون على ذلك بالقول ان محاربة الاحتكار لا تقتصر على القوانين فقط، بل يمكن محاربة الاحتكار من خلال السياسة التجارية وبالذات سياسة الحماية. نعم وهذا القول صحيح ولكن يبقى القانون سيد الموقف سهل التطبيق ويمتاز بسرعة التنفيذ أكثر من السياسات الاقتصادية أو التجارية التي تحتاج الى مده من الزمن لتطبيقها.

ثانياً: احترام المواصفات القانونية القياسية للسلعة الخدمة من قبل المنتج أو المجهز:

فالمواصفات القياسية هي عبارة عن بيانات تبين خصائص السلعة أو الخدمة هدفها الرئيسي هو المطابقة المشروعة والمتعارف عليها لتلك المنتجات وبالتالي توفير الامن الصحي والغذائي للمستهلك، كما انها تعد وثيقة قانونية متاحة لجميع الافراد معترفا بها ومصادقا عليها من قبل الدولة والمنتجون^(١٧).

لذلك فإن المواصفات والتقييس تهدف الى:

أ- تحسين جودة السلع والخدمات.

ب- الاقتصاد بالموارد وحماية المستهلك والالتزام في التعاملات.

ج- عدم الازدواجية في عمل التقييس. اما أنواع المواصفات القياسية محلية أو مسجلة أو دولية.

ولأهمية موضوع المواصفات والتقييس فقد أولى المشرع العراقي اهتماما كبيرا بهذا الشأن، ولغرض ذلك، فقد أكد المشرع في الفصل الرابع، المادة (٧) من قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠ في واجبات المجهز (المنتج، المستورد) على ما يلي^(١٨):

أولاً: التأكد على تثبيت البيانات والمكونات الكاملة للمنتج، وخاصة تاريخ بدء وانتهاء الصلاحية وبلد المنشأ، قبل طرحها في السوق أو اجراء عملية البيع والشراء أو الإعلان.

ثانياً: والالتزام بالمواصفات القياسية العراقية أو العالمية لتحديد جودة السلع المستوردة أو المصنعة محليا، ويكون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية هو المرجع

لهذا الغرض.

اتخاذ اسم وعنوان تجاري وقيدتها في السجلات الأصلية لدى الجهات المختصة،
ومسك السجلات المعتمدة لنشاطه.

ثالثاً: الاشتراط على المنتج اعلام المستهلك بالتحذير من الاخطار التي قد تنشأ نتيجة
للاستعمال السيء للسلعة أو الخدمة، فواجب التحذير من اهم الواجبات على
منتج السلعة أو الخدمة، فمثلاً يقوم بالإعلان عن سلعته فينبغي عليه بالمقابل
اعلان التحذير عن استعمالها الخاطئ وكما يلي^(١٨):

١- ينبغي ان يكون التحذير واضحاً ومكتوباً على السلعة بلغة بسيطة وسهلة الفهم لدى
المستهلك، وفي بعض الحالات يستطيع المنتج الاستعانة ببعض الاشكال أو الرسم
لغرض توضيح الخطر الذي قد ينتج عن سوء استعمال تلك السلعة، كما يجب ان
يكون التحذير واضحاً وظاهراً ومكتوباً بحروف كبيرة وذات ألوان مختلفة.

٢- ان يكون التحذير شاملاً لجميع أنواع المخاطر المرتبطة باستهلاك السلعة أو الخدمة.

٣- ان يكون ملصقاً بشكل جيد ومضبوط ومناسباً لطبيعة السلعة سواء كانت صلبة أو
سائلة أو غازية، أو كانت مادة غذائية ام كمالية.

ولهذا الغرض فقد اشترط المشروع العراقي في قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة
٢٠١٠ في المادة (٩) منه على المجهز للسلعة أو الخدمة ما يلي:

١- حظر ممارسة الغش والتدليس، أو إخفاء حقيقة المواد المكونة لها، أو المواصفات
المعتمدة في السلع والخدمات.

٢- حظر انتاج أو بيع أو عرض أو اعلان عن:

أ- سلع وخدمات مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

ب- أي سلع لم يدون على اغلفتها أو عليها بصورة واضحة المكونات الكاملة لها أو
التحذيرات (ان وجدت) وتاريخ بدء وانتهاء الصلاحية.

٣- عدم إخفاء أو تغيير أو إزالة أو تحريف تاريخ الصلاحية.

٤- عدم إعادة تغليف المنتجات التالفة والمنتية الصلاحية بعنوان واغلفة تحمل صلاحية مغايرة للحقيقة ومضللة للمستهلك.

رابعاً: ماهية العقوبات القانونية:

أما ما يتعلق بجانب العقوبات فقد نصت المادة (١٠) من قانون حماية المستهلك (١) ل سنة ٢٠١٠ ما يلي:

١- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن (٣) ثلاثة أشهر، أو بغرامة لا تقل عن مليون دينار او بهما معا، كل من خالف احكام المادتين (٨،٧) ❖ من هذا القانون.

٢- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن (٣) ثلاثة أشهر أو بغرامة لا تزيد عن مليون دينار أو بهما معا كل من خالف احكام المادة (٩)(٩)^(٥) من هذا القانون.

ويرى الباحثان ان هذه العقوبات تكاد ان تكون غير مناسبة مع ما ذكر من المخالفات التي يرتكبها المجهزون للسلع والخدمات كما وردة في الفقرات انفة الذكر، لكون تلك المخالفات خطيرة جدا قد تؤدي الى اضرار كبيرة، بل من الممكن ان تصل خطورتها الى موت المستهلك.

ولكي تكون العقوبات مانعة وتوفر حماية أكثر للمستهلك ينبغي ان تكون اشد من ذلك، لتلافي حالات الغش والتلاعب بأرواح المستهلكين وحماية المنتج المحلي.

الاستنتاجات:

١- بسبب تردي الأوضاع الأمنية والاقتصادية والسياسية في العراق بعد عام ٢٠٠٣ وضعف أجهزة الدولة الإدارية والرقابية، وظهور حالات من الفساد الإداري والمالي، جعل من العراق ان يكون سوقا مفتوحا امام السلع المستوردة الغير خاضعة للرقابة والسيطرة النوعية.

٢- ضعف الوعي للمستهلك في العراق وحرمانه من القدرة على الشراء بسبب تدني المستوى المعيشي له ولسنوات طويلة قد دفعه الى اقتناء السلع والخدمات دون معرفة مصدرها أو مخاطر استهلاكها.

٣- وجود بعض الثغرات القانونية في قانون حماية المستهلك رقم (١) لسنة ٢٠١٠ فلم يتناول المشرع العراقي مثلاً حالة احتكار السلع والعقوبات المفروضة عليها، فمثل هذه الحالة يمكن استغلالها من قبل المستوردين والمنتجين.

التوصيات:

١- تفعيل ومتابعة دور جهاز السيطرة والرقابة النوعية، مع تظافر جهود كافة الوزارات المعنية بحماية المستهلك ولاسيما وزارة الصحة ووزارة الصناعة والزراعة والتجارة والتعليم العالي والبحث العلمي. وكافة المؤسسات والمنظمات الحكومية وغير الحكومية.

٢- ان إقرار توجه الحكومة نحو الخصخصة في أي قطاع اقتصادي انتاجي أو خدمي مستقبلاً ينبغي دراسته بدقة، مستعينين بذلك بتجارب بعض الدول التي سبقتنا بهذا المجال، وتقييمه فيما إذا كانت الغاية منه هي توفير السلع والخدمات الضرورية للأفراد وتحقيق الكفاءة الاقتصادية للمشاريع، كما يدعي أنصارها، ام هي تحقيق الربح للمستثمر وزيادة الأسعار وعدم حماية المستهلك.

٣- في التوجه نحو الخصخصة أصبحت حماية المستهلك أكثر ضرورة، ولا يمكن التصدي للأفعال التي تصيبه من قبل القطاع الخاص من خلال وضع قواعد قانونية تجرم كل الاعمال التي من شأنها ان تلحق اضراراً بصحة وسلامة المستهلك.

٤- إعادة النظر في قانون حماية المستهلك في العراق لا سيما المادة (١٠) الخاصة بالعقوبات وبما ينسجم مع طبيعة الجرم الذي يرتكبه المتاجرون بأرواح المستهلكين.

هوامش البحث

- (١) د. محمد عبد صالح، العقبات التي تواجه العمل التنموي في العراق بعد عام ٢٠٠٣، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد ٢٧، الجامعة المستنصرية، ٢٠١٠، ص ٦٣.
- (٢) د. محمد رياض الابرش ونبيل مرزوك، التخصصية افاقها وابعادها، دار الفكر، دمشق، ٢٠٠٢، ص ٢٠.
- (٣) سحر قاسم محمد، الآليات الواجب توفرها لانتقال العراق من الاقتصاد المخطط الى اقتصاد السوق، المديرية العامة للإحصاء والأبحاث، البنك المركزي العراقي، العراق، ٢٠١١، ص ٢.
- (٤) شهاب حمد شيحان، إشكالية التخصصية وانعكاساتها في رفع كفاءة الأداء الاقتصادي، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد الثاني، جامعة الانبار، ٢٠٠٨، ص ٦.
- (٥) سليمان أبو صباح، التخصصية والآثار الاجتماعية على الخليج، دار القراءة للنشر، دبي، ١٩٩٦.
- (٦) خالد حيدر، تحليل واقع التخصصية في الاقتصاد العراقي، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد السابع، العدد الأول-انساني، العراق، ٢٠٠٩، ص ٩٥.
- (٧) د شريف لطفي، حماية المستهلك في اقتصاد السوق، ط ٢، دار الشروق للنشر، القاهرة، ١٩٩٤، ص ٨.
- (٨) صفاء عباس، رؤية قانون حماية المنتجات العراقية وضع الإغراق، مجلة صوت المستهلك، العدد (٩٠)، مركز بحوث السوق وحماية، جامعة بغداد، ٢٠١١، ص ٥.
- (٩) نغم حسن نعمة، سياسة الإغراق وسبل دعم وحماية الإنتاج المحلي، تطبيقات مختارة مع التركيز على العراق، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد (٣) المجلد السابع، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الكوفة، ٢٠١٤، ص ٨.
- (١٠) د. طارق الخير، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن، مجلة جامعة دمشق، المجلد (١٧)، ال عدد ١، دمشق، ٢٠٠١، ص ٩٣.
- (١١) د. اياد عبد الفتاح النصور، مبارك بن فهد القحطاني، سلوك المستهلك، ط ١، دار العفاء للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠١٣، ص ٣٩.
- (١٢) د. طارق الخير، مصدر سابق، ص ٩٤.
- (١٣) نغم حسن نعمة، مصدر سابق، ص ٩.
- (١٤) د. اياد عبد الفتاح النصور، مصدر سابق، ص ٣١٦.
- (١٥) سعدون حميد جشير وآخرون، قياس سلوك المستهلك اتجاه الادوية دراسة استطلاعية، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد ١، العدد ٢، بغداد، ٢٠٠٩، ص ١٥٣.
- (١٦) د شريف لطفي، مصدر سابق، ص ٢١.

(١٧) د. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دار المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٩٥.

(١٨) عمر محمد عبد الباقي، مصدر سابق ص ٩٨.

(٩) المواد القانونية (٧، ٨، ٩) ذكرت في البحث.

قائمة المصادر والمراجع

ان خير ما نبتيء به القرآن الكريم.

- ١- الابرشل، د محمد رياض ونبيل مرزوق، التخصصية افاقها وابعادها، دار الفكر، دمشق، ٢٠٠٢.
- ٢- محمد، سحر قاسم، الاليات الواجب توفرها لانتقال العراق من الاقتصاد المخطط الى اقتصاد السوق، المديرية العامة للإحصاء والأبحاث، البنك المركزي العراقي، ٢٠١١.
- ٣- شيحان، د. شهاب حمد، إشكالية التخصصية وانعكاسها في رفع كفاءة الأداء الاقتصادي، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد الثاني، ٢٠٠٨.
- ٤- أبو صبحا، سليمان، التخصصية والاثار الاجتماعية، دار القراء للنشر، دبي، ١٩٩٦.
- ٥- حيدر، خالد، تحليل واقع التخصصية في الاقتصاد العراقي، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد السابع، العدد الأول، العراق، ٢٠٠٩.
- ٦- لطفي، د. شريف، حماية المستهلك في اقتصاد السوق، ط ٢، دار الشرق للنشر، القاهرة، ١٩٩٤.
- ٧- عباس، صفاء، رؤية في قانون حماية المنتجات العراقية ومنع الإغراق، مجلة صوت المستهلك، العدد (٩٠) مكن بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، ٢٠١١.
- ٨- نعمة، د. نغم حسين، سياسة الإغراق وسبل دعم وحماية الإنتاج المحلي تطبيقات مختارة مع التركيز على العراق، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد (٣٠) المجلد السابع كلية.
- ٩- الخير، د. طارق، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن، مجلة جامعة دمشق، المجلد ١٧، العدد ١، دمشق، ٢٠٠١.
- ١٠- النور، د. اياد عبد الفتاح والقحطاني، مبارك بن فهد، سلوك المستهلك، ط ١، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٣.

(٢٨٤).....التوجه نحو التخصصية وحماية المستهلك في العراق

- ١١- جثير، د. سعدون حميد، وآخرون، قياس سلوك المستهلك اتجاه الادوية دراسة استطلاعية، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد ١، العدد ٢، بغداد، ٢٠٠٩.
- ١٢- الباقي، د. عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك، دار المعارف، مصر، ٢٠٠٤.
- ١٣- جريدة الوقائع العراقية، قانون حماية المستهلك رقم ١ لسنة ٢٠١٠، العدد ٤١٤٣، السنة ٥١، ٨ شباط، العراق، ٢٠١٠.