

حماية المُستهلك في النظام القانوني السُّوداني والتشريع الكويتي: دراسة مقارنة(*)

د. سماح العطا بابكر محمد
أستاذ القانون التجاري المساعد
كلية القانون، جامعة النيلين، السُّودان

الملخص

يناقش هذا البحث موضوع حماية المُستهلك في القانون، وهو الموضوع الذي يبيِّن مدى أهمية حماية هذه الحقوق، وضرورة اقتناء المُستهلك سلعاً وخدمات بجودة عالية، تُراعى فيها الضوابط والمعايير والمواصفات والمقاييس المطلوبة، والسعر المناسب، وفوق ذلك ضرورة الحفاظ على سلامة المُستهلك وصحته. وتكمن مشكلة البحث في هضم حقوق المُستهلك، وكثرة تعرضه للغش والخداع، وضعف الرقابة من قبل الجهات المعنية، وتقاعسها عن القيام بواجبها القانوني حيال ذلك، إضافة إلى مُواجهة المُستهلك أسعاراً متغيرة باستمرار، وغير ثابتة في السوق.

يهدف البحث إلى تفعيل الحماية القانونية للمُستهلك، والمُسندة سلفاً بالقوانين واللوائح، إلى جانب تفعيل عمل آليات حماية حقوق المُستهلك على أرض الواقع، كما يهدف البحث إلى حماية المُستهلك من الغش التجاري، وتبصيره بأنواعه، وبعض صوره، من أجل الوقوف على حقوقه، وفي سبيل ذلك انتهج البحث في إعداد المنهج الوصفي التحليلي المقارن.

عزا البحث، في نتائجه، عودة مشكلة الموضوع إلى تطبيق مفهوم الاقتصاد الحر السائد في السوق، وغياب تنفيذ قوانين الرقابة وتحديد الأسعار، وضعف الدور الرقابي، والوقوف بتنفيذ حماية حق المُستهلك والرفع منها على أرض الواقع في السوق السُّودانية من قبل الجهات ذات الاختصاص. ويوصي البحث بضرورة إنشاء وتكوين الجمعيات التعاونية، والحرص على تفعيل أنشطتها على أرض الواقع؛ لما تؤديه من دور مهم، ولما تقوم به من دور في توفير حماية قانونية لحقوق المُستهلك؛ ولأن الأخير يُعدّ شريكاً فيها؛ لمساهمتها في تكوين رأسمالها، مما يجعله حريصاً على تفعيل ما تقوم به من مهام. وضرورة أن تُجعل فاتورة الشراء للمُستهلك قيداً إلزامياً في البدء على التاجر

تم قبوله للنشر في: 9 مارس 2022

(*) تم تقديمه للنشر في: 4 مارس 2021

أو مُقدم الخِدمة، بتوفيرها للمشتري من دون أن يطلبها؛ لِضمان قانونية وسلامة التعامل التجاري، وسهولة إثبات حقوق كل من الطرفين في حال حدوث النزاعات، مع ضرورة تشريع قوانين لتسعير المُنتجات والخدمات الضرورية للمُستهلك، والتي لاغنى عنها؛ بغرض التزام السوق تجاه المُستهلك بأسعار محددة وثابتة، وضرورة مراجعة العقود النمطية، وإبعاد ما يعسف بحق المُستهلك من أجل خلق التوازن العقدي بين المُنتج والمُستهلك.

كلمات دالة: المُستهلك، والجمعيات التعاونية، وآليات حماية المُستهلك، والرقابة القانونية، وحقوق المُستهلك، والغش التجاري.

المقدمة

أولاً: موضوع البحث

يُنَاقَشُ البحثُ موضوعَ حمايةِ حقِ المُسْتَهْلِكِ، وبيانِ كِيفِيَةِ تَنْظِيمِ المُشْرَعِ السُّودَانِي وَالكويتيِ حقِ المُسْتَهْلِكِ فِي القانونِ، ومدى كِفَايَتِهِ، بِغَرَضِ إِخْرَاجِ مُسْتَهْلِكِ مُدْرِكٍ وَمَتَبَصِّرٍ وَمَتَمَسِكٍ بِحَقُوقِهِ القانونِيَّةِ، وَخَلْقِ رِقَابَةٍ مِنْ قَبْلِهِ تُسَاعِدُ إِلَى جَانِبِ رِقَابَةِ الْجِهَاتِ المعنِيَّةِ بِذَلِكَ، وَليصِبَ معها المُجْتَمَعُ أَكْثَرَ تَفَاعُلاً مَعَ قَضَايَاهُ.

ويأتي البحثُ مُناقِشاً لمَوْضُوعِ حِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ فِي القانونِ القوميِ لِحِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ، لِسَنَةِ 2019 (السُّودَانِي)، مَعَ مُقَارِنَتِهِ بِقانونِ تَنْظِيمِ التِّجَارَةِ وَحِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ بِوَلَايَةِ الخَرْطُومِ رَقْمَ 8 لِسَنَةِ 2012، وَبِقانونِ حِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ الكُوَيْتِي رَقْمَ 39 لِسَنَةِ 2014 وَلائِحَتِهِ التَّنْفِيذِيَّةِ.

مَعَ ضَرُورَةِ الإِشَارَةِ هُنَا إِلَى ضَرُورَةِ بَيَانِ أَنَّ القانونِ القوميِ يُطَبَّقُ مَعَ القانونِ الوِلَايَتِي، جَنْباً إِلَى جَنْبٍ؛ نِسْبَةً إِلَى وَرُودِ عِبَارَةِ: «أَنَّ هَذَا القانونِ لَا يُؤْثِرُ عَلَى مَصَالِحِ الوِلَايَاتِ»⁽¹⁾، وَالتي وَرَدَتْ عِنْدَ الفِئْرَةِ المُتَعَلِّقَةِ بِشَهَادَةِ التَّوْقِيعِ عَلَى القانونِ القوميِ لِحِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ لِسَنَةِ 2019، حَيْثُ لَمْ يَلِغِ القانونِ القوميِ أَيَّاماً مِنْ قَوَانِينِ حِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ الوِلَايَتِيَّةِ بِالسُّودَانِ، وَمِنْ بَيْنِهَا قَانُونِ حِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ بِوَلَايَةِ الخَرْطُومِ؛ إِذْ لَيْسَ مِنْ سُلْطَاتِهِ فِعْلُ الإِلْغَاءِ إِزَاءَهَا، مُرَاعَاةً لِمُرَاسِمِ وَضْعِ القَوَانِينِ وَضَوَابِطِهَا، وَالتي تُحَدِّدُ بِدَوْرِهَا طُرُقَ وَكِيفِيَةَ التَّعْدِيلِ وَالإِلْغَاءِ؛ فَلَيسَ لِلقانونِ القوميِ أَنْ يَلْغِيَ قَانُوناً وَلائِيّاً، فَالْأخِيرُ لَا يَلْغِي إِلا بِقانونِ وَلائِيٍّ مِثْلِهِ، أَوْ أَنْ تُصَدَّرَ المَجَالِسُ التَّشْرِيعِيَّةُ لِتَلْكَمِ الوِلَايَاتِ أَوْامِرَهَا بِالإِغْيَاءِ قَانُونِهَا الوِلَايَتِي، أَوْ بِوَقْفِ تَطْبِيقِهِ.

إِزَاءَ ذَلِكَ تَهْدَفُ الدِّرَاسَةُ وَتَرْتَوِي لِإِبْرَازِ قَوَاعِدِ النِّظَامِ السُّودَانِي فِي تَنْظِيمِهِ لِحِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ، فِي ظِلِّ تَعَدُّدِ الشَّرَائِعِ الَّتِي وَضَعَتْ بِشَأْنِهِ، وَالتي خَصَّ النِّظَامُ القانونِي السُّودَانِي كُلَّ وِلَايَةٍ بِأَنْ تَضَعُ مَا يَنَاسِبُهَا مِنْ أَحْكَامٍ، ثُمَّ أَحَقَّ أُخِيرًا قَانُوناً قَوْمِيًّا لِحِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ، وَلِتَكُونَ الإِثَارَةُ فِي: هَلْ يَجْمَعُ فِي تَطْبِيقِهِ كُلَّ وِلَايَاتِ السُّودَانِ، أَمْ يُتْرَكُ لِحِينِ الحَاجَةِ إِلَى تَطْبِيقِهِ فِي وِلَايَةٍ لَمْ تَضَعْ تَشْرِيعًا لِحِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ بِهَا؟ وَمَاذَا إِنْ تَضَارَبَتْ بِعِضِّ أَحْكَامِهِ مَعَ قَانُونِ وَلائِيٍّ، وَمَاذَا إِنْ نَظَّمَ القانونِ القوميِ بِعِضِّ القَوَاعِدِ، وَهَنَّاكَ أُخْرَى لَمْ يَنْظُمِهَا التَّشْرِيعُ الوِلَايَتِي؟!

وَفِي النِّسْقِ ذَاتِهِ، فَقَدْ وَرَدَتْ قَوَاعِدُ حِمَايَةِ المُسْتَهْلِكِ فِي النِّظَامِ السُّودَانِي فِي قَوَانِينِ مُتَفَرِّقَةٍ، مِنْهَا: القانونِ الجِنَائِي لِسَنَةِ 1991، فِيمَا يَتَعَلَّقُ بِبَعْضِ صُورِ الغِشِّ التِّجَارِي

(1) انظر ذلك: القانون القومي السوداني لحماية المستهلك، لسنة 2019.

والجرائم الأخرى، وقانون المواصفات والمقاييس لسنة 2008، وقانون تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار لسنة 2009، وتشريعات حماية المُستهلك الولائية، إضافة إلى قانون حماية المُستهلك القومي.

وتكلمة لذلك هدفت الدراسة إلى تبيان أجهزة النظام السُّوداني العدلية في حمايتها المُستهلك، من وكالة نيابة، وجهاز حماية المُستهلك، والتطرق للجوانب الاجتماعية من دور جمعيات حماية المُستهلك.

ثانياً: مُشكلة البحث

تَكْمُنُ مُشكلة البحث في الآتي:

تعرُّض المُستهلك لكثير من الاستغلال في مُعاملاته على أرض الواقع، كأنما أصبح اقتناؤه السلع وحصوله على الخدمات، من قبل أصحابها، عقود إذعان إن شاء أخذ احتياجاته وإلا تركها، وهو في أمس الحاجة إليها، لاسيما احتياجاته الضرورية التي لا غنى له عنها في حياته اليومية؛ بالإضافة إلى ضعف الدور الذي تقوم به الأجهزة الرقابية المعنية بحمايته، كأنما تركته يُواجه الصُّعاب وحده، من دون وجود ضمان وقبلة يلجأ إليهما.

كذلك تكمن مشكلة البحث في هضم حقوق المُستهلك، وكثرة تعرضه للغش والخداع، وُضعف الرقابة من قبل الجهات المعنية بواجبها القانوني حيال ذلك، وكثرة مُواجهة المُستهلك بأسعار غير ثابتة في السوق، وبالضرورة فإن غياب تطبيق قوانين حماية المُستهلك فاقم من أزمة غلاء الأسعار، وانفلات الأسواق في البلاد؛ ما أدى إلى تفاقم الأوضاع المعيشية لدى المواطن؛ إزاء ذلك يُمكن أن تتلخص مُشكلة الموضوع في الأسئلة التالية، وبالتالي محاولة البحث عن إجابات عنها:

- ما حقوق المُستهلك في القانون؟
- هل تقوم الجهات المختصة والمعنية بدورها على أكمل وجه في حماية حق المُستهلك؟
- ما دور المُستهلك في حماية حقوقه...؟
- ما مدى تبصر المُستهلك السُّوداني بالقوانين ذات الاختصاص؟
- ماذا إن تعارضت أحكام القانون القومي لحماية المُستهلك مع التشريع الولائي، وماذا إن نَظَم القانون القومي بعض القواعد وأخرى لم يُنظِّمها التشريع الولائي؟ في ظل دولة تعددت فيها الشرائع بشأنه؟

- ما مدى التزام السوق تجاه المُستهلك بأسعار محدّدة وإعلانات حقيقية؟

ثالثاً: أهمية البحث ومُبررات اختياره

دائماً ما يُواجه المُستهلك، في السوق، بأسعار غير ثابتة، وإعلانات غير حقيقية. وفي المقابل نادراً ما يجد المُستهلك - في السوق - أسعاراً ثابتة وإعلانات حقيقية، مما يضرّ ويُزعزع مفهوم المصدقية والدقة تجاهها؛ إذ المطلوب من الإعلانات أن تتميز بهما؛ ليطمئن المُستهلك، وينعم باقتنائه سلعةً وخدماتٍ مرعية فيها ضوابط هيئات المواصفات والمقاييس المفروضة؛ لكيما تلبي احتياجاته بشأنها، مما يقتضي معه ضرورة توعيته وإرشاده هذا في جانب.

وفي جانب آخر لأنّ بحماية المُستهلك، والعمل على الوعي الجمعي لمجموع المُستهلكين يُساعدان كثيراً الجهات المعنية بأمر الرقابة، وبالتالي يُساعدان في تسهيل الأمر للمواطن في خلق دور ايجابي له في المجتمع، ومن هنا تتأتى أهمية تقنين وحماية حقوق المُستهلك في القانون، والوقوف بتنفيذها وتقرير مستوى رقابتها.

رابعاً: أهداف البحث

تتمثل الأهداف المرجوة من مناقشة هذا الموضوع في الآتي:

- 1- ضمان حماية حق المُستهلك في القانون.
- 2- تحفيز دخول المُستهلك عضواً في الجمعيات التعاونية؛ إذ بها يملك المُستهلك سهماً في تكوين رأسمالها؛ مما يُعدّ شريكاً أصيلاً بها، ويكون دافعاً قوياً لوقوفه على أمر حقوقه المكفولة بالقانون.
- 3- تفعيل دور الأجهزة المعنية بحماية حق المُستهلك.
- 4- السعي إلى تحسين ورفع الوعي الجمعي لمجموع المُستهلكين بحقوقهم القانونية.
- 5- الوقوف على واقع حماية حقوق المُستهلك في السوق السودانية، وعلى مستوى الحماية المطبقة لما هو مُقرر بشأنها.

خامساً: منهج البحث

انتهج البحث، في إعداده، المنهج الوصفي التحليلي المقارن لموضوع حماية المُستهلك في النظام القانوني السوداني، من خلال القانون القومي لحماية المُستهلك لسنة 2019، وقانون تنظيم التجارة وحماية المُستهلك بولاية الخرطوم رقم 8 لسنة 2012، وقانون

حماية المُستهلك الكويتي رقم 39 لسنة 2014، ولائحته التنفيذية.

سادساً: خطة البحث

تأتي خطة البحث مُقسَّمة على النحو التالي:

المبحث الأول: ماهية حق المُستهلك

المبحث الثاني: الغش التجاري وصوره

المبحث الثالث: حق المُستهلك في القانون

المبحث الرابع: آليات حماية حق المُستهلك

المبحث الأول ماهية حق المستهلك

في البدء يُعدُّ مصطلحي الاستهلاك والمستهلكين حديثي الظهور نسبياً في مجال الفقه القانوني؛ إذ وفق الأصل هما من المصطلحات الاقتصادية⁽²⁾، كما أن الفقه القانوني قد تناولهما بالدراسة في النصف الثاني من القرن العشرين، إزاء ذلك يعرض هذا المبحث - من الدراسة - تعريف مصطلح المستهلك في اللغة والفقه والقانون، وبيان ماهية حقوقه وفق المطالب الآتية:

المطلب الأول تعريف المستهلك

يُطرح هذا المطلب عرضاً لماهية ومقصود كلمة «المستهلك»، في اللغة والفقه والقانون، وفق ترتيب الفروع التالية:

الفرع الأول تعريف المستهلك في اللغة

استَهَلَكَ: (فعل)، استهلك يستهلك، استهلاكاً، فهو مُستهلك، والمفعول مُستهلك، استَهَلَكَ المال: أنفقَهُ.
استَهَلَكَ في كذا: جَهد نفسه فيه. والمال ونحوه: أنفقَهُ أو أهلكه. ويُقال: استَهَلَكَ ما عنده من طعامٍ أو متاعٍ⁽³⁾.

(2) عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص 17. حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص 8. والمستهلك في علم الاقتصاد هو: الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك، وهو المحرك الرئيس للاقتصاد، ومن أجله يتم الإنتاج وله يتم البيع، محمد سعد خليفة، مُشكلات البيع عبر الإنترنت، مشار إليه لدى: عبدالرؤف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر والقانون، القاهرة، 2019، ص 17.

(3) المعجم الوسيط، ج 2، ط 3، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1405هـ - 1985م، ص 1032.

الفرع الثاني

تعريف المُستهلك في الفقه

في ذلك انقسم الفقه القانوني إلى اتجاهين، في تبنيه مفهوم ومعنى المُستهلك، أحدهما ضيق، والآخر موسع، على النحو التالي:

الاتجاه الضيق: يُعرّف المُستهلك بأنه: «كل شخص طبيعي يسعى إلى إبرام تصرف قانوني لإشباع حاجاته الشخصية، أو العائلية، غير المرتبطة بنشاطه الحرفي أو المهني»⁽⁴⁾.

يُلاحظ قصر التعريف على الاستهلاك الشخصي فقط للمُستهلك، وأبعد استهلاكه المهني، إن كان المُستهلك نفسه ذا حرفة يشتري من أجل البيع للآخرين.

الاتجاه الموسع: يُعرّف المُستهلك بأنه: «كل شخص يتعاقد بقصد الاستهلاك، بأن يقوم باستعمال أو باستخدام مال أو خدمة»، كذلك يُعرّف بأنه: «كل شخص يتعاقد بهدف استعمال، أو استخدام مال، أو خدمة، سواء لاستعماله الشخصي أو استعماله المهني»⁽⁵⁾.

الفرع الثالث

تعريف المُستهلك في القانون

يُقصد بالمُستهلك في القانون السُّوداني: «كل شخص يحصل على مُنتج بمقابل أو بدون مقابل، سواء كان ذلك بموجب اتفاق أو تعاقد أو أي من طرق التعامل»⁽⁶⁾.

(4) حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية القاهرة، 1996، ص 13.

(5) عبدالرؤوف حسن، مرجع سابق، ص 42.

(6) انظر المادة (3)، تفسير من القانون القومي السوداني لحماية المستهلك لسنة 2019، وفي السُّياق ذاته فقد عرّف القانون عبارة المنتجات بالآتي: «يُقصد بها السلع أو الخدمات التي تُقدّم إلى المُستهلك»، وبالنظر في التشريعات المقارنة نجد أنّ القانون الإنجليزي قد عرّف المُستهلك بأنه: «الشخص الذي يتعاقد خارج نطاق تجارته والأعمال التجارية والحرف والمهن»

Sec2 act 2015: A consumer, which means an individual acting for purposes which are wholly or mainly outside that individuals trade, business, craft or profession.

نلاحظ في ذلك كأنما أخذ المُشرّع الإنجليزي في تعريفه المستهلك بالاتجاه الضيق في الفقه، وعرّف القانون ذاته المهني والتاجر بأنه: «الشخص الذي يتصرف لأغراض تتعلق بتجارته والأعمال التجارية والحرف والمهن، سواء تصرف بشخصه أو عن طريق شخص آخر، يتصرف باسم التاجر أو نيابة عنه»،

Section 2,2 act 2015: Trader, which means Person acting for purposes relating to that

حسناً ما جاءت به المادة أعلاه، حيث إنها كفلت حق المُستهلك التعاقدية بعبارة «سواء كان ذلك بموجب اتفاق أو تعاقد»، وفتحت الباب واسعاً بعبارة «أي من طرق التعامل»، لتدخل فيها التعاملات والتعاقدات الإلكترونية؛ لما يتطلبه الواقع التجاري المستعجل بوسائل أسرع لإتمام التعاملات التجارية، مع ضرورة استصحابنا في ذلك لقانون المعاملات الإلكترونية والقوانين ذات الصلة في الوجهة الأخرى.

وقد عرفه المُشرع في القانون الولائي بالآتي: «يُقصد بالمُستهلك مُشتري السلعة، أو الخدمة، بغرض الاستهلاك للاستفادة منها»⁽⁷⁾. ومن الملاحظ هنا قصر التعريف على الأستهلاك فقط، يُقارب الاتجاه الضيق في الفقه عند تعريفه للمُستهلك، وتعريف المُشرع له في القانون القومي (الحالي) يُعدُّ أفضل؛ لعدم استخدامه عبارة «بغرض الأستهلاك»، سواء كان شخصياً أو غير ذلك، كما أنه جاء موسعاً ليشمل معه حقوق المُستهلك التعاقدية؛ لتدخل تحت مظلة الحماية القانونية.

وعرف المُشرع الكويتي المُستهلك بأنه: «كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري سلعة أو خدمة بمقابل، أو يستفيد من أي منهما بغرض الأستهلاك، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها»⁽⁸⁾.

من خلال النص نلاحظ أن المُشرع الكويتي لم يشر إلى أن يكون حصول المُستهلك على السلعة أو الخدمة من دون مقابل، كما أشار نظيره السوداني في تعريفه لعبارة المُستهلك، ولعله المنطق؛ إذ لا يُتوقع حصول المنفعة من دون مقابل، فالسمة الغالبة في المعاملات هي قيامها على المصلحة، بالمقابل، كأنما أراد المُشرع السوداني أن يكفل حقاً للمُستهلك، حتى إن حصل على السلعة أو الخدمة من دون مقابل، بغض النظر عن وجهة حصوله عليها.

غير أن اللائحة التنفيذية للقانون الكويتي قد أشارت إلى إمكان حصول المُستهلك على السلعة من دون مقابل، حين فصلت الآتي: المُستهلك هو: «كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعاً لاحتياجاته أو يستفيد من أي منهما بغرض الأستهلاك أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها»⁽⁹⁾.

person's trade, business, craft of profession, whether acting personally or through another person acting in the trader's name or on the trader's behalf.

انظر: مواد القسم 3/2، ومواد القسم 2/2، من قانون حماية المستهلك الإنجليزي 2015.

(7) انظر: المادة (3)، تفسير من قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم رقم 8 لسنة 2012م، والملاحظ أن المُشرع قد تبني هنا الاتجاه الضيق عند الفقه في تعريفه للمستهلك.

(8) الفقرة الرابعة من المادة (1) من قانون حماية المستهلك الكويتي رقم 39 لسنة 2014.

(9) الفقرة 7 من المادة (1) من اللائحة التنفيذية للقانون رقم 39 لسنة 2014 بشأن حماية المستهلك الكويتي.

ولم تختلف اللائحة في مضمونها عما أورده القانون من تعريف فقد أضافت عبارة «إشباعاً لاحتياجاته»، وقصدت بذلك الاستهلاك الشخصي للمُستهلك، ونلاحظ في ختام عبارة كل من القانون واللائحة ورود عبارة «أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها»، لتشمل معها حقوق المُستهلك التعاقدية.

وبالنظر في جانب المستوى الإقليمي والدولي من اتفاقيات وقواعد، نلاحظ أنه قد جاء تعريف عبارة «مُستهلك» في لائحة الكوميسا للمنافسة الصادرة في ديسمبر 2004 بأنها تتضمن أي شخص⁽¹⁰⁾:

أ- يشتري، أو يعرض شراء، السلع بغرض آخر غير إعادة بيعها، ولكن ذلك لا يشمل مَنْ يشتري أي بضائع بغرض استخدامها في إنتاج وتصنيع أي سلع أو مواد أخرى لبيعها. ب- تُقدّم إليه الخدمة⁽¹¹⁾.

المطلب الثاني

حقوق المُستهلك

يَعرض هذا المطلب حقوق المُستهلك التي جاءت وفق الإعلان الصادر بشأنها من قبل الرئيس الأمريكي جون كنيدي الذي قُدّم إلى الكونجرس الأمريكي في 15 مارس 1962، والتي تُعدُّ مرجعاً أساسياً لتحديد حقوق المُستهلك على النطاق والمستوى الدولي، والتي حُدِّدت بدورها أربعة حقوق أساسية للمُستهلك، تتمثل في الآتي:

1) حق الأمان (The Right To Safety).

2) حق الحصول على المعلومات (حق المعرفة) (The Right To Be Informed).

3) حق الاختيار (The Right To Chose).

4) حق سماع رأي المُستهلك (The Right to Be Heard).

وتُضاف إلى تلك الحقوق الأربعة حقوقٌ أخرى ليتمتع بها المُستهلك، تمت إضافتها في 9 أبريل 1985، والتي صدرت من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم 39/348 في الآتي:

1) حق التعويض (The Right Of Compensation).

(10) انظر المادة (1)، تعريف وتفسير من لائحة الكوميسا للمنافسة الصادرة في ديسمبر 2004.

(11) لعل الاتفاقية قصدت، من هذه العبارة، الشخص الذي تُقدّم إليه الخدمة، ليكتمل معنى الصياغة.

- (2) حق التثقيف (The Right To Education).
- (3) حق الحصول على الاحتياجات الأساسية The Right To Satisfaction (Basic Needs).
- (4) حق العيش في بيئة صحية (The Right To Life In Healthy Environment).
- هذا وقد أُضيف إلى تلك الحقوق حقٌّ آخر هو «حق المقاطعة» (The Right To Boycott)، والذي تم الإعلان عنه في مركز البحوث والتدريب لحماية المستهلك في دولة الهند⁽¹²⁾.

(12) نزار عبدالمجيد البرواري وأحمد محمد فهمي البرزنجي، استراتيجيات التسويق: المفاهيم - الأسس - الوظائف، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2004، ص128.

المبحث الثاني صور الغش التجاري والإعلان المُضلل

نُناقش في هذا المبحث، مفهوم ومعنى الغش التجاري، وعدد من الممارسات الأخرى التي تقع بالضرر على المُستهلك، والتي تنطوي في مُحصلتها تحت نطاق ومدى معنى ومفهوم الغش التجاري، وفق التفصيل الآتي:

المطلب الأول الغش التجاري وصوره

نتناول مفهوم الغش التجاري أولاً، ثم نستعرض صورته، وذلك على النحو الآتي:

الفرع الأول مفهوم الغش التجاري

في البدء يأتي المفهوم التقليدي الذي صوّره الفقه لمعنى الغش بأنه: «كل فعل، أو امتناع، يُؤدي إلى تهرب الشخص من واجباته والتزاماته التي كان من المفروض أن ينفذها بحرص الرجل المعتاد»⁽¹³⁾، ويُقصد بالغش كل فعل عمدي إيجابي ينصب على السلعة؛ مما يُعيّنه القانون، ويكون مُخالفًا للقواعد المقررة لها في التشريع، أو في أصول الصناعة، متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها، وبشرط عدم علم المتعامل الآخر به، ويُعرّف الغش التجاري بأنه إخفاء حقيقة البضاعة بتغييرها تغييراً مادياً، حتى تصير شيئاً آخر، وإظهارها بغير مظهرها الحقيقي بعد التغيير⁽¹⁴⁾.

ونناقش فيما يلي، صوراً مُتعددة للغش التجاري، نوردها على الوجهة التالية:

(13) H. Capitant, Vocabulaire Juridique, 1963, p.250.

مشار إليه لدى: عبدالله حسين علي محمود، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، ط2، دار النهضة العربية - القاهرة، 2002، ص8.

(14) محمد مختار القاضي، الغش التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2014، ص11.

الفرع الثاني

صور الغش التجاري

يُمكن طرح ما يلي، بما يُعتبر صوراً للغش التجاري، والتي تأتي في أنواع متعددة تتعلق بموضوع الدراسة، والتي يتأثر منها المُستهلك على هذه الوجهة:

أولاً: غش الأَطعمة والتعامل فيها

تناول المُشرِّع السُّوداني، في القانون الجنائي، ما يتعلق بغش الأَطعمة والتعامل فيها حين نظمها وفق هذه الوجهة: «من يَغش صَنفاً من الطعام أو الشراب، بانتزاع جزء منه، أو إضافة شيء إليه، بحيث ينقص بذلك من نوعه أو مادته أو طبيعته، بأي وجه، قاصداً بيعه باعتباره سالماً، أو يبيع أو يَعرض للبيع أو يُقدم صنفاً مغشوشاً من الطعام أو الشراب، بسوء قصد، يُعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز ثلاثة أشهر أو بالغرامة أو بالعقوبتين معاً»⁽¹⁵⁾

وذهب المُشرِّع إلى أبعد من ذلك، بل وأكثر، في الفقرة (2/83) من القانون الجنائي حين جرَّم الفعل الآتي: «من يبيع صنفاً من الطعام أو الشراب يختلف في نوعه أو مادته أو طبيعته عما يطلبه المشتري، أو عما يزعمه البائع لذلك الصنف، مع علمه بذلك، يُعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز شهراً أو بالغرامة، أو بالعقوبتين معاً».

ويأتي مفهوم «قصد الغش»، بالتفسير التالي: «يُقال عن الشخص إنه فعل شيئاً «بقصد الغش»، إذا فعله بقصد خداع غيره ليتوصل بذلك الخداع إلى الحصول على كسب أو ميزة لنفسه أو لغيره، أو تسبب خسارة لشخص آخر»، هكذا بيَّنته المادة (3) تفسيراً وإيضاحات من القانون الجنائي لسنة 1991.

كل ذلك بما يقع بالضرر على المُستهلك، كأحد ضروب الغش التجاري التي تقع على كاهله؛ إذ إنَّ مُصطلح «ضرر»، وفق القانون تعني: «أي أذى يقع بالمخالفة للقانون يصيب الشخص في جسمه، أو صحته العقلية، أو النفسية، أو في عرضه أو ماله أو سمعته».

وما يقع من صور الغش في الأَطعمة، من عرض وبيع، ما ناقشته المادة (82) من القانون الجنائي، حين جرَّمت ذلك، وأُفردت نصه تحت عنوان: «بيع أَطعمة ضارة بالصحة»: «من يقوم قصداً بالبيع، أو العرض، لصنف من الطعام أو الشراب، يكون ضاراً بالصحة،

(15) انظر في ذلك: الفقرة الأولى من المادة (83) من القانون الجنائي لسنة 1991. ونلاحظ ورود عبارة «بسوء قصد» التي جاءت بمتن النص أعلاه، وقد فسَّرها المُشرِّع السُّوداني بالعبارات التالية: «يُقال عن الشخص إنه فعل شيئاً بسوء قصد إذا فعله بقصد الحصول على كسب غير مشروع لنفسه أو لغيره، أو بقصد تسبب خسارة غير مشروعة لشخص آخر»، المادة (3) تفسيراً وإيضاحات من القانون ذاته.

أو غير صالح للأكل أو الشرب يُعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز سنة، أو بالغرامة، أو بالعقوبتين معاً».

وقد حَظَر القانون تداول الطعام المغشوش في قانون رقابة الأُطعمة حين ذكر الآتي: «يُعتبر طعاماً مغشوشاً كل طعام أريد به، عن علم وقصد، الغش أو محاولة الغش، إذا أُضيفت إليه مادة أُخرى أو حُذفت منه أو خُففت أي مادة من عناصره مما يقلل جودته أو يُؤثر على نوعه أو طبيعته المحددة في المواصفات المُقررة»⁽¹⁶⁾، وحظر المُشرِّع، أيضاً وفي القانون ذاته، ما يجيء من طعام بخلاف مواصفات الديباجة المُلصقة عليه من بيانات ومكونات وعناصر، وتشدَّد في عقوبته بالسجن.

كما حظر المُشرِّع، في قانون حماية المُستهلك بولاية الخرطوم، على أي محل تجاري بيع أو عرض السلع الفاسدة أو غير المطابقة للمواصفات، إذا كان يعلم بذلك، أو لديه ما يحمله على الاعتقاد.

ثانياً: الغش في الأدوية والتعامل فيها

قد يقع الغش في الأدوية والتعامل فيها، وهذه المسألة نظمها القانون كما يلي:

أ- «من يَغش دواءً أو مُستحضراً طبياً بطريقة تقلل من مفعوله، أو تغير من تأثيره، أو تجعله ضاراً بالصحة قاصداً بيعه باعتباره سليماً، أو يبيعه أو يقدم أو يعرض أي دواء بتلك الصفة بسوء قصد، يُعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز سنتين، أو بالغرامة، أو بالعقوبتين معاً».

ب- «من يقوم بسوء قصد بالبيع أو العرض لبيع أو التقديم أو الصرف لأي دواء أو مستحضر طبي يغيّر الدواء أو المستحضر الطبي المطلوب، أو انتهت مدة صلاحيته المُقررة، يُعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز سنة أو بالغرامة أو بالعقوبتين معاً»⁽¹⁷⁾.

ثالثاً: الغش بعرض طعام أو شراب مُحَرَّم

قد يقع الغش بعرض طعام أو شراب مُحَرَّم، ولننظر حين فصل القانون ذلك بالآتي: «من يعرض على شخص طعاماً أو شراباً وهو يعلم أنه مُحَرَّم في دينه أو دين ذلك الشخص، أو يعرض على الجمهور غذاءً للإنسان يحتوي على مادة يعلم أنها مُحَرَّمة في

(16) انظر في ذلك: المادة (3/1/1) من قانون رقابة الأُطعمة لسنة 1973، كما حَظَر المُشرِّع في القانون ذاته ما يتعلق بتداول الطعام الفاسد والطعام الضار، وتشدَّد في وضع عقوبة ضد من يتعامل في ذلك.

(17) انظر: المادة (84)، الغش في الأُطعمة من القانون الجنائي لسنة 1991.

دينه أو دين بعضهم، من دون أن يبين ذلك للشخص أو للجمهور، يعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز ستة أشهر أو بالغرامة أو بالعقوبتين معاً»⁽¹⁸⁾.

رابعاً: الغش ببيع الميئة

قد يقع الغش على المُسْتَهْلِكِ ببيع الميئة، وبالرجوع إلى المادة (85) من القانون الجنائي نجدها قد فصّلت ذلك على النحو التالي: «أ- من يبيع أو يعرض للبيع أو يُقدم لحم الميئة عالماً بأنه سوف يستعمل غذاء للإنسان، يُعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز سنة أو بالغرامة أو بالعقوبتين معاً. ب- يُقصد بالمِئِة ميئة الحيوان البري، سواء مات حتف أنفه، أو ذُبِح بطريقة غير مشروعة».

مقتضى ما ذكر عاليه يعني أن وجود سلع مغشوشة بالسوق يضير كثيراً بحق المُسْتَهْلِكِ؛ مما يقتضي معه ضرورة وجود جهات حكومية ورقابية تضمن حقه في الأمن بأن يحصل على سلع آمنة وسليمة، أي تأمين وسلامة ما يحتاج إليه المُسْتَهْلِكِ في السوق.

وقد يرد الغش أيضاً في حق المُسْتَهْلِكِ بإعلانات غير حقيقية، أو مُضَلِّلة، عن سلع وخدمات تُقدِّم للمُسْتَهْلِكِ⁽¹⁹⁾، كان الغرض منها الحرص بإقباله على السلعة لا أكثر، إذ كان من المفترض أن تجيء الإعلانات حقيقية ملتزمة بواجب الدقة والمصادقية تجاه المُسْتَهْلِكِ، ولأن الأخيرة تُعد من أهم حقوقه، وهذا ما سنناقشه في المطلب التالي:

المطلب الثاني

الإعلان التجاري المُضلل

في البدء يجيء تعريف مُصطلح الإعلان في قانون حماية المُسْتَهْلِكِ لسنة 2019، بالمعنى التالي: «كل ما يُعرض أو يُبيِّث أو يُنشر على الجمهور أو الدعاية أو التصريف أو الترويج لبضاعة أو سلعة أو خدمة أو استثمار أو ما شابه»⁽²⁰⁾.

(18) انظر في ذلك: المادة (86) من القانون الجنائي لسنة 1991.

(19) ويرد من أنواع الغش كذلك الغش المتعلق بعمليات البيع والشراء محلياً أو عالمياً، مثال بيع سلع مُخالفة للمواصفات والمقاييس، وشروط وضوابط الجودة المعنية، والغش الوارد في وضع العلامات والماركات التجارية على بعض السلع والبضائع المزيفة لغير مالكيها الحقيقي، والتي نخصص لها عرضاً في المطلب الثاني في هذا المبحث.

(20) انظر: المادة (3)، تفسير من القانون القومي السوداني لحماية المستهلك لسنة 2019، ولنا أن نتساءل: ماذا يُقصد المُشرِّع من إيراده عبارة استثمار في النص أعلاه؛ مما يُمكن معه حذفها؛ إذ لا معنى لها من وجهة نظرنا.

يُستكمل ذلك بإيراد تعريف مُصطلح لصيق الاستخدام مع عبارة «الإعلان»، وهو «المعلن»؛ إذ المقصود به في القانون: «كل شخص يقوم بالإعلان عن المنتجات أو الترويج لها، أو يبت أو ينشر بنفسه أو بواسطة غيره باستخدام أي وسيلة من الوسائل»⁽²¹⁾، لعل المقصود «بواسطة غيره» الواردة في النص ليدخل المُشرع معه وسائل الإعلام ومحطات البث ومدوبي البيع إن كانوا يقومون بعملية الترويج والإعلان عن ما في أيديهم من خدمات و سلع لمصلحة غيرهم، وفتح المُشرع الباب واسعاً في استخدام وسائل الإعلان التقليدية منها والإلكترونية الحديثة.

كذلك يجيء في تعريف وماهية الإعلان الآتي: «يقوم الإعلان بالترويج لسلعة أو التوجيه ولفت النظر نحو سلعة معينة بغرض رفع المبيعات والإعلان عن السلعة ذاتها بهدف تسويقها إذا كان الإعلان تجارياً أو بهدف إحداث تأثير في نفوس المشاهدين للإعلان من قراء أو مُستمعين أو مشاهدين، حيث يمثل أهم الأنشطة التسويقية في المشروعات الحديثة، ويحقق للمُستهلك معرفة أفضل وأدق بظروف السوق المختلفة»⁽²²⁾

إلى ذلك يجب أن تجيء الإعلانات هادفة ومُحققة لمعنى المصادقية، بحيث تؤدي غرضها في إعلام المُستهلك، وألا تكون مُضللة تجاهه؛ إذ يُعتبر من حقوق المُستهلك عدم الإعلان التجاري المُضلل، ويُقصد بالأخير الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المُستهلك، أو يُمكن أن يؤدي إلى ذلك، والإعلان المُضلل لا يذكر بيانات كاذبة، ولكنه يُصاغ في عبارات تؤدي إلى خداع المُتلقي⁽²³⁾

وفي ذلك فقد عرّف المُشرع السوداني الإعلان المُضلل بأنه: «يُقصد به الإعلان المُخادع الذي يتضمن عرضاً أو بياناً كاذباً يؤدي لتضليل المُستهلك»⁽²⁴⁾.

هذا ويُعد الإعلان مُضللاً إذا تضمن طريقتين للإعلان عن السلعة أو الخدمة، تتمثلان في الآتي⁽²⁵⁾:

(21) انظر: المادة (3)، تفسير من القانون القومي السوداني لحماية المستهلك لسنة 2019.

(22) علي السلمي، إدارة الإعلان، دار المعارف، ط1، القاهرة، 1968، ص6.

(23) T.Corr.Seine,24Nov.1965.Ds.1967.57.note j.c.Four goux .150.Chavanne.R.T.D Com.1967.P.

مشار إليه لدى: عبدالله حسين علي محمود، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص196.

(24) المادة (3) تفسير من قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم رقم 8 لسنة 2012م.

(25) راجع في ذلك: عبدالفتاح سليمان عبدالفتاح، الإعلانات التجارية الكاذبة والمضللة من منظور حماية المستهلك، 2015، ص36.

أ- تضمين الإعلانات معلومات مُضَلَّلَة ومُزَيَّفَة وغير دقيقة؛ مما يؤدي لانطباعات خادعة تغري المُسْتَهْلِك بالشراء نتيجة تلك المعلومات.

ب- الثناء على السلعة بآراء ذاتية تستخدم صيغ المبالغة بطريقة عمومية وغامضة، من دون وقائع محدّدة تستند عليها.

إذن يقتضي ما ذُكر عليه ضرورة الإدلاء تجاه المُسْتَهْلِك بالبيانات والمعلومات عن السلعة أو الخدمة أو المنتج والبيانات المتعلقة بوضعها، إزاء ذلك يفتضي الالتزام ضرورة اعلام المُسْتَهْلِك ببيانات السلعة أو الخدمة محل العقد والعرض وأوصافها المادية، فعلى سبيل المثال لا بد أن يكون السعر الذي تُعرض به السلعة معلوماً وكذلك رقم الإنتاج أو تاريخ الصنوع إلى غير ذلك، وضرورة أن يُراعي البائع الدقة في حالة تخفيض الأسعار ببيان وجود التخفيض وقيّمته بشكل واضح على السلع⁽²⁶⁾.

وهذا ما لا نلحظ له وجوداً في أسواقنا السُودانية؛ إذ دائماً ما يصطدم المُسْتَهْلِك بارتفاع مُتزايد غير ثابت في الأسعار وبطريقة مُزعجة ومُستمرة.

ويأتي في ضرورة الإدلاء بالبيانات المادية عن السلعة أو الخدمة للمُستهلك ما أدخله المُشرّع السُوداني من واجبات تقع على كاهل المُزوّد⁽²⁷⁾، والتي أدخلها المُشرّع في القانون القومي لحماية المُستهلك لسنة 2019، وهذا ما لم يكن منصوصاً عليه في القانون الولائي لسنة 2012، والتي تجيء على النحو التالي:

- 1- يجب على المُزوّد أن يضع على السلع البيانات التي يُوجبها قانون المواصفة والمقاييس عن كل ما يتعلق بطبيعة المنتج، بما يتحقق منه الغرض.
- 2- مَنع القانون المُزوّد من إبرام أي اتفاق، أو ممارسة أي نشاط، يكون من شأنه الإخلال بحق المُستهلك.
- 3- على المُزوّد الإدلاء تجاه المُستهلك بالمعلومات الصحيحة عن خصائص المنتج وطبيعته.
- 4- الحفاظ والالتزام بطرق التخزين، وذلك وفق نوعية المنتج.

(26) راجع في ذلك: عبدالله حسين، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، مرجع سابق، ص 138 و139.

(27) يُقصد بالمُزوّد كل شخص يقوم بتقديم مُنتج أو بإنتاجه أو استيراده، أو توزيعه أو عرضه أو تداوله أو الاتجار فيه أو بيعه أو التعامل فيه بمقابل أو من دون مقابل، وذلك بهدف تقديمه إلى المستهلك، أو التعاقد، أو التعامل معه، بأي طريقة من الطرق، انظر: المادة (3) من القانون القومي لحماية المستهلك لسنة 2019.

كل تلكم الواجبات التي تقع على عاتق المُرُود؛ لأنَّ القانون أراد منه ضرورة أن يكشف للمُستهلك عن وضع السلعة وبياناتها في الاستخدام وغيره، مما يفسح في المجال أكثر للأخير بالرجوع عليه، إن بدا ما يستدعي ذلك. ولأنَّ مهمة المُرُود وهدفه في الأساس هما تقديم المُنتجات والسلع⁽²⁸⁾ للمُستهلك، سواء كانت عن طريق مَسلك التعاقد، أو التعامل معه، أيًا كانت طريقة ذلك، وضرورة توضيح بياناتها حتى لا يقع في اللبس.

وإزاء فرض حماية أوسع للمُستهلك على المستوى الإقليمي، فيما اتفقت عليه بعض الدول، يتمثل فيما وضعته «لائحة الكوميسا» للمنافسة (والسودان عضو بها) من قواعد على من يعمل في مجال التجارة أو التبادل التجاري، حيث حظرت لائحة الكوميسا للمنافسة على من يعمل في مجال التجارة أو التبادل التجاري، أو في مجال يتعلق بالتوريد الفعلي أو المحتمل للسلع أو الخدمات، أو في أي مجال يتعلق بأي وسيلة ترويجية لتوريد أو استخدام السلع أو الخدمات الآتي⁽²⁹⁾:

- تقديم بيانات كاذبة عن السلع، من حيث المعايير القياسية، أو النوعية، أو القيمة، أو المستوى، أو المكونات، أو أن لها تاريخاً مميزاً، أو استخداماً سابقاً.
- تقديم بيانات كاذبة بشأن الخدمات، من حيث معايير قياسية معينة، أو القيمة، أو الجودة، أو المستوى.
- تقديم معلومات زائفة أو مُضَلِّلة فيما يتعلق بأسعار السلع والخدمات.
- تقديم معلومات زائفة أو مُضَلِّلة بشأن مكان منشأ السلع.

وحين نُعرِّج بالحديث عن مفهوم الضوابط الأخلاقية للإعلان لا بد معه من تعريف قواعد وأخلاقيات المهنة في البدء، والتي تأتي على النحو التالي: «تُعرَّف بأنها مجموعة القواعد التي تُحدِّد الواجبات المهنية التي تحدد السلوك الذي يجب على المهني الالتزام به في ممارسته أعمال مهنته»⁽³⁰⁾

(28) وفي ذلك لا بد من توضيح المقصود بعبارة السلع والمنتجات والخدمات وفق ما فسَّره القانون القومي السوداني لحماية المستهلك 2019، بالآتي: السلعة: «يُقصد بها أي مادة صناعية، أو زراعية، أو حيوانية، أو تحويلية، بما في ذلك العناصر الأولية والمكونات والمواد الداخلية فيها التي يستخدمها المستهلك، ويُقصد بالمنتجات: «السلع أو الخدمات التي تُقدَّم للمستهلك»، ويُقصد بالخدمة: «أي عمل أو نشاط تقني أو حرفي أو فكري، وذلك أيًا كان الوصف أو المسمى المعطى له من المُرُود أو المستهلك بمقابل أو من دون مقابل»، حسناً جاء التعريف مُوسعاً في معنى الخدمة ليشمل حتى الخدمة الفكرية، ويُعد هذا بُعد أفق من المُشرِّع ويُحسب في إيجابيات القانون الجديد لحماية المستهلك.

(29) انظر في ذلك: الفقرات (أ) و(ب) و(ز) و(ط) من المادة (27) من لائحة الكوميسا للمنافسة، ديسمبر 2004.

(30) جابر محجوب علي، قواعد أخلاقيات المهنة: مفهومها - أساس إلزامها ونطاقها، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، السنة 22، ع2، يونيو 1998م، ص345.

وفي ذلك تأتي أهمية قواعد وأخلاقيات المهنة في تذكير المهني بالسلوك القويم الذي ينبغي عليه الالتزام به في أثناء قيامه بأعمال مهنته. كما تُعرّف الضوابط الإعلانية الأخلاقية بأنها القواعد المنظمة للنشاط الإعلاني، والتي تسعى إلى ضمان تحقيق الفائدة المرجوة منه لكل الأطراف المشاركة في الإعلان، من مُعلنين ومُستهلكين ووسائل إعلامية ووكالات إعلانية، بما يقلل من الأضرار التي يُمكن حدوثها عند إساءة ممارسة هذا النشاط⁽³¹⁾.

يعني ذلك ضرورة أن يلتزم من يقوم بمهمة الإعلان بمراعاة ضوابط وأخلاقيات السلوك المهني، بغرض وصول إعلانات حقيقية إلى الجمهور والمستهلك. «وجوهر العمل بهذه الضوابط يقتضي حفظ الممارسات الإعلانية من أن تصبح مصدرًا للمنافسة غير الشريفة، أو غير العادلة، أو التجاوزات غير الأخلاقية التي تُصاحب الممارسات الإعلانية، فتقدم مضموناً صادقاً، ولا تستخدم أي بيانات مُضللة أو كاذبة لا تتطابق مع الواقع الفعلي للسلعة أو الخدمة المُعلن عنها»⁽³²⁾.

كل ذلك من أجل الإدلاء ببيانات صحيحة تلتزم المصدقية، وتأتي وفق قواعد المنافسة المشروعة، من أجل أن تُبعد اللبس أو الخداع والتضليل عن المستهلك وغيره.

(31) خالد مصطفى فهمي، الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلان بين النظرية والتطبيق: دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص32.

(32) المرجع السابق، الصفحة ذاتها.

المبحث الثالث حق المُستهلك في القانون

يُنَاقش هذا المبحث، نَظْمُ المُشرِّع السُّوداني حقوق المُستهلك في القانون القومي السُّوداني، وقانون حماية المُستهلك بولاية الخرطوم، وكيفية نَظْم حقوق المُستهلك عند المُشرِّع الكويتي، وفق ترتيب المطالب الآتية:

المطلب الأول

حقوق المُستهلك في القانون القومي السُّوداني لسنة 2019

في البدء يُمكن القول بأنه لم يختلف المُشرِّع السُّوداني في نَظْمه حقوق المُستهلك عن تلك التي نَظَمها الإعلان الأمريكي لحق المُستهلك، حيث ذهب المُشرِّع في الاتجاه ذاته، مُعلناً كفالته لتلك الحقوق؛ إذ جاء نص المادة الثالثة من قانون حماية المُستهلك لسنة 2019 حاوياً الكيفية الآتية:

- في إطار الحقوق المكفولة للمواطنين بموجب الدستور، والاتفاقيات الخاصة بحقوق المُستهلك التي يكون السُّودان طرفاً فيها، تكون للمُستهلك الحقوق الآتية:
- 1- الصحة والسلامة عند استخدامه أو استهلاكه العادي للمنتجات.
 - 2- الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يستخدمها، أو يستهلكها، أو تُقدَّم إليه.
 - 3- الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات.
 - 4- الكرامة الشخصية، واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد.
 - 5- المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة.
 - 6- المشاركة في الجمعيات المتصل عملها بحماية المُستهلك⁽³³⁾.

(33) يلزم حذف حرف الواو هنا؛ لتمام المعنى بالضرورة، والذي يُعرف من تمام السِّياق، كأنما المُشرِّع نقل تلك الفقرة الواردة في قانون حماية المستهلك الولائي 2012، والتي كانت بهذه الصياغة: «المشاركة في المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المُستهلك»، ونلاحظ حذف المُشرِّع كلمة «اللجان» في المسودة الحالية.

ومما هو جدير بالملاحظة أيضاً بداية صدر المادة بكلمتي: «في إطار» يُمكن للمُشرِّع استخدام الصياغة الآتية: «بجانب حقوق المستهلك المكفولة بالاتفاقيات الدولية والدستور يتمتع المستهلك بالحقوق الخاصة الآتية: ...»؛ وذلك لضبط المصطلحات وإكمال الصياغة القانونية بشكل أفضل، ولأنَّ كلمة «إطار» فضفاضة؛ ولضرورة الضبط التي تقتضيها الصياغة القانونية؛ ولأنَّ في الأصل ترتبط فكرة حماية حقوق المُستهلك بحقوقه الواردة في الاتفاقيات والقوانين والدساتير الوطنية...

7- رفع الدعاوى القضائية ضد كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه، أو الإضرار بها، أو تقييدها.

8- الحصول على تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به، أو بأمواله، بسبب استعماله، أو استخدامه، أو استهلاكه المنتجات.

نلاحظ أن هذه المادة حوت الحقوق الأربعة التي وردت بإعلان السيد جون كنيدي، والمتعارف عليها دولياً، إلا أنها لم تحوِّق المُستهلك في «المقاطعة»؛ إذ إنَّ الأخيرة تُعتبر من إحدى الطرق التي تضغط على التجار وأصحاب الخدمات إذا ما تعسفوا في استغلالها، كما هي الحملات التي تُشن من قبل الجمهور على السوق، مثل: «الغالي متروك»، والتي أيضاً قد تُبادر بها جمعيات حماية المُستهلك بالتعاون مع المواطنين.

ولنا فيما يلي مناقشة حق المُستهلك في التعويض، وحق الحصول على سعر مناسب للسلعة، أو الخدمة:

الفرع الأول

حق التعويض

يعني ذلك حق المُستهلك في التعبير عما لحقه من ضرر نتاج ما اشتراه من سلع، أو تلقاه من خدمة، ويشمل ذلك حقه في نشر شكواه ومقترحاته، إزاء ذلك ينبغي على المنظمات المعنية تسجيل شكاوى المُستهلكين، وتأكيد اتخاذ قرار بشأنها؛ إذ تُعتبر من أهم مصادر المعلومات، والتي تؤثر بدورها في تحديد اتجاهات الرقابة⁽³⁴⁾.

يقتضي ذلك، وبعد نشره شكواه بوجود ضرر ما في السلعة أو الخدمة المقدمة، ضرورة أن يحصل على تعويض بشأنه، وفي ذلك فإنَّ حق التعويض يعني أنَّ للمُستهلك - وفق القانون - الحصول على تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به أو بأمواله، بسبب استعماله أو استخدامه أو استهلاكه المنتجات، وأنَّ يُضمن للمُستهلك الحصول على تعويض عادل، وتسوية عادلة لمطالبه المشروعة، مثل: التعويض عن الأضرار الناجمة عن استخدام السلع الرديئة، أو الخدمات غير المرضية، أو عن الممارسات التسويقية غير المشروعة، وما ينجم عنها من تضليل وغيش وخداع، وتعزيزاً لهذا الحق دعت الأمم المتحدة الحكومات إلى⁽³⁵⁾:

(34) صديق محمد عفيفي، حماية المستهلك، مجلة الإدارة، مج10، ع3، يناير 1978، ص141 - 146.

(35) فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2003، ص40.

- إيجاد جهات تهتم بالمُستهلك، وتوفير قنوات وآليات يستطيع من خلالها الدفاع عن حقوقه في حال تعرضه لأي ضرر.
- يجب قيام المنظمات بحل أي مشكلة ينتج عنها ضرر بالمُستهلك، على أن توفر تلك المنظمات الوقت والجهد والمال لضمان هذا الحق.
- مُساهمة المنظمات الفاعلة في تقديم خدمات تطوعية مجانية لمتابعة شكاوى المُستهلكين، والرد على استفساراتهم والاهتمام بأرائهم.

ويحق للمُستهلك إزاء ممارسة حقه في التعويض الرجوع للمُنْتِج، وفي هذا يأتي دور العلامات التجارية في حماية المُستهلك في جانب آخر؛ إذ لا يخفى علينا دور العلامة التجارية في قيامها بتلك الوظيفة، من تحديد المنتجات والسلع وسرعة التعرف عليها، أي هي دليل المُستهلك في التعرف على المنتجات والخدمات التجارية، وفي هذا فإن للعلامة التجارية دوراً بارزاً في النشاط التجاري على المستويين الوطني والدولي؛ لتبينها هوية السلعة أو الخدمة التي تميزها، مما يُساعد بدوره جمهور المُستهلكين في الوصول إلى المنتجات والخدمات التي تُلبي احتياجاتهم في يسر، ومن دون الوقوع في اللبس؛ إذ تُعد بمنزلة همزة وصل بين مالك العلامة والمُستهلك؛ فهي الوسيلة الأكثر فاعلية لبناء جسر من الثقة الدائمة بين المُستهلك والمُنْتِج ومُقدمي الخدمات، وفي جانب آخر يكون لها بذلك الدور المهم في دفع المُنتجين ومُقدمي الخدمات إلى تحسين مُنتجاتهم وخدماتهم⁽³⁶⁾، والرفع من شأنها إرضاءً لرغبات المُستهلك.

وفي المقابل تُعد وسيلة المنافسة المشروعة بين المُنتجين ومُقدمي الخدمات، وبموجبها يتمكن المُستهلك من الرجوع عليهم إذا ما لحقه الضرر من منتجاتهم، أو تلقي خدماتهم.

الفرع الثاني

الحصول على السعر المناسب للسلعة

في جانب آخر، ولاستكمال الحقوق القانونية للمُستهلك، يأتي من صميم حقوقه الحق في الحصول على السعر المناسب أو المعقول للسلعة؛ إذ في جانب آخر - وإن كان غير مباشر لربطه بموضوع البحث - لكن نرى أن نتيجته - في النهاية - تصب في مصلحة المُستهلك، فيما يُعرف بـ «التسعير العدواني»، والذي يُعد من أهم الممارسات الاستيعادية التي تتم على أساس السعر، والتي تلجأ إليها الشركة ذات القوة الاحتكارية في سوق

(36) طارق فهمي الغنام، العلامة التجارية ودورها في حماية المُنتج والمستهلك، ط2، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1441هـ - 2020م، ص 11.

مُنْتَج معين، بهدف القضاء على منافسيها، ومن ثم انفرادها بالسوق واحتكاره، ومن هنا يستبين معنى التسعير العدواني بأنه سلوك تلجأ إليه الشركات، أو أصحاب المشاريع الاقتصادية، لطرد منافسيهم من السوق، بل وأبعد من ذلك، بإبعادهم المنافسين المحتملين من السوق، عن طريق تخفيض الأسعار لأقل من مستوى التكلفة، وزيادة إنتاجها، ثم تفرض أسعاراً مرتفعة لتعويض ما خسرت، من جراء ما تحقق لها من احتكار⁽³⁷⁾.

ومن هنا على المشرع السوداني أفراد مواد بعينها، أو سن تشريع بشأن تحديد الأسعار، على الأقل في السلع الضرورية للمستهلك. والجدير بالملاحظة هنا، هو أن المشرع لم يتناول موضوع منع الاحتكار في القانون الحالي (القانون القومي لحماية المستهلك 2019)، وكان قد تناوله في القانون الولائي بالخرطوم لسنة 2012؛ إذ تعدّ من الممارسات التي تعود بالضرر على المستهلك.

المطلب الثاني

حقوق المستهلك في القانون الولائي لسنة 2012

يُنَاقَشُ هذا المطلب الحقوق التي نظمها القانون السوداني للمستهلك بولاية الخرطوم، والتي يبين منها أن هناك حقوقاً أساسية وخاصة أفردتها القانون للمستهلك، والتي بعد إيرادنا لها نجدها لم تختلف عما كفله المشرع من حقوق في قانونه القومي 2019، والتي تبين في هذه الوجهة⁽³⁸⁾:

- أ- «حرية ممارسة النشاط التجاري مكفولة للجميع وفق القانون، ويحظر أي اتفاق، أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك الأساس والخاصة، وهي:
أ- الصحة والسلامة عند استعماله العادي للمنتجات.
- ب- الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تُقدّم إليه.
- ج- الاختيار الحر للمنتجات التي تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات.
- د- الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية والأعراف.

(37) أمل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار - دراسة مقارنة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص 117 و 118.

(38) انظر: المادة (13) من قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم رقم 8 لسنة 2012م، حيث نظم القانون ذلك وأسماها بحقوق المستهلك الأساس والخاصة ولم يختلف عنها المشرع في القانون الحالي والتي وردت في الصياغة أعلاه.

- هـ- الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة.
- و- المشاركة في المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المُستهلك.
- ز- رفع الدعاوى القضائية ضد كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه، أو الإضرار بها، أو تقييدها، وذلك بإجراءات سريعة ومُيسرة.
- ح- اقتضاء تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به وبأمواله من جراء شراء، أو استخدام، السلع، أو تلقي الخدمات، وذلك من دون الإخلال بالقوانين والمعاهدات والاتفاقيات الدولية المصادق عليها.

ولضمان حماية حقوق المُستهلك أكثر لا بد من تمكينه من الحصول على فاتورة شراء السلعة أو الخدمة المقدّمة؛ حتى يستطيع الرجوع بها على التجار لاقتضاء التعويض، أو رد الخدمة... أو غيرها من حقوق؛ حيث ألزم القانون التاجر بمد المُستهلك بفاتورة شراء، بقوله الآتي: «يلتزم التاجر بأن يُقدم إلى المُستهلك - بناء على طلبه - فاتورة تثبت التعامل أو التعاقد معه، متضمنة - بصفة خاصة - تاريخ التعامل أو التعاقد، وثمان المنتج، ومواصفاته، وطبيعته، ونوعيته، وكميته، وأي بيانات أخرى تحددها اللائحة»⁽³⁹⁾

إذن يستبين من النص أنه متى ما طلب المُستهلك فاتورة شراء وجب على التاجر توفيرها له، والملاحظ على النص أن القانون لم يجعل فاتورة الشراء، من حيث تحضيرها ابتداءً، أمراً اجبارياً على التاجر إلا عندما يطلبها المشتري، وللنظر أكثر في علامة التنصيص الموضوع في النص أعلاه، والتي تفيد أن الكلام، أو الحديث هنا، مشروط بأمراً ما، وهو طلب المشتري لها؛ مما يجعلنا نوصي هنا بتشريع حماية المُستهلك بولاية بالخرطوم، بأن تجعل فاتورة الشراء قيماً إلزامياً في البدء على التاجر، أو مُقدم الخدمة، يوفرها للمشتري من دون طلبه إياها؛ لضمان التعامل التجاري، وإثبات حقوق كل من الطرفين.

المطلب الثالث

حقوق المُستهلك في القانون الكويتي

يُنَاقش هذا المطلب، حقوق المُستهلك في التشريع الكويتي، حيث نجده قد نُظِم في المادة (9) حقوق المُستهلك في هذه الوجهة⁽⁴⁰⁾:

(39) المادة (17) من قانون تنظيم التجارة وحماية المُستهلك بولاية الخرطوم رقم) لسنة 2012م، إلا أن المُشرع في القانون القومي 2019 قد ألزم المُزوّد بتحريرها، حيث تنص المادة (19) منه على أنه: «يلتزم المُزوّد بأن يقدم إلى المستهلك فاتورة تثبت التعامل أو التعاقد معه على المنتج متضمنة تاريخ التعامل أو التعاقد، وسعر المنتج ومواصفاته وطبيعته ونوعيته وكميته، والضمان إن وجد».

(40) فضلاً على حماية حقوقه المكفولة بأي قانون آخر.

- 1- ضمان صحته وسلامته عند تزويده بأي سلعة أو خدمة، وعدم إلحاق الضرر به عند استعماله أو تمتعه بالخدمة.
- 2- ضمان جودة السلع والخدمات، وصلاحيه السلع للاستخدام في الغرض الذي أُعدت من أجله.
- 3- الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها، أو استخدامها، أو تقديم إليه.
- 4- التسوية العادلة للمطالبة المشروعة، بما في ذلك التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية، أو أي ممارسات تضر بالمستهلك.

من الملاحظ في ذلك أنَّ المشرِّع الكويتي قد أورد حقوق المستهلك في بنود أربعة أساسية، وهي في حقيقتها تمثل ما تهدف وترنو إليه معظم تشريعات حماية المستهلك المقارنة، بما فيها المشرِّع السوداني، وجعل بقيتها في مواد متفرقة بالقانون، كل منها يحوي حقاً متفرداً للمستهلك، مثلاً المادة (10) التي تليها كفلت حق المستهلك في إرجاع واستبدال السلعة عند التعاقد والتعامل بشأنها. تليها المادة (11) من القانون، والتي أبطلت كل شرط يعفي من المسؤولية تجاه التزام معين على عاتق المورد أو مقدم الخدمة، أو كان من شأنه أن ينقص من حقوق المستهلك الواردة بالقانون. وتليها واجبات المورد أو المورد والتي تقابل بدورها حقوقاً للمستهلك تجاهه، وغيرها من مواد جاءت أكثر تفصيلاً في موضوعاتها بشأن حقوق المستهلك.

ويجيء في حقوق المستهلك في القانون الكويتي ما كفلته المادة (15) منه، بإلزامها المورد بوجود تحرير فاتورة تثبت حق المستهلك فيما تعاقد فيه، ويُدوّن فيها التاريخ والتمن والمواصفة والطبيعة والنوع للمنتج محل التعاقد، وترك لللائحة التنفيذية أن تضع ما تفصله من بيانات أخرى بالفاتورة⁽⁴¹⁾.

وحسباً ما كفلته المادة (23) من القانون الكويتي، حين أوجبت على الوكيل التجاري ضرورة توفير سلعة مماثلة للمستهلك إن تأخر توفير الضمان المكفول له عن وقته المحدد بالقانون⁽⁴²⁾، ونهيب بالمشرِّع السوداني ضرورة إضافة مثل ذلك الالتزام في القانون

(41) ونضيف إلى ذلك أنَّ المادة (41) من اللائحة التنفيذية قد فصلت الضوابط المنظمة لبيانات الفواتير.
(42) ولننظر المادة (23) من قانون حماية المستهلك الكويتي، حين نصت على التالي: «مع مراعاة أحكام القانون رقم 36 لسنة 1964 بشأن تنظيم الوكالات التجارية، يلتزم كل وكيل تجاري أو موزع بتنفيذ جميع الضمانات التي يقدمها المنتج أو الموكل للسلعة محل الوكالة، فإذا استغرق تنفيذ الضمانات المنصوص عليها في الفقرة السابقة مدة تجاوز خمسة عشر يوماً التزم الوكيل التجاري أو الموزع بتوفير سلعة مماثلة للمستهلك يستخدمها دون مقابل، إلى أن يتم تنفيذ تلك الضمانات.»

القومي لحماية المُستهلك والولائي.

بقي أن نشير في حقوق المُستهلك بالقانون الكويتي إلى التعديلات التي أوردتها وزارة التجارة والصناعة الكويتية في بعض مواد اللائحة التنفيذية من القانون، والتي جاءت بمواد الفصل الثامن المتعلق بالعروض الخاصة والتخفيضات، بحيث تدخل القرار الوزاري بالتعديل والإضافة في المادة (31)، بحيث أُضيفت إليها الفقرة (8)، والمادة (32) مكررا، والمادة (32) مكررا (أ)، والمادة (32) مكررا (ب)، والمادة (33) بحيث عدلت الفقرة (3) منها، والمادة (34) مكررا.

ونذكر منها التعديل الوارد في البند أو الفقرة 3 من المادة (33)، حين ذكرت الآتي: ... لتلزم بـ «وضع بطاقة سعر على كل السلع المشمولة بالعرض، مُوضَّحاً عليها السعر، قبل وأثناء العرض، والمطابق للبيان المعتمد من الوزارة وفقاً للآلية التي تحددها الإدارة المختصة»⁽⁴³⁾.

المطلب الرابع

حماية حقوق المُستهلك التعاقدية

يجيء المطلب الرابع، بتبيان حقوق المُستهلك التعاقدية بغرض حماية المُستهلك فيما يبرمه من تعاقدات، إزاء ذلك يأتي في حقوق المُستهلك، كمتعاقد في القانون السُّوداني، ما يستند في قانون المعاملات المدنية⁽⁴⁴⁾، من حقوق مكفولة لأطراف العقد من خيارات، وبالأحرى وفق ما يُسمى الخيارات التي تشوب لزوم العقد، والتي نناقشها على النحو التالي:

الفرع الأول

خيار الشرط

نظّم قانون المعاملات المدنية خيار الشرط؛ ليثبت حق المتعاقد في تمتعه به ليتوافق مع رغباته التي فصلها على هذه الوجهة⁽⁴⁵⁾:

(43) القرار رقم 174 لسنة 2021، الصادر عن وزير التجارة والصناعة، بشأن تعديل بعض أحكام اللائحة التنفيذية للقانون رقم 39 لسنة 2014، بشأن حماية المستهلك الكويتي.

(44) ذلك باعتباره بمنزلة الشريعة العامة للتقاضي، والتي تحكم نصوصه المنظمة لقواعد وأحكام العقود، وحين لا نجد نصاً متعلقاً ببعض الأمور بها في قانون حماية المستهلك عندها نعلم إلى الرجوع إليها.

(45) انظر في ذلك: المادة (103) من قانون المعاملات المدنية لسنة 1984.

- 1- في العقود اللازمة التي تحتمل الفسخ يجوز للعاقدين، أو لأيهما، أن يشترط في العقد، أو بعده، الخيار لنفسه، أو لغيره، المدة التي يتفقان عليها؛ فإن لم يتفقا على تحديد المدة جاز للقاضي تحديدها وفقاً للعرف.
- 2- إذا شرط الخيار لكل من العاقدين في المعاوضات المالية فلا يخرج البدلان عن ملكهما؛ فإن جعل لأحدهما فلا يخرج ماله عن ملكه، ولا يدخل مال الآخر في ملكه.
- 3- لصاحب خيار الشرط الحق في فسخ العقد أو إجازته.
- 4- إذا اختار صاحب الخيار الإجازة لزم العقد مستنداً إلى وقت نشوئه.
- 5- إذا اختار صاحب الخيار الفسخ انفسخ العقد، واعتبر كأن لم يكن.

الفرع الثاني

خيار الرؤية

يجيء تنظيم هذا الحق للمتعاقدين في المادة (108) من قانون المعاملات المدنية لسنة 1984 وفق التفصيل الآتي:

- 1- يثبت خيار الرؤية في العقود التي تحتمل الفسخ لمن صدر له التصرف، ولو لم يشترطه، إذا لم ير المعقود عليه، وكان معيّناً بالتعيين.
- 2- يبقى خيار الرؤية حتى تتم الرؤية في الأجل المتفق عليه، أو يوجد ما يسقطه.
- 3- لا يمنع خيار الرؤية نفاذ العقد، وإنما يمنع لزومه بالنسبة إلى من شرط له الخيار.
- 4- يسقط خيار الرؤية برؤية المعقود عليه، وقبوله صراحةً أو دلالة، كما يسقط بموت صاحبه وبهلاكه كله أو بعضه، وبتعيبه وبتصرف من له الخيار فيه تصرفاً لا يحتمل الفسخ، أو تصرفاً يُوجب حقاً للغير ولا يسقط بالإسقاط.
- 5- يتم الفسخ بخيار الرؤية بالقول أو بالفعل صراحةً، أو دلالة، بشرط علم المتعاقدين الآخر.

الفرع الثالث

خيار العيب

يجيء في خيار العيب الأحكام التفصيلية الآتية:

- 1- يثبت حق فسخ العقد بخيار العيب في العقود التي تحتمل الفسخ من دون اشتراطه في العقد.
- 2- يُشترط في العيب لكي يثبت به الخيار أن يكون قديماً مؤثراً في قيمة المعقود عليه، وأن يجهله المشتري، وألا يكون البائع قد اشترط البراءة منه.
- 3- إذا توافرت في العيب الشروط المُبيَّنة في البند (2) كان العقد غير لازم بالنسبة إلى صاحب الخيار قبل القبض قابلاً للفسخ بعده.
- 4- يتم فسخ العقد قبل القبض بكل ما يدل عليه من دون حاجة إلى تراض أو تقاض، بشرط علم المتعاقد الآخر به، وأما بعد القبض فيتم بالتراضي أو بالتقاضي.
- 5- يترتب على فسخ العقد للعيب رد محله إلى صاحبه واسترداد ما دفع.
- 6- يسقط خيار العيب بالإسقاط وبالرضا بالعيب بعد العلم به، وبالتصرف في المعقود عليه، ولو قبل العلم به، وبهلاكه أو نقصانه بعد القبض، وبزيادته قبل القبض زيادة متصلة غير متولدة منه وبعد القبض زيادة منفصلة متولدة منه، ولا يسقط بموت صاحبه، بل يثبت لورثته.
- 7- لصاحب خيار العيب إمساك المعقود عليه والرجوع بنقصان الثمن.

وبموجب ما سبق بيانه من أحكام وردت في خيار العيب، يحق للمستهلك رد السلعة إن وجدَ بها عيباً يُنقص من قيمتها أو فائدتها، وحسناً فسّر المشرع مقصود «العيب» بالمفهوم الآتي:

«يُقصد به كل نقص في قيمة أي من المنتجات أو نفعها بحسب الغاية المقصودة، ويؤدي حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة من تلك المنتجات فيما أعدت من أجله، بما في ذلك النقص الذي ينتج من خطأ تداولها أو تقديمها أو تخزينها»⁽⁴⁶⁾، بالتالي

(46) وفي ذلك حيث جاء تعريف عبارة العيب في قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم لسنة 2012م، كالتالي: «يُقصد به كل ما ينقص القيمة لأيٍّ من السلع أو الخدمات»، ومن الملاحظ في مسودة القانون القومي الحالي أن المشرع توسع في تعريف مُصطلح العيب؛ ليتوسع معه حق المستهلك، مما تتوسع معه حمايته.

يحق للمستهلك إرجاع السلعة إن وجد بها عيباً أو نقصاً⁽⁴⁷⁾.

ويجىء تعريف مصطلح «العيب» عند المشرع الكويتي بأنه نقص في الجودة، أو الكمية، أو الكفاءة، أو بعدم مطابقة السلعة للمواصفات اللازمة، ونجده قد اشترط عدم نشوء العيب عن تصرف ناتج من المستهلك، وبيّنت لائحته التنفيذية المقصود بالمواصفات القياسية حين فصلت الآتي: «العيب هو أي خلل تصميمي أو تصنيعي بالمنتج يظهر قبل أو أثناء الاستخدام أو نتيجة عدم مطابقتها المواصفات القياسية الإلزامية المعمول بها في دولة الكويت، أو المواصفات القياسية العالمية الأخرى التي تعتمد عليها الهيئة العامة للصناعة، ما لم يكن الخلل أو النقص في الكفاءة ناشئاً عن تصرف المستهلك»⁽⁴⁸⁾.

وأردفت مُصطلحاً آخر للتوسع في شرح واستكمال معنى العيب، لتصب في نهايته في توسيع حماية المستهلك، برد السلعة أو الخدمة وأسمته بـ «الخلل»، وأوردت مفهومه بالآتي: «كل ما يطرأ على السلعة بعد انتاجها أو الخدمة بعد تقديمها قد يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك أو حرمانه كلياً أو جزئياً من الاستفادة منهما»⁽⁴⁹⁾. والملاحظ أن اللائحة الكويتية قد أبقت على المفهوم ذاته الذي أورده المشرع في توضيحه لمعنى العيب، وأضافت اللائحة في شرح مفهومه «الخلل التصميمي والتصنيعي»، وأكدت شرط عدم نشوء العيب عن تصرف ناتج من المستهلك.

صحيح أن نظيره السوداني لم يفصل مثله، لكن من حيث التطبيق يجد المُرود أو المنتج نفسه مُحاطاً بعدد من القواعد في قوانين مُنفردة تزيد من فرص حماية المستهلك في ضمان حقه، بالأحرى قانون المواصفات والمقاييس السودانية لسنة 2008.

ومن الملاحظ تركيز المشرع السوداني عند تعريفه مصطلح «العيب» على نتيجته، أكثر من شرحه مفهوم معناه في الأصل⁽⁵⁰⁾، كما فعل المشرع الكويتي حين ركز على تعريف

(47) إذن إن سكت البائع عن تفسير العيب الموجود في السلعة يُعد ذلك غشاً؛ لأنّ هناك عيباً يُنقص من قيمة المبيع، وهو عند الفقه الإسلامي ما يُسمى الغش، أو الغش المحرم، ووجه المقاربة يأتي في ضابط الغش: وهو ما ينقص من قيمة المبيع، أي المقصود به العيب الذي ظهر في السلعة أو الخدمة. ولنا هنا أن نورد المقصود بعبارة ضابط الغش المحرم، وهو: «أن يشتمل المبيع على نقص لو علم به المشتري امتنع عن شرائه. فكل ما كان كذلك يكون غشاً وكل ما لا يكون كذلك لا يكون غشاً محرماً، ذكره في الفتاوى المذكورة ولا مانع منه عندنا...»، راجع في ذلك: رمضان علي السيد الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004، ص 127.

(48) راجع في ذلك: الفقرة 12 من المادة (1) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الكويتي رقم 39 لسنة 2014، والمادة (9/1) من القانون ذاته.

(49) الفقرة 13 من المادة (1) من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الكويتي رقم 39 لسنة 2014.

(50) إذ إن المشرع السوداني ركز على نتيجة العيب في مُحصلتها من عدم حصول النفع أو نقص القيمة أو المنفعة من الخدمة أو السلعة المعنية، نفهم من ذلك تركه التعريف للفقهاء؛ إذ ليست مهمة المشرع وضع التعاريف وسبر أغوارها.

مفهوم العيب ذاته، واستُكملت لأحتة التنفيذية في شرحه أكثر.

وفيما يتعلق بالتبليغ عن العيوب فإنَّ المشرِّع السُّوداني في القانون القومي لسنة 2019 نجده قد ألزم المزود، حال وجد عيباً بالمنتج، بأن يُبلغ الجهاز، وأن يُعلن عدم تعامله فيه وتوقفه عن بيعه، وفوق ذلك ألزمه القانون بوجوب تحذيره المُستهلكين من استخدام المنتج، ونجده قد ألزمه باستبدال المنتج أو إصلاحه العيب، أو إرجاع السلعة مع رد قيمتها من دون أي تكلفة إضافية، إلا أنه يجب أن يأتي خلال قيد زمني محدد قدره المشرِّع بـ «خمسة عشر» يوماً من تاريخ فاتورة الشراء، وأن يجيء بناءً على طلب المُستهلك، ولننظر ذلك في الفقرة (ج) من المادة (18) من القانون حين ذكرت: «استبدال المنتج أو إصلاح العيب أو إرجاع السلعة مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ فاتورة الشراء وذلك بناءً على طلب المُستهلك دون المساس بأي حقوق أخرى تترتب عليه وفقاً لما تحدده اللوائح»⁽⁵¹⁾

وفيما يتعلق بالموضوع ذاته، في القانون الولائي لسنة 2012، نجد أنَّ المشرِّع قد ألزم التاجر أو المنتج بالتبليغ عن عيب المنتج في الآتي: «يلتزم التاجر أو المنتج خلال مدة أقصاها سبعة أيام منذ اكتشافه أو علمه بوجود عيب في المنتج أن يبلغ الإدارة عن هذا العيب وأضراره المحتملة، فإذا كان يترتب على هذا العيب أضرار بصحة وسلامة المُستهلك يلتزم التاجر بأن يبلغ الإدارة بهذا العيب فور اكتشافه أو علمه به، وأن يعلن توقفه عن إنتاجه أو التعامل به، ويحذر المُستهلكين من عدم استخدام المنتج، وفي هذه الأحوال يلتزم التاجر بناءً على طلب المُستهلك باستبدال المنتج أو إصلاح العيب أو إرجاع السلعة مع رد قيمتها من دون أي تكلفة إضافية»⁽⁵²⁾

من الملاحظ، بالمقارنة فيما ورد بالقانونين، وفي التبليغ عن العيب، فقد قصرها المشرِّع في القانون الولائي على أن يجيء التبليغ من المزود خلال «سبعة أيام» من اكتشافه لعيب

(51) لعلَّ هذا النص وضع ليكون ديباجة يُزيّن بها القانون، برغم ما حوته الفقرة ج من حقوق، فمن المعلوم بالضرورة، ومن حيث الواقع، عدم وجود تطبيق له في الأساس في السوق، أو في التعامل التجاري السُّوداني، إلا بوجود ما يُسمى دفع الفرق على السلعة لكي تتم عملية الاستبدال، أما ما نظمه القانون برد السلعة ورد مبلغ الشراء كاملاً، من دون خصم أي تكاليف، فهذا ما لم نجده في تعاملنا على أرض الواقع إلا عند قلة من المزودين، أو التاجر الذي يخشى الله تعالى، مما يقتضي معه ضرورة تفعيل ما نص عليه القانون بشأنه من أحكام.

(52) المادة (19) من قانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم رقم 8 لسنة 2012م، وكفلت المادة (20) من القانون ذاته استرداد مُقابل الخدمة، بما يلي: «يلتزم كل مُقدم خدمة بإعادة مُقابلها أو مقابل ما يجبر النقص فيها أو إعادة تقديمها إلى المستهلك، وذلك في حالة وجود عيب أو نقص بها وفقاً لطبيعة الخدمة وشروط التعاقد عليها والعرف التجاري»، تُقابل بدورها الفقرة ج من المادة (18) من القانون القومي لحماية المستهلك لسنة 2019.

المنتج⁽⁵³⁾، ولم يقيد التبليغ بمدة معينة في القانون القومي، فقط استخدم المشرع عبارة «بأسرع ما يمكن».

كما يُلاحظ أن القانون القومي قد ألزم بأن يطلب المستهلك حقه في ارجاع السلعة خلال «خمسة عشر يوماً» من تاريخ فاتورة الشراء، وهذا ما لم يُقيد به المشرع المستهلك في القانون الولائي لسنة 2012.

الجديد في استخدام القانون عبارة أن يبلغ «المزود» عن عيوب المنتج لـ «الجهان»، وفي القانون الولائي استخدم المشرع عبارة «التاجر»، وأن يبلغ «الإدارة» عن العيب.

ومن ذلك فإنَّ التاجر قُصدَ به المزود، والإدارة قُصدَ بها الجهان، فقط القانون نظم ذلك في ضبط المصطلحات لتتماشى مع التشريعات والاتفاقيات الدولية ذات الصلة بغرض توحيد المصطلحات.

الفرع الرابع

خيار المجلس

هناك ما يُسمى بخيار المجلس كحق أصيل لطرفي العقد، صحيح أنَّ المشرع السوداني لم يتناوله بصريح العبارة، وتفريد النص في قانون المعاملات المدنية، ولنا أن نبيِّنه باعتباره حقاً أصيلاً للمتعاقد، والذي قد يكون مُستهلكاً في جانب آخر، بالمعنى الواسع.

وخيار المجلس هو حق أثبتته الشارع، بموجبه يكون للمتعاقدين، أو أحدهما، الحرية في فسخ العقد أو إمضائه، ما دام في مجلس العقد ولم يتفرقا بأبدانهما أو يتخايراً، ويثبت هذا الخيار ولو لم يشترطه العاقد، فلو شرط نفيه بطل العقد؛ لأنه خيار ثابت بصريح النص لا باجتهاد؛ فأصبح من مقتضى العقد وكل شرط لا يقتضيه العقد فهو باطل⁽⁵⁴⁾.

وبعد عرض الخيارات التي تشوب لزوم العقد والمنظمة في قانون المعاملات المدنية، والتي يُمكن للمستهلك الرجوع إليها، إن اقتضى حال عقده، أو الوضع الذي حل به، ضرورة الاستناد إلى إحدى أحكامها لاقتضاء حقه التعاقدية، لنا أن نطالع بعض ما جاء

(53) وبالمقارنة بما ورد في القانون الكويتي نلاحظ أنه قد أورد الفهم والإلزام ذاتهما على عاتق المزود أو المورد عند المشرع الكويتي في المادة (16) منه، وقيداً بأن تجيء خلال سبعة أيام، كما فعل نظيره السوداني.

(54) روضة الطالبين 432/3، حواشي الشرواني 332/4، طبعة دار الفكر، كشاف القناع، 198/34، مشار إليه لدى: حسن محمد محمد بودي، حرية المناقسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دار شتات للنشر والبرمجيات، القاهرة، 2011، ص33.

في الفقه، فيما يتعلق بذلك الحق، إذ يأتي في سياق حقوق المُستهلك التعاقدية إلزام المُزوّد أو المُنتج تجاه المُستهلك بإعلامه عن وضع الخدمة أو السلعة المادي وبياناتها، وهذا ما سنتناوله عند الحديث عن التزامات المُزوّد تجاه المُستهلك في القانون، لكن للباحث أن يُبين هنا مفهوم «الالتزام بالإعلام»، فيما يتعلق بحقوق المُستهلك التعاقدية، إذ هو التزام ينشأ في المرحلة السَّابقة على التعاقد، وبموجبه يُعلم البائع المشتري بكل ما يُمكن أن يُؤثر على قراره في إبرام التعاقد من عدمه؛ وذلك ليصدر رضاء حر من جانب المُستهلك؛ ذلك لأنَّ مُعظم المعاملات التجارية تتم بين مُنتجين مُحترفين للعمل التجاري، ومُستهلك عادي لم تتوافر لديه المعلومات الكافية عن السلعة أو الخدمة التي يرغب في شرائها، وحماية لهذا الطرف الضعيف ينشأ واجب الالتزام بإعلام المُستهلك⁽⁵⁵⁾.

ختاماً، وفي مجال مناقشة الحقوق التعاقدية للمُستهلك، هنالك ما يُعرف بحق المُستهلك في الرجوع عن العقد، والذي قُدر استثناء عن القاعدة المدنية المنظمة لذلك، ونذكر في تفسير ذلك الحق الآتي: «يُقصد بحق المُستهلك في الرجوع عن التعاقد، خيار المُستهلك في وضع حد للعقد والرجوع عنه خلال مدة محددة من تاريخ إبرامه، بإرادته المُنفردة من غير تقاض أو تراض، ودونما حاجة إلى تقديم تبرير لرجوعه، وبغير تكلفة عدا نفقات رد السلعة التي سُلِّمت إليه»⁽⁵⁶⁾.

وبالنظر في بعض التشريعات المقارنة يأتي في هذا الصدد اشتراط بعضها قيدياً زمنياً يتم خلاله الرجوع، وآخر يرد على حال السلعة ليتسنى للمُستهلك مباشرة ذلك الحق، فهذا المُشرّع الكويتي ينص على الآتي: «مع عدم الإخلال بأية ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل للمُستهلك، وفيما لم تحدده اللجنة من مدد أقل بالنظر إلى طبيعة السلعة، للمُستهلك خلال أربعة عشر يوماً من تسلّم أية سلعة الحق في استبدالها أو إعادتها مع استرداد قيمتها، دون أي تكلفة إضافية، بشرط أن تكون السلعة بنفس حالتها عند الشراء، وفي جميع الأحوال تكون مسؤولية المُزوّد والمُوردين في هذا الخصوص مسؤولية تضامنية على أن تضع اللائحة التنفيذية ضوابط الاسترجاع»⁽⁵⁷⁾، وفي ذلك فقد اشترطت اللائحة التنفيذية للقانون ذاته ضوابط استبدال السلعة وإعادتها، ويمكن حصر تلك الضوابط في النقاط التالية⁽⁵⁸⁾:

(55) عبدالله حسين، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، مرجع سابق، ص24.

(56) عدنان إبراهيم سرحان، تقييم النصوص الناظمة لحق المستهلك في الرجوع عن العقد في قانون حماية المستهلك الكويتي - دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، السنة السادسة، ع1، العدد التسلسلي 21، مارس 2018م، ص214.

(57) المادة (10) من القانون رقم 3 لسنة 2014م، بشأن حماية المستهلك الكويتي.

(58) المادة (25/أ/ب/ت/ث) من القرار رقم 27 لسنة 2015 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الكويتي رقم 39 لسنة 2014.

- 1- أن تكون السلعة بنفس حالتها عند الشراء.
 - 2- ألا يكون المُستهلك قد استخدمها بأي صورة من الصور.
 - 3- ألا تكون السلعة قابلة للتلف السريع، ما لم يثبت فسادها، أو انتهاء صلاحيتها للاستهلاك الأدمي عند الشراء.
 - 4- ألا تكون طبيعة السلعة، ووفق ما يقتضيه العرف، لا تجيز ردها أو استرجاعها.
- وقد نظّم المُشرّع السوداني ذلك في حال رد السلعة بوجود عيب بها؛ إذ يجب على المُستهلك مُراعاة القيد الزمني لمباشرة حقه في الرجوع خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ الشراء بالفاتورة، وفق ما ناقشناه عاليه، وإذ نلاحظ معه عدم ذكر، أو حتى تفصيل، المُشرّع بأي قيد على السلعة في حال رجوعها؛ لعله تركها للعرف التجاري السائد لينزل بأحكامه عليها. ونرى أنّ المُشرّع الكويتي قد أورد تفصيلات وضوابط جيدة في لائحته التنفيذية للقانون، أردنا لو أخذ بها المُشرّع السوداني.
- ومن جانب آخر، وفي سياق حقوق المُستهلك التعاقدية فيما يجريه من معاملات، يقع من ضمن الحقوق الأساسية للمُستهلك الحق في الحصول على قطع الغيار الأصلية للسلعة محل التعامل والعقد، كما فعلت المادة (17) من القانون الكويتي⁽⁵⁹⁾، ونرى ضرورة تقنين المُشرّع السوداني لمثل هذا الالتزام؛ لما يواجهه المُستهلك في الأسواق السودانية من صعوبة التفاوض والإقناع عند رجوع السلعة، وحاجته إلى قطع الغيار بشأنها مع المُزوّد أو التاجر مُقدم العرض؛ مما يقتضي معه ضرورة أن يجد سنده في القانون، كما فعل نظيره الكويتي، بإلزامه المُزوّد بضرورة توفير قطع الغيار الأصلية وفقاً لنوع ومنشأ السلعة محل تعامل المُستهلك.
- ونرى بذلك أنّ الحقوق العامة في العقود والقوانين المدنية قد لا تكفل ضمان تمام حصول الحق للمُستهلك؛ فلا بد معه من فرض نصوص أمرة في قوانين مُتخصصة، مثل قانون حماية المُستهلك الذي نحن بصدد دراسته، وجعلها مُلزّمة في مثل هذه البنود؛ إذ عندها نكون بصدد قاعدة الخاص يقيد العام؛ مما يقتضي وجوب إنزال أحكامها، فضلاً على ما هو مكفول سلفاً في القاعدة العامة.

(59) يلتزم المُزوّد بتقديم خدمات ما بعد البيع مع إصلاح وصيانة السلع، كما يلتزم بتوفير قطع الغيار الأصلية وفقاً لنوعها ومنشأها، وذلك للمدة أو المدد والكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون»، المادة (17) من قانون حماية المستهلك الكويتي رقم 39 لسنة 2014.

المبحث الرابع آليات حماية حق المُستهلك

يُنَاقش هذا المبحث، آليات حماية حقوق المُستهلك، باعتبارها جهات تنفيذية لتكون وثيقة الصلة بمباشرة ما خطه القانون من حقوق للمُستهلك، والوقوف بتنفيذها على أرض الواقع، وفي السعي لمراقبة تفعيلها على أرض الواقع، نناقشها وفق المطالب الآتية:

المطلب الأول جهاز حماية المُستهلك

تُعتبر من أولى الآليات للقيام بشؤون ومُتابعة حماية حقوق المُستهلكين هي ضرورة إنشاء جهاز يُعنى بذلك، ومن هنا يُحمد للمُشرع السُّوداني، في قانونه الجديد، إنشاء جهاز وتحديد مقر له، ومن ثمَّ الإشراف عليه، وجعل منه شخصاً اعتبارياً، وفي سبيل ذلك منحه عدداً من الاختصاصات والسلطات للقيام بالمهام المُسندة إليه بالقانون؛ لتجنيء مُنفذة في مجملها للأهداف المُبتغاة من إنشائه، والتي يمكن حصرها في العناصر الآتية⁽⁶⁰⁾:

- 1- تلقي الشكاوى من المُستهلكين والجمعيات ومباشرتها مع الجهات المختصة.
- 2- التنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة، والجهات الرسمية وغير الرسمية؛ لتطبيق القوانين ذات الصلة بحماية المُستهلك.
- 3- التصدي للممارسات التجارية غير المشروعة، بالتنسيق مع الجهات المختصة.
- 4- مُراقبة حركة الأسعار للمنتجات، والحد من ارتفاعها، بالتنسيق مع الجهات المختصة.
- 5- فحص السلع بوساطة المختبرات الحكومية المرجعية، أو غيرها من المختبرات، وفقاً لما تنظمه اللوائح.
- 6- دخول الأماكن الخاصة والعامة لتفتيشها والحجز على المنتجات التي تلحق الضرر بالمُستهلك، وفقاً لأحكام القوانين المنظمة لذلك⁽⁶¹⁾.

(60) راجع في ذلك: المادة (6) من القانون القومي لحماية المستهلك لسنة 2019.

(61) يُمكن للجهاز التعاون مع هيئة المواصفات والمقاييس السُّودانية، فيما يتعلق بالحملات التفتيشية، وفق ما طالعناه في وسائل الإعلام في الحملة التفتيشية التي جاءت بولاية القصارف، والتي وُجد بها عددٌ

7- تكليف أي شخص بالمثل أمامه.

يماثل وضع جهاز حماية المُستهك في السودان ما سماه المُشرع الكويتي بـ «اللجنة الوطنية لحماية المُستهك»، حيث جعل منها الأخير وجهة الأساس في حماية المُستهك، باعتبارها جهة حكومية، وترك للائحة التنفيذية وضع الأحكام المنظمة لأعمالها، وأُفرد الحديث مُفصلاً عن عضويتها واحكام مزاولتها العمل، ومدة عضويتها، والتزاماتهم ما بعد انتهائها.

بالمقارنة نجد المادة (6) من قانون حماية المُستهك الكويتي قد منحت اللجنة الوطنية المعنية بحماية المُستهك السُّلطة لتشكيل اللجان اللازمة في سبيل تحقيق مهامها، ويقع من ضمنها ما خصته الفقرة ج من المادة أعلاه، بإمكان تشكيل لجنة لدراسة العقود النمطية في مختلف مجالات الاستهلاك للسلع والخدمات، مثال فيما يتعلق بالشروط المُجففة بالمُستهك.

في المقابل لم يتطرق نظيره السوداني إلى التفاصيل بمثل هذه اللجنة؛ فقد خول الاختصاص ومنح السُّلطة لجهاز حماية المُستهك في إمكان تكوين لجان لتسيير عملها، ويُحمد للمُشرع الكويتي تفصيل مثل هذه اللجان بالقانون. ونهيب - في الوقت ذاته - بالمُشرع السوداني إلى ضرورة إيجاد مثلها لكي تضبط بنود العقود، وتبعد شرطاً تعسفياً بحق المُستهك محل الحماية.

المطلب الثاني

وكالة نيابة حماية المُستهك

يأتي في أمر آليات حماية المُستهك أمر تأسيس وكالة نيابة حماية المُستهك لسنة 1999⁽⁶²⁾، وتحوي وكالة نيابة حماية المُستهك في اختصاصها النوعي ما يأتي:

تختص وكالة نيابة حماية المُستهك بمباشرة السُّلطات المنصوص عليها في قانون

من السلع مُنتهية الصلاحية، والتي أبادتها الحملة وفق ما تسمح به القوانين المنظمة والمُشرعة لذلك، المصدر: تلفزيون السودان القومي، ولاية القضارف، برنامج بيتنا، في 30 أغسطس 2021.

(62) حيث جاء في أمر تأسيسها ما يلي: «تُنشأ وكالة نيابة مُتخصصة لحماية المُستهك»، انظر في ذلك: المادة الثانية من أمر تأسيس وكالة نيابة حماية المستهلك لسنة 1999م، وكفل القانون الحق ذاته في القانون القومي لحماية المستهلك لسنة 2019 في المادة (27)، والمادة (28) منه، والتي أجاز فيها للنائب العام إنشاء وكالات نيابة مُتخصصة في الجرائم المتعلقة بحق المستهلك، وفي النسق ذاته أجاز القانون لرئيس القضاء إنشاء محاكم مُتخصصة لنظر الجرائم والمخالفات لأحكام قانون حماية المستهلك، وأجاز القانون أيضاً للمحكمة والنيابة العامة السُّلطة في اتخاذ الإجراءات التحفظية بوقف تقديم الخدمة أو الحجز على السلع موضوع الجريمة لحين الفصل في الدعوى.

الإجراءات الجنائية لسنة 1991، وأي قانون آخر ذي صلة، وذلك في الجرائم والمخالفات المتعلقة بالآتي:

- أ- المواصفات والمقاييس والجودة.
 - ب- صلاحية الأطعمة والأشربة والأدوية.
 - ج- صلاحية مُدخلات الإنتاج وغيرها من المواد والسلع والمنتجات.
 - د- استيراد سلع، أو تصديرها، أو التعامل بأي صورة من الصور في المواد المحددة في هذه المادة.
- ومما هو جدير بالذكر هنا أنه قد أُدرجت فقرتان جديدتان لتُضافا إلى المادة (3) عاليه، على النحو التالي:
- هـ- البيئة وصحة البيئة.
 - و- الصحة العامة.
- لتدخل ضمن اختصاصات وكالة نيابة حماية المُستهلك، في تعديلها في العام 2003.

المطلب الثالث

جمعيات حماية المُستهلك

جاء تعريف مُصطلح «الجمعيات» في القانون السُّوداني كالآتي: «يُقصد بها الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني المسجَّلة وفقاً للقوانين المنظمة لذلك، والمعنية بحماية المُستهلك»⁽⁶³⁾.

وفي سبيل قيامها بتحقيق هدفها صوب المُستهلك خصَّها القانون بعدد من الاختصاصات، تتمثل في الآتي:

(63) المادة (2) من القانون القومي لحماية المستهلك لسنة 2019، ولم يرد تعريف لها بقانون تنظيم التجارة وحماية المستهلك بولاية الخرطوم لسنة 2012م، وعرفها المشرع الكويتي بـ «جمعيات حماية المستهلك التي تنشأ وفق أحكام القانون والمؤسسات الأهلية والاتحادات المشهورة وفقاً للقانون والمعنية بحماية المستهلك»، الفقرة 11 من المادة (1) من قانون حماية المستهلك الكويتي رقم 39 لسنة 2014، وعرفتها اللائحة التنفيذية من القانون بـ «الجمعيات الأهلية واتحاداتها المشهورة وفقاً لأحكام قانون الأندية وجمعيات النفع العام والتي تعنى بحماية المستهلك، سواء بصفة أساسية أو تبعية، وتُعتبر الجمعية معنية بحماية المستهلك إذا كان الغرض الرئيسي من إنشائها يتمثل في العمل في مجالات حماية المستهلك، وتُعتبر معنية بصفة تبعية بحماية المستهلك إذا كان غرض حماية المستهلك يمثل أحد مجالات أنشطتها»، المادة (1/15) من اللائحة التنفيذية للقانون رقم 39/2014 بشأن حماية المستهلك الكويتي.

- 1- يُمكنها حق مباشرة الدعاوى التي تتعلق بمصالح المُستهلك: كذلك نلاحظ أنَّ المُشرِّع منحها حق التدخل، إن لم تكن هي من قامت برفعها في البدء، وإن كان هذا الحق محل جدال في الفقه، وفق ما تقتضيه قواعد المنازعات العامة، بضرورة وجود سبب ومصلحة في الدعوى، وأن يرفعها من وقع عليه الضرر، أي صاحب الأمر، وبالتالي يُمكننا القول في ذلك بأنه يُقبل منها التدخل لاحقاً، لكن ليس لها الحق في رفع الدعوى ابتداءً.
 - 2- إجراء مسح ومُقارنة الأسعار، وجودة المُنتجات، والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها، والتي تحدد محتواها، ولها الحق في إبلاغ الجهات المعنية بالمخالفات⁽⁶⁴⁾.
 - 3- تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشكلات المتعلقة بحقوق ومصالح المُستهلكين، وتقديم المقترحات لعلاجها.
 - 4- تلقي شكاوى المُستهلكين والعمل على حلها.
 - 5- معاونة المُستهلكين الذين وقع عليهم الضرر من جراء استخدام أو شراء سلعة، أو تلقي خدمة، في تقديم الشكاوى للجهات المختصة، وإجراءات حماية مصالحهم.
 - 6- المساهمة في نشر ثقافة حقوق المُستهلك وتوعية المواطنين بحقوقهم⁽⁶⁵⁾.
 - 7- إنشاء قواعد بيانات تعينها في أداء اختصاصاتها.
- ونظّم المُشرِّع الكويتي عمل جمعيات حماية المُستهلك، فيما يُسمى «الجمعيات الأهلية لحماية المُستهلك»، وأفرد لها المادة الثامنة من القانون⁽⁶⁶⁾، ولا تختلف الاختصاصات والمهام المناطة بها عما وردت في القانون السوداني، وهي السمة المشتركة لمهام جمعيات

(64) تقابل الفقرة ج/8 من القانون الكويتي حين قالت: «عمل مسح ومقارنة لأسعار وجودة المُنتجات، والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها، والتي تحدد محتواها وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات في هذا الشأن»، وتنشد الدراسة ضرورة وقوف الجمعيات على تنفيذ تطبيقها وتفعيلها بغرض حماية المستهلك.

(65) ونلاحظ أنَّ هذا هو الدور المعول على جمعيات حماية المستهلك والجمعيات التعاونية القيام به، ويُنشُد البحث ضرورة تفعيله على أرض الواقع، وضرورة استمراره.

(66) وجعل للائحة التنفيذية من القانون سلطة تنظيم الشروط والإجراءات المنظمة لإنشاء هذه الجمعيات، وضوابط مزاومتها أعمالها، بالتنسيق مع الجهات المختصة، وحث على ضرورة تعاونها مع اللجنة الوطنية، باعتبار الأخيرة جهة حكومية؛ إذ منح القانون الكويتي موظفيها صفة الضبطية القضائية، وجعل أحكامها نهائية، ومن ثم تخضع بعدها للطعن الإداري، ويختص القضاء الإداري بتولي الفصل في منازعاتها.

حماية المُستهلك في كل نظام ودولة، وإن اختلفت المسميات؛ حيث لم يسمها المُشرع السوداني بـ «الجمعيات الأهلية»، مثل الكويتي، فقط ذكر مصطلح «الجمعيات»، وقصد بها «جمعيات حماية المُستهلك»، و«منظمات المجتمع المدني المعنية بحقوق المُستهلك».

ويُماثل ما أحاطه المُشرع السوداني بجمعيات حماية المُستهلك من اختصاصات ما جاء به القانون الكويتي في اختصاصات الجمعيات الأهلية لحماية المُستهلك، في المادة (8/أ/ب/ج/د/هـ) من القانون⁽⁶⁷⁾، والمادتين (23) و(24) من لائحته التنفيذية.

هذا وقد حظّر عليها القانون السوداني عدداً من التصرفات، بما يكفل ضماناً أكثر لحماية المُستهلك، وتتمثل أوجه الحظر في:

1- حظّر القانون على الجمعيات منح الأفضلية لشراء مُنتج معين، وذهب إلى أبعد من ذلك بأن حظر عليها منح الأفضلية في التعامل مع مُنتج أو مُزوّد معين بهدف تزكية المُنتج أو تحقيق ربح، أيّاً كان؛ ذلك لأنّ عمل الجمعيات يقتضي أن ينصب في اتجاه مصلحة المُستهلك في الأساس، ولعلّ قصد المُشرع من ذلك الحظر هو ضمان نزاهة ما تقوم به الجمعيات من مهام، ولتطبيق مفهوم الشفافية والإفصاح عليها.

2- حظّر القانون على الجمعيات قبول التبرعات أو المنح، أو حتى الهبات التي تُقدّم إليها، سواء كانت من أيّ مُزوّد أو مُعلن، وسبق أن بيّنا المقصود بالمُزوّد في القانون.

وحسناً فعل المُشرع عندما وضع هذه القيود على الجمعيات التي تُباشر ما يتعلق بحق المُستهلك، فهذا ما لم يكن منصوصاً عليه في قانون حماية المُستهلك بولاية الخرطوم لسنة 2012.

المطلب الرابع

العقوبات والجزاءات في القانون

يُنَاقش هذا المطلب، العقوبات والجزاءات التي وضعها القانون إزاء جرائم ومُخالفات حماية المُستهلك؛ إذ من الضروري الوقوف على طرق الحدّ والردع في جرائم حق المُستهلك في القانون، باعتبارها إحدى آليات يد القانون في تنفيذ ما اختطه بشأن قواعد

(67) فقط أضاف المُشرع السوداني عليها الفقرة ز من المادة (13) المتعلقة بإنشاء قواعد بيانات تعينها في أداء اختصاصاتها.

الحماية المُسطَّرة في متن النصوص للنزول بتنفيذها على أرض الواقع، وفي ذلك فقد فصَّلت المادة (25) من القانون القومي لحماية المُستهلك 2019 الحديث عن العقوبات المنصوص عليها في الجرائم التي تقع في حق المُستهلك، في الآتي:

1- مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد ينص عليها أي قانون آخر يُعد مرتكباً جريمة كل من يُخالف أحكام المواد (14) و(15) و(16) و(17) و(18) و(19)، والتي تأتي موضوعاتها في الأفعال التي تُحظر على الجمعيات الإخلال بواجبات المُزوِّد القانونية، والالتزام بالإعلان عن المُنتجات، والتزامات المُزوِّد في حال البيع بالتقسيط، والتزامه بالعييب الذي يظهر بالمنتج، ووجوب التزام المُزوِّد بفاتورة تُقدِّم للمُستهلك عن التعامل أو التعاقد.

بالتالي إزاء تلك الجرائم تكون العقوبة كما أفردتها المُشرِّع على الوجه الآتي: يُعاقب عند الإدانة بالسجن مدة لا تتجاوز خمس سنوات، أو بالغرامة التي تحددها المحكمة، أو بالعقوبتين معاً، وذلك دون الإخلال بحق المُستهلك في التعويض عن أي ضرر. حسناً أنها كفلت حق المُستهلك في التعويض، ودون الإخلال به أيّاً كان موضوع انتهاك الحق، وحجم الضرر الذي لحق به.

ومن الملاحظ في هذا القانون، والمادة (25) منه، تشدُّد المُشرِّع في مُدة عقوبة السجن عما هو مُسطَّر في القانون الولائي، والتي كانت مدتها «لا تتجاوز شهراً»، في حدها الأعلى، وأسبوعاً واحداً في حدها الأدنى، ليكون المُشرِّع بذلك قد رفع من مُدة عقوبة السجن في القانون القومي وحدد سقفها الأعلى بخمس سنوات⁽⁶⁸⁾ وحسناً فعل المُشرِّع، فيما يتعلق بعقوبة الغرامة، بعدم تحديد مقدارها، وهذا مسلك أفضل؛ لأنَّ الغرامة تُقتضى بحسب مقتضى حال المُخالفة، وليس بتحديد مقدار مبلغ ثابت لها؛ إذ ربما لا يُحقق العدالة.

في النسق ذاته يهيب الباحث بالمُشرِّع الكويتي إلى عدم تحديد مقدار الغرامة فيما يتعلق بما خطه بمبلغ مُقدَّر من غرامة على عاتق المُزوِّد في المخالفات والجرائم التي تقع منه إزاء بعض الواجبات القانونية حياله؛ لعلها إن تُركت وفق الموقف، وحجم الضرر الواقع على المُستهلك تكون أفضل؛ إذ قد تفوق، أو تقل،

(68) وبالمقارنة نلاحظ تحديد المُشرِّع الكويتي عقوبة السجن في سقفها الأعلى بالألا تتجاوز سنتين في بعض جرائم المُزوِّد أو المورد بحق المُستهلك، وبعدم تحديده حدها الأدنى، مما تُعد معه سلطة تقديرية واسعة؛ إذ ربما يحكم القاضي بيوم واحد، أو ربما قد لا يحكم بعقوبة السجن مُطلقاً، مُكتفياً بتوقيع عقوبة الغرامة على المخالف لأحكام القانون، وهذا مما يُعد - من وجهة نظر الباحث - سمة للنظامين السُوداني والكويتي، فيما يتعلق بتلك الجزئية.

عما هو محدد بالقانون، مع الوضع في الاعتبار مرور الزمن على التشريعات إن لم يجر تحديث أو تعديل في مثل هذه البنود. ومن جانب آخر مراعاة فرق السعر من وقت إلى آخر⁽⁶⁹⁾

2- يجوز للمحكمة عند الإدانة، إذا كانت الجريمة متعلقة بمُنْتَجَات ضارة بالصحة والسلامة، أو بمواد دوائية، أن تحكم بأي من الآتي:

أ- إغلاق المحل بصورة مؤقتة أو دائمة.

ب- إبادة المُنْتَجَات مَوْضُوع الجريمة.

ج- مصادرة أدوات ووسائل الجريمة.

د- في حال تكرار الجريمة تُضاعف العقوبة.

ولنا في اتجاه ما عقدناه من مقارنة أن نعرض ما فصلته المادة (22) من قانون تنظيم التجارة وحماية المُستهلك الولائي لسنة 2012، في الحديث عن المخالفات والعقوبات في الفقرة الأولى التي نصت على أنه: «دون المساس بأي عقوبة أشد في أي قانون آخر، يُعاقب كل من يُخالف أحكام هذا القانون بالسجن لمدة لا تتجاوز شهراً ولا تقل عن أسبوع، أو بالغرامة التي لا تتجاوز خمسة ألف جنيه، ولا تقل عن ألف جنيه، أو بالعقوبتين معاً»⁽⁷⁰⁾

ونصت الفقرة الثانية من المادة (22) على أن: «كل من يخفي أي بيئة على ارتكاب

(69) حين تحدثت المادة (27) من القانون الكويتي عن العقوبات بحق المَزُود أو المورد نلاحظ تحديد المُشْرِع الكويتي بقدر مبالغ محددة في بعض جرائم حقوق المُستهلك، مثل التزامات المَزُود أو المورد بغرامة لا تتجاوز (عشرين ألف دينار)، ونلاحظ أنه قد حدد سقفاً أعلى لعقوبة السجن ألا تتجاوز سنتين، كما أشرنا عليه، ونلاحظ أنه قد استخدم عبارة «الحبس» واستخدم المُشْرِع السُّوداني عبارة «السجن»؛ لعله يرجع ذلك إلى اختلاف النظام الذي تنتهجه أي من الدولتين، الأنجلوسكسوني في السُّودان، واللاتيني في دولة الكويت.

(70) ترجع فلسفة المُشْرِع الولائي في وضعه هذا النص - بهذه الكيفية - لسنده المرسوم في قانون تفسير القوانين والنصوص العامة لسنة 1974 وفي المادة (13/ب) منه، والتي جاءت بعنوان: أحكام عامة بشأن التشريعات التفويضية، حين نصت على: «إذا فوض القانون أي سُلطة لإصدار لوائح أو قواعد أو أوامر فيجب في إعدادها وتطبيقها اتباع الأحكام الآتية: (ب) لا يجوز للسُلطة المفوضة إصدار اللوائح أو القواعد أو الأوامر أن تنص على تجريم مخالفتها إلا بموجب نص تفويضي بذلك في القانون الذي تستند إليه، فإذا لم يُفصل ذلك النص العقوبات التي يُمكن ترتيبها على تلك المخالفات فلا يجوز أن تتجاوز العقوبة السجن شهراً واحداً، أو الغرامة، أو العقوبتين معاً»، مما حدا بالسُلطة التشريعية بولاية الخرطوم على أن تضع في عقوباتها بشأن المخالفات والجرائم الواقعة بحق المُستهلك السجن بمدة لا تتجاوز شهراً واحداً فقط، أو الغرامة التي حددها بالفئة الواردة في النص في قانون تنظيم التجارة وحماية المُستهلك بولاية الخرطوم لسنة 2012، مما جعلها لم تحد عن المقدار الزمني في عقوبة السجن المحدد سلفاً في قانون تفسير القوانين والنصوص العامة لسنة 1947.

مُخالفة لأحكام هذا القانون أو اللوائح أو الأوامر الصادرة بموجبه مع علمه أو وجود ما يحمله على الاعتقاد بوقوعها، أو يدلي ببيانات تتعلق بالمخالفة وهو يعلم أو يعتقد أنها غير صحيحة قاصداً بذلك حماية مُرتكب المُخالفة من أي عقوبة جنائية أو يمنع إلقاء القبض عليه، يُعاقب بالسجن مدة لا تتجاوز شهراً ولا تقل عن أسبوع، أو بغرامة لا تتجاوز عشرين ألف جنيه، ولا تقل عن خمسة آلاف جنيه، أو بالعقوبتين معاً».

وأوضحت الفقرة 3 من المادة ذاتها على أنه: «يجوز للمحكمة، عند الإدانة، بموجب أحكام المادة (3/9) من هذا القانون أو اللوائح أو الأوامر الصادرة بموجبه مُصادرة السلعة موضوع المُخالفة لصالح الوزارة».

ويتمثل مضمون المادة (3/9) فيما يلي: «على كل محل تجاري وضع بطاقات بسعر السلع المعروضة بطريقة تُمكن المشتري من رؤيتها»، هذا وقد كان عنوان المادة هو الاحتفاظ بالمستندات وتحرير الفواتير ووضع بطاقات الأسعار.

وأضافت المادة في الفقرة الرابعة (4/22) بأنه: «على المحكمة إبادة أي سلعة فاسدة». وزادت في فقرتها الخامسة (5/22) بأنه: «على المحكمة، عند الإدانة، وفقاً لأحكام البنود أعلاه (1)، و(3)، أن تأمر بالتأشير على السجل بما يفيد تلك المحاكمة».

ويجدر بالحديث في المسؤولية الجنائية هنا أن مقصود الحماية الجنائية، في موضوع حماية حقوق المُستهلك، يتمثل في أن تدفع قوانين العقوبات والقوانين الجنائية عن المُستهلك الأفعال غير المشروعة التي تفضي إلى الضرر به، في أمواله ومعاملاته، أو التي تُحدث ضرراً في صحته وسلامته، فيما تقرره تلك القوانين من تجريم وجزاء لبعض الأفعال⁽⁷¹⁾.

فحين تُجرّم القاعدة القانونية في التشريع الجنائي فعلاً معيناً تكون بذلك قد جعلت منه محلاً تكفل به الحق للمتضرر إزاء محصلة نتيجته، سواء لحقته في ماله، أو صحته أو سلامته، ومثالها ما فعله المُشرع السوداني في قانونه الجنائي لسنة 1991، والتي أوردنا بعض قواعده مُسبقاً في الفصل الثاني من البحث، والتي شكلت بدورها حماية لحقوق المُستهلك.

مع ضرورة أن تجيء الحماية الجنائية في حقوق المُستهلك لإقامة موازنة عادلة ودقيقة بين المُستهلك والمنتج أو المُزوّد أو التاجر، في أن يحاط الأول بضمانات اقتنائيه سلعة خالية من العيوب وبسعرها المعتاد، وبين المنتج في صون حقوقه الأساسية

(71) أحمد محمد خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص52.

وحرية، وفي حقه بإجراء محاكمات عادلة بقضاء مُتخصص وجزء مناسب فيما وقع من مخالفات وجرائم بشأن حق المُستهلك⁽⁷²⁾.

ولتُكتمل منظومة حماية المُستهلك في إطارها المدني والجنائي بقي أن نُجيب عن سؤال كُنّا قد طرحناه في مشكلة الدراسة، ألا وهو: ماذا إن تعارضت بعض أحكام القانون القومي لحماية المُستهلك مع التشريع الولائي، وماذا إن نُظم القانون القومي بعض القواعد وأخرى لم يُنظّمها التشريع الولائي؟

في ظل دولة تعددت فيها الشرائع بشأن حماية المُستهلك، فإنَّ القانون القومي يُطبَّق بجانب التشريع الولائي في الوقت ذاته، إلا أنَّ لكل ولاية تشريعها الخاص، وفي حال تعارضت أحكامهما فإنَّ الخاص يقيّد العام؛ لولايته الخاصة برقعة جغرافية محدّدة، ويبقى تطبيق القانون القومي في ولاية لم تصدر تشريعاً بالأصل في حماية المُستهلك؛ باعتباره صاحب الولاية العامة، إذ ليس من سلطاته إلغاء التشريع الولائي لما هو محدّد بالقانون.

والسمة الغالبة أن يأتي القانون القومي بأحكام عامة، وأن يأتي التشريع الولائي بأحكام أكثر دقة وتفصيلاً لخصوصية تقتضيها الولاية المعنية. أما وإن كان تشريع حماية المُستهلك بولاية الخرطوم قد جاء بأحكام عامة فقط، بل وتفتقر مُعظم نصوصه إلى كثير من قواعد حماية المُستهلك وحقوقه، فإننا نوصي المجلس التشريعي بولاية الخرطوم بضرورة تطبيق القانون القومي لحماية المُستهلك بالولاية؛ حيث إنَّ هناك كثيراً من القواعد قد حوَّاه القانون القومي، ولم يُنصَّ عليها في التشريع الولائي؛ حتى لا تفلت جرائم ومخالفات حق المُستهلك بعيداً عن يد القانون، وبغرض تعزيز حمايته أكثر، أو أن يصدر تشريع جديد يحوي قواعد القانون القومي، ويُفصّل بأكثر سعة وشمولاً بما يتناسب مع حال وخصوصية ولاية الخرطوم وحماية المُستهلك.

(72) المرجع السابق، ص53.

الخاتمة

ناقش البحث موضوع حماية حق المُستهلك في القانون، وما قد يقع على المُستهلك من صور عدة من الغش التجاري، في ظل ممارسة مفهوم الاقتصاد الحر بالأسواق، وغياب قوانين الرقابة وتحديد الأسعار، وعدم الوقوف على تنفيذ بعض نصوص القوانين المتعلقة بحمايته، ومن ثمَّ خرج البحث بالنتائج والتوصيات الآتية:

أولاً: النتائج

- 1- تبين من خلال البحث رجوع سبب الغش الواقع على المُستهلك إلى جهات عدة، يُعزى أولها إلى ضعف رقابة الدولة في أجهزتها الحكومية والإدريّة هذا في جانب، وفي جانب آخر يرجع السبب إلى المُستهلك في عدم الدراية والوعي الكافي، وعدم تمسكه بكامل حقوقه المكفولة بالقانون، وللمنتج في جانب آخر في عدم تحري والتزام واجبه المهني تجاه المُستهلك.
- 2- جاء تعريف المُستهلك في القانون القومي لسنة 2019 موسعاً ليشمل معه حقوق المُستهلك التعاقدية؛ لتدخل تحت مظلة الحماية القانونية، وبعدم تحديد المُشرع لغرض الاستهلاك، هل هو شخصي أم مهني.
- 3- جاء تعريف المُشرع لمعنى الخدمة موسعاً؛ ليشمل معه الخدمة الفكرية. ويُعد هذا بُعداً أفق من المُشرع، ويُحسب من إيجابيات القانون (القومي) لحماية المُستهلك.
- 4- نظم المُشرع السوداني حال رد السلعة لوجود عيب بها؛ إذ يجب على المُستهلك مُراعاة القيّد الزمني لمباشرة حقه في الرجوع خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ الشراء بالفاتورة؛ إذ نلاحظ معه عدم ذكر أو حتى تفصيل المُشرع بأي قيّد على السلعة في حال رجوعها، كما قيّدت ذلك بعض التشريعات المقارنة بأن تكون السلعة كحالتها عند الشراء، وبعدم استعمالها؛ مما يعني أنّ المُشرع تركها للعرف التجاري السائد لينزل بأحكامه عليها.
- 5- ضُعب الدور الرقابي التنفيذي من قبل الجهات المناط بها حماية المُستهلك.
- 6- تبين - من خلال الدراسة - عدم الوعي والإدراك الكافي لمجموع المُستهلكين بحقوقهم القانونية كمُستهلكين، والوقوف عليها؛ مما يزيد من ضغط المنتجين ومُقدمي الخدمات في استغلال حاجة المُستهلك.
- 7- حَظّر المُشرع السوداني على جمعيات حماية المُستهلك منح الأفضلية في التعامل مع مُنتج أو مُزوّد معين بهدف الربح أو التزكية، فهذا ما لم يكن منصوصاً عليه

في قانون حماية المستهلك الولائي لسنة 2012، ويجيء قصد المُشرِّع من وضعه ذلك الحظر لضمان نزاهة ما تقوم به الجمعيات من مهام، تطبيقاً لمفهوم الشفافية والإفصاح على عملها؛ ولأنَّ نشاط تلك الجمعيات في الأساس يجب ألا يجيء بغرض تحقيق الربح، بل يصب في حماية حق المُستهلك بتقديم خدمات تكون في مصلحته ونفعه.

8- لم يعرض المُشرِّع في القانون القومي لحماية المُستهلك لسنة 2019 لما يتعلق بموضوع منع الاحتكار والعقوبات الواردة بشأنه، والتي كان قد أفرد الحديث عنها بقانون حماية المُستهلك بولاية الخرطوم لسنة 2012، كأنما أراد أن يكتفي بما هو مُنظم لها في قانون تنظيم المنافسة ومنع الاحتكار لسنة 2009، والإحالة إليه إن ورد ما يتعلق بشأنه من مخالقات وجرائم.

9- نلاحظ في القانون القومي لحماية المُستهلك لسنة 2019، والمادة (25) منه تشدُّد المُشرِّع في مُدة عقوبة السجن عما هو مُسطَّر في القانون الولائي بالخرطوم لسنة 2012، والتي كانت بِمُدَّة «لا تجاوز شهراً»، في حدها الأعلى «وأُسبوعاً واحداً» في حدها الأدنى، يكون بذلك المُشرِّع قد رفع من مُدة عقوبة السجن في القانون القومي «الحالي»، وحدد سقفها الأعلى «بخمس سنوات».

10- حسناً فعل المُشرِّع في قانون حماية المُستهلك لسنة 2019، فيما يتعلق بعقوبة الغرامة، بعدم تحديد مقدارها، وهذا يُعدُّ مسلكاً أفضل؛ لأنَّ الغرامة تُقتضى بحسب مُقتضى حال المُخالفة، وليس بتحديد مقدار مبلغ ثابت لها؛ إذ ربما لا يُحقِّق العدالة.

ثانياً: التوصيات

1- نوصي بِضرورة تشريع قوانين لمراقبة الأسعار، بحيث يمنح السُّلطات المعنية بتنفيذه الحق في تحديد الأسعار وهامش الربح، إن أمكن، لأغلب السلع والخدمات الضرورية المُقدَّمة للمُستهلك.

2- يأتي من ضمن مهام جهاز حماية المُستهلك مُراقبة حركة الأسعار للمُنْتَجات، والحدِّ من ارتفاعها، بالتنسيق مع الجهات المختصة؛ نوصي بتفعيل هذه المهمة المُسنَّدة للجهاز؛ لما يشهده الواقع الاقتصادي في السوق السُّودانية الذي أُرهِق كاهل المُستهلك السُّوداني كثيراً، بل فاق التصور، والذي أضحي لا يخفى على الجميع في شيء.

- 3- يُوصي البحث تشريع حماية المُستهلك في ولاية الخرطوم بضرورة جعل فاتورة الشراء للمُستهلك قيداَ إلزامياً في البدء على التاجر، أو مُقدم الخدمة، بتوفيرها للمشتري دون طلبه إياها؛ لضمان قانونية وسلامة التعامل التجاري، وسهولة إثبات حقوق كل من الطرفين في حال حدوث النزاعات.
- 4- وجود سلع مغشوشة بالسوق يَضير كثيراً بحق المُستهلك؛ مما يقتضي معه ضرورة وجود جهات حكومية ورقابية تضمن حقه في الأمن، بأن يحصل المُستهلك على سلع آمنة وسليمة، أي تأمين وسلامة ما يحتاج إليه المُستهلك في السوق.
- 5- ضرورة توفير بدائل مختلفة في السوق لتكون بديلاً أمام المُستهلك لشرائها، مما يسمح له بالمقاطعة، في حال عدم احترام أصحاب المُنتجات ومُقدمي الخدمات حقوق المُستهلك.
- 6- السعي إلى توفير خدمات ما بعد البيع في السوق السودانية؛ لضمان إعادة السلع غير السليمة، لیتحمل المُنتج أو المُزود إعادة تصليح ما ينقصها، أو حتى تقديم البديل في حال العدم، ومن دون فرض تكلفة إضافية على عاتق المُستهلك.
- 7- يُعد ضماناً واسعاً بحق المُستهلك ما كفلته المادة (23) من القانون الكويتي، حين أوجبت على الوكيل التجاري ضرورة توفير سلعة مُماثلة للمُستهلك إن تأخر توفير الضمان المكفول له عن وقته المحدد في القانون، ونهيب بالمشرع السوداني إلى ضرورة إضافة مثل ذلك الالتزام في القانون القومي لحماية المُستهلك والولائي.
- 8- ضرورة وجود تعويض عادل إزاء عدم احترام حقوق المُستهلك والتزاماته، وضرورة اقتضائه كاملاً.
- 9- ضرورة تبصير فئة المُستهلكين بحقوقهم القانونية والتمسك بها؛ لأنَّ بقصور وعيهم وإدراكهم بها، وضُعب الأجهزة الرقابية في القيام بدورها، تشجيعاً على الانحراف بالسلوك العام تجاه حق المُستهلك؛ مما يزيد بدوره في عمليات الغش التجاري التي تقع على كاهله، وبما تقع عليه بالضرر، فكلما ارتقينا بوعي المُستهلك كانت نتيجة اختياره أكثر حرية وأفضل إدراكاً.
- 10- ضرورة السماع لرأي المُستهلك، وجعل ما يرنو إليه من تحسين وجودة في المُنتجات من أولويات الاعتبار لدى فئات المُنتجين ومُقدمي الخدمات، بما يعود عليهم بالفائدة.

- 11- ضرورة إلزام المُنتج بإعلام المُستهلك بكيفية استخدامه المُنتج، وبضرورة وجود نشرة داخلية تتبع السلعة وشرحاً يلحق الخدمة المعنية.
- 12- ضرورة مراجعة العقود النمطية "التقليدية" وإبعاد ما يعسف بحق المُستهلك من بنود وشروط؛ من أجل خلق التوازن العقدي بين المُنتج والمُستهلك حمايةً لطرفي العقد.
- 13- يُفضل المُستهلك - من جانبه - دائماً (تجاه المُنتج) الحصول على القيمة أو القيم المُضافة (الميزات) من وراء اقتنائه السلعة أو المُنتج أو تلقي الخدمة، إزاء ذلك يجب أن تكون قواعد المُشرع السوداني آمرة لا تجوز مخالفتها، وضرورة صدور لائحة تنفيذية للقانون.
- 14- حوى قانون تنظيم التجارة وحماية المُستهلك بولاية الخرطوم، لسنة 2012، أحكاماً عامة فقط بشأن حماية المُستهلك، وقد استوعبها القانون القومي بطريقة تُعدّ أكثر تفصيلاً وسعة في بعضها الآخر؛ مما يجعلنا نوصي المجلس التشريعي بولاية الخرطوم بضرورة إصدار قرار، أو أمر، بإلغاء القانون الولائي، أو بإيقاف تطبيقه، وبضرورة أن يُطبّق القانون القومي لحماية المُستهلك لسنة 2019 في ولاية الخرطوم لشموله وتفصيله.
- 15- وبعد صدور القانون القومي لحماية المُستهلك لسنة 2019، نوصي بضمان التطبيق الجيد والفاعل لنصوص القانون، وضرورة التنفيذ الجيد له على أرض الواقع.

قائمة المراجع

أولاً: معاجم اللُّغة

- المعجم الوسيط، الجزء الثاني، الطبعة الثالثة، مجمع اللُّغة العربية، القاهرة، 1405هـ - 1985م.

ثانياً: المراجع القانونية

- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمُسْتَهْلِكِ في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- أمل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008.
- حسن محمد محمد بودي، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دار شتات للنشر والبرمجيات، القاهرة، 2011.
- حسن عبدالباسط جميعي، حماية المستهلك الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- طارق فهمي الغنام، العلامة التجارية ودورها في حماية المُنتَجِ والمُسْتَهْلِكِ، ط2، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1441هـ - 2020م.
- محمد مختار القاضي، الغش التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2014.
- سعيد عوض الرطيل، حقوق المُسْتَهْلِكِ ومستوى حمايتها في السوق اليمنية - دراسة تحليلية، ورقة عمل مُقدِّمة إلى ندوة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، حماية المُسْتَهْلِكِ ومكافحة الغش التجاري في الدول العربية، القاهرة، يناير 2008.
- عبدالله حسين علي محمود، حماية المُسْتَهْلِكِ من الغش التجاري والصناعي - دراسة مقارنة بين دولة الإمارات العربية المتحدة والدول الأجنبية، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002.
- عبدالفتاح سليمان عبدالفتاح، الإعلانات التجارية الكاذبة والمُضَلَّلَة من منظور حماية المُسْتَهْلِكِ، 2015.

- عبدالرؤوف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمُستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر والقانون، القاهرة، 2019.
- عدنان إبراهيم سرحان، تقييم النصوص الناظمة لحق المُستهلك في الرجوع عن العقد في قانون حماية المُستهلك الكويتي - دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، السنة السادسة، ع1، العدد التسلسلي 21، مارس 2018.
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008.
- رمضان علي السيد الشرنباصي، حماية المُستهلك في الفقه الاسلامي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004.
- خالد مصطفى فهمي، الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلان بين النظرية والتطبيق، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2007.

المحتوى

الصفحة	الموضوع
513	الملخص
515	المقدمة
519	المبحث الأول: ماهية حق المُسْتَهْلِك
519	المطلب الأول: تعريف المُسْتَهْلِك
519	الفرع الأول: تعريف المُسْتَهْلِك في اللُّغة
520	الفرع الثاني: تعريف المُسْتَهْلِك في الفقه
520	الفرع الثالث: تعريف المُسْتَهْلِك في القانون
522	المطلب الثاني: حقوق المُسْتَهْلِك
524	المبحث الثاني: صور الغش التجاري والإعلان المضلل
524	المطلب الأول: الغش التجاري وصوره
524	الفرع الأول: مفهوم الغش التجاري
525	الفرع الثاني: صور الغش التجاري
525	أولاً: غش الأَطعمة والتعامل فيها
526	ثانياً: الغش في الأدوية والتعامل فيها
526	ثالثاً: الغش بعرض طعام أو شراب مُحرم
527	رابعاً: الغش ببيع الميتة
527	المطلب الثاني: الإعلان التجاري المُضلل
532	المبحث الثالث: حق المُسْتَهْلِك في القانون
532	المطلب الأول: حقوق المُسْتَهْلِك في القانون القومي السوداني لسنة 2019
533	الفرع الأول: حق التعويض

الصفحة	الموضوع
534	الفرع الثاني: الحصول على السعر المناسب للسلعة
535	المطلب الثاني: حقوق المُسْتَهْلِكِ فِي القَانُونِ الوَلَايِي لِسَنَةِ 2012
536	المطلب الثالث: حقوق المُسْتَهْلِكِ فِي القَانُونِ الكُوَيْتِي
538	المطلب الرابع: حماية حقوق المُسْتَهْلِكِ التَّعَاقِدِيَّة
538	الفرع الأول: خيار الشرط
539	الفرع الثاني: خيار الرُّوْيَةِ
540	الفرع الثالث: خيار العيب
543	الفرع الرابع: خيار المجلس
546	المبحث الرابع: آليات حماية حق المُسْتَهْلِكِ
546	المطلب الأول: جهاز حماية المُسْتَهْلِكِ
547	المطلب الثاني: وكالة نيابة حماية المُسْتَهْلِكِ
548	المطلب الثالث: جمعيات حماية المُسْتَهْلِكِ
550	المطلب الرابع: العقوبات والجزاءات فِي القَانُونِ
555	الخاتمة
559	قائمة المراجع