

دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي

The role of consumer protection societies in protecting the electronic under home quarantine

م. م أريج مؤيد عبد المنعم

كلية القانون - جامعة البصرة

الملخص:-

يشغل موضوع حماية المستهلك الإلكتروني حيزاً واسعاً في مجال البحوث والدراسات القانونية؛ نظراً إلى أهمية هذا الموضوع وأهمية الدور الذي يشغله المستهلك الإلكتروني، كونه يعد الطرف الضعيف مقارنة بالطرف الآخر والذي يتمثل ب (التاجر، المزود، والمعلن... الخ) والذي يتمتع بالخبرة والمكانة الاقتصادية، وهذه الأهمية تزداد في الوقت الحالي أي في وقت انتشار فايروس كورونا وفرض الحجر المنزلي، والتي أدت إلى بروز التجارة الإلكترونية بشكل واضح مقارنة بالتجارة العادية، وحصول المستهلك على احتياجاته إلكترونياً ومن دون أن يعرف البائع أو مكانه ومن دون رؤية سابقة للسلعة المطلوبة، لذا فقد اقتضى الأمر تعزيز حماية المستهلك الإلكتروني وتكثيف الجهات المعنية بذلك لتشمل جهات حكومية وأخرى غير حكومية أكثر احتكاكاً وصلة بالمستهلك الإلكتروني وأكثر دراية بالواقع الذي يعيشه، وتتمثل هذه الجهات بجمعيات حماية المستهلك الإلكتروني.

Abstract:-

The subject of electronic consumer protection occupies a wide space in the field of legal research and studies. Given the importance of this issue and the importance of the role that the electronic consumer occupies, after it the weak party compared to the other party, which is represented by (the merchant, the provider, the advertiser ... etc.) who has experience and economic status, and this importance is increasing at the present time, i.e. at the time of the spread of Corona virus And the imposition of home quarantine, which led to the emergence

of electronic commerce clearly compared to regular trade, and the consumer obtaining his needs electronically without knowing the seller or his location and without prior vision of the desired commodity, so it was necessary to strengthen the protection of the electronic consumer and to intensify the relevant authorities to include government agencies And other non-governmental organizations that are more frictional and connected to the electronic consumer and more familiar with the reality in which he lives. These entities are represented by the electronic consumer protection associations.

الكلمات المفتاحية:- فايروس كورونا ، الحجر المنزلي- جمعيات- المستهلك الإلكتروني

المقدمة

إن دراسة موضوع دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزل يستلزم منا الوقوف على أهمية البحث وإشكاليته وكذلك بيان اهداف البحث، ومن ثم نبين منهجية البحث وهيكلته؛ ولهذا سنجعل من هذه المحاور تباعاً مادةً لهذه المقدمة.

أولاً: أهمية البحث وإشكاليته:

يعيش العالم في الوقت الحالي فترة عصبية؛ بسبب تفشي فايروس كورونا، والتي أثرت بدورها على مختلف المجالات، فقد أدى انتشار هذا الوباء إلى إغلاق كل الأنشطة: الاقتصادية والاجتماعية والثقافية... الخ، وأغلقت على أثره كل الحدود والدوائر والمؤسسات والمدارس والكلية.. الخ، ومن أجل حماية صحة المواطنين فقد اصدرت الدول مراسيم عدة منعت بموجبها التجمعات والتنقل والخروج من المنازل للعمل أو إلى التبضع.. الخ، أي فرضت عليهم ما يسمى بالحجر المنزلي، ومن الطبيعي فإن الحجر المنزلي إذا كان ضرورة ملحة فإنه يقتضي ضرورة الحصول على السلع والخدمات والمواد الضرورية؛ وهذا ما دفع المواطن إلى الولوع إلى العالم الإلكتروني، حيث لجأت العديد من المحال والشركات التجارية إلى فتح مواقع إلكترونية من أجل خدمة المستهلك، فبمقابل اضمحلال التجارة العادية انتعشت التجارة الإلكترونية، وبمقابل تراجع دور المستهلك العادي برز دور المستهلك إلكتروني، وإذا كان المستهلك بحاجة إلى الحماية القانونية

في التعاملات العادية، إلا أن هذه الحماية تكون أكثر ضرورة بالنسبة للمستهلك الإلكتروني؛ نتيجة لما يثيره هذه النوع من التعاملات من إشكاليات عدة، مضافاً إليها ما نعيشه اليوم في ظل تفشي الوباء، وانتهاز بعض التجار هذا الوضع والحاجة الملحة للمستهلك من أجل تحقيق الربح والاعتناء، وعلى الرغم من وجود منظومة لحماية المستهلك والتي تتمثل بقانون حماية المستهلك ووجود أجهزة رقابية مختلفة، إلا أن هذه المنظومة لا تكون متكاملة ما لم تكن هناك جهات تقوم بدور ريادي وفعال في الدفاع عن مصالح المستهلك الإلكتروني، وتكون حلقة وصل بين القاعدة الشعبية وأجهزة الدولة، وهذه الجهة تتمثل بجمعيات حماية المستهلك، مع ذلك فإن بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك العراقي نجد إن المشرع لم يشر إلى هذه الجمعيات إلا في مادة واحدة فقط وجعل من دورها دوراً احتمالياً داخل مجلس حماية المستهلك، وهذا يعد قصوراً تشريعياً مقارنة بالتشريعات المختلفة التي أولتها اهتماماً بالغاً؛ كونها تعد جهة غير حكومية ومن ثم فهي أكثر احتكاكاً من غيرها بجمهور المستهلكين، فضلاً عن دورها الذي لا يمكن أغفاله الذي يتمثل بالتحسيس والتوعية والإعلام وتمثيل المستهلكين أمام الجهات القضائية، ناهيك عن إن المستهلكين يفضلون في كثير من الأحيان رفع شكاوهم أمام جهات غير رسمية؛ للسرية ولضمان متابعة تلك الشكوى، على عد أن الجهات الرسمية قد يعجز عليها في كثير من الأحيان متابعة كل شكاوي المستهلكين، وهذا الدور تزداد أهميته في ظل الوضع الراهن أي في ظل اقتناء المستهلك لاحتياجاته إلكترونياً، ومن دون سابق رؤية ومن دون العلم بمصدرها؛ للضرورة الملحة وخوفاً من احتكارها، واستناداً إلى ما سبق وبالنظر لأهمية دور جمعيات حماية المستهلك في الاسهام في حماية المستهلك الإلكتروني فقد اثرنا موضوع (دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي) عنواناً لبحثنا.

ثانياً: اهداف البحث

إن الهدف من هذا البحث هو إبراز دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي ومن الجانبين القانوني والتطبيقي (العملي)، أما من الجانب القانوني فيكون ذلك من خلال عرض الاحكام ذات الصلة بجمعيات حماية المستهلك في القوانين المقارنة، ومقارنتها بالقانون العراقي؛ لمعرفة مدى مواكبة القانون العراقي للمستحدثات والتطورات في مجال حماية المستهلك عن طريق تعزيز دور جمعيات حماية المستهلك، ومدى قدرته على وضع الحلول والمعالجات الواقعية بغية الوصول إلى حماية فعالة ومجدية للمستهلك الإلكتروني عن طريق هذه الجمعيات، أما من الناحية الواقعية فيكون ذلك عن طريق

البحث عن الحد الذي ساهمت به جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل تفشي فايروس كورونا وفرض الحجر المنزلي، فهل أكدت حضورها على أرض الواقع؟ وما هي آليات تدخل هذه الجمعيات في حماية المستهلك وكيف يتم تفعيل هذه الوسائل في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي؟ وما هي المعوقات التي واجهتها في أدائها لهذه المهمة؟

ثالثاً: منهجية البحث وهيكلته

لقد اقتضت ضرورة الالمام بمختلف جوانب البحث وتحليل أبعاده المختلفة؛ أن نعتد أسلوب البحث التحليلي المقارن، من خلال تحليل النصوص المتاحة في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010 ومقارنتها مع القوانين الأخرى، كقانون حماية المستهلك المصري المعدل رقم 181 لسنة 2018، وقانون حماية المستهلك الأردني رقم 7 لسنة 2017، وقانون حماية المستهلك المغربي رقم 1.11.03 لسنة 2011، وكان المعيار في اعتمادها هو تنظيمها لأحكام ووسائل جمعيات حماية المستهلك وعلى نحو متباين بعض الشيء؛ لذا فقد تم اعتمادها بغية الوقوف على الجوانب الإيجابية التي تتضمنها، والتي يمكن الاستفادة منها كتوصية إلى المشرع العراقي ليأخذها بالحسبان عند إدخال التعديل على قانون حماية المستهلك.

وبغية الإحاطة بهذا الموضوع لا بد أولاً أن نبين المقصود بجمعيات حماية المستهلك وموقف المشرع العراقي منها ويكون ذلك في تقديم البحث، ومن ثم نبين في المبحث الأول آليات تدخل هذه الجمعيات في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي والتي تشمل الدور الوقائي والدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك، أما المبحث الثاني فنخصصه لبيان معوقات عمل هذه الجمعيات والتي تتضمن المعوقات المادية والمعوقات الفنية.

* المقصود بجمعيات حماية المستهلك والموقف التشريعي منها:

لم يرد في قانون حماية المستهلك المصري تعريفاً لجمعيات حماية المستهلك، على خلاف قانون حماية المستهلك الملغي، حيث عرفت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 جمعيات حماية المستهلك على إنها: (الجمعيات والمؤسسات الأهلية والتي تعني بحماية المستهلك سواء بصفة اساسية أو تبعية، وتعتبر الجمعية معنية بصفة اساسية بحماية المستهلك إذا كان الغرض الرئيسي من إنشائها يتمثل في العمل في مجالات حماية المستهلك، وتعتبر معنية بصفة تبعية بحماية المستهلك إذا كان

غرض حماية المستهلك يمثل أحد مجالات عملها)، أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك الأردني وقانون حماية المستهلك المغربي فلم يرد بهما تعريف لجمعيات حماية المستهلك.

أما عن الفقه فقد عرف جانب منهم جمعيات حماية المستهلك على إنها جمعيات تطوعية غير رسمية تنشأ وفقاً للقانون، وتهدف إلى حماية المستهلك، والدفاع عن حقوقه بكافة الوسائل القانونية المخولة لها⁽¹⁾.

أما فيما يخص قانون حماية المستهلك العراقي فلم يرد فيه تعريف لجمعيات حماية المستهلك، بل إن المشرع العراقي لم يتطرق لجمعيات حماية المستهلك وتحديد صلاحياتها إلا ضمن مجلس حماية المستهلك، حيث نصت المادة 4 على تشكيلات مجلس حماية المستهلك وأشارت الفقرة الرابعة منها على (يحدد رئيس مجلس الوزراء باقتراح من رئيس المجلس الأشخاص الممثلين عن الجهات المذكورة في الفقرتين (ج، د) وله إضافة ممثل عن جمعيات حماية المستهلك).

مما يعني ذلك إن وجود ممثل عن جمعيات حماية المستهلك ضمن مجلس حماية المستهلك ومن ثم قيامه بمهام التوعية والارشاد والتي اناطها المشرع بهذا المجلس مسألة مفترضة قد تتحقق وقد لا تتحقق، هذا من جهة، ومن جهة أخرى _وكما يرى البعض_ أن جعل عضوية جمعيات حماية المستهلك داخل المجلس من شأنه أن يؤدي إلى اختلاط الأدوار وتكرارها، فالمجلس بعده جهاز تابع للدولة يتعين أن يقوم بمهام تصب في مساعدة ودعم جمعيات حماية المستهلك على نحو يجعل من أعمالهم يكمل بعضها البعض وليس تكرار لهذه الأعمال⁽²⁾، فالمشرع اناط بالمجلس مهام تقوم بها جمعيات حماية المستهلك اساساً بموجب القوانين المقارنة كمهمة الإرشاد والتوعية، فإذا كان التعاون بين الأجهزة مطلوب ومن شأنه أن يحقق نتائج أفضل في حماية المستهلك إلا إن ذلك يتطلب عدم الخلط بين الأدوار وتكرارها.

وفي ظل غياب النص لا يبقى أمام هذه الجمعيات إلا الاستناد إلى قانون المنظمات غير الحكومية لتنسب إليه مشروعية انشائها، مع ذلك ستفتقر إلى العديد من الصلاحيات التي منحها التشريعات المقارنة لهذه الجمعيات والتي ستوضح لنا لاحقاً⁽³⁾.

(1) نقلاً عن: د. عدنان باقي لطيف؛ م. م بختيار صديق رحيم، دور جمعيات حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010، بحث منشور في مجلة دراسات قانونية وسياسية، العدد الثاني، كانون الأول، 2013، ص 159.

(2) د. عدنان باقي لطيف...، مصدر سابق، ص 174.

(3) حيث تنص المادة 4 من قانون المنظمات غير الحكومية العراقي رقم 12 لسنة 2010 على: (أولاً: لكل شخص عراقي طبيعي أو معنوي حق تأسيس منظمة غير حكومية أو الانتماء إليها أو لانسحاب منها وفقاً لأحكام هذا القانون).

المطلب الأول

آليات تدخل جمعيات حماية المستهلك

في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي

إن الغاية الأساسية من وجود جمعيات حماية المستهلك هي رفع وعي المستهلك وترشيده وتبصيره في مجال الاستهلاك؛ للحيلولة دون تعرضه للأخطار التي قد تهدد سلامته، ودور الجمعيات هنا يعد دوراً وقائياً لأنه يتم قبل وقوع الضرر، إلا أن هذه الوسائل الوقائية قد لا تجدي نفعاً ومن ثم يتعرض المستهلك للأخطار؛ لذا يقتضي الأمر منح هذه الجمعيات دوراً علاجياً؛ من أجل التخفيف من هذه الأخطار قدر الإمكان، إلا أن التساؤل الذي يثار بهذا الخصوص هو كيف يتم توظيف هذه الوسائل في حماية المستهلك الإلكتروني؟ وكيف يتم إعمالها في ظل الحجر المنزلي؟ هذا ما سنبينه من خلال عرض آليات تدخل جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي وذلك في الفروع الآتية:

الفرع الأول

الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

تقوم جمعيات حماية المستهلك بإدوار وقائية مختلفة، والتي تتمثل بالتحسيس والتوعية والاعلام مراقبة الاسعار وتلقي شكاوى المستهلكين والسعي إلى معالجتها، وبما إن المستهلك هنا هو مستهلك إلكتروني وهذا المستهلك في نطاق الحجر المنزلي، ولم يقتصر هذا الحجر على المستهلك فحسب وإنما يشمل المستهلك والبائع وكذلك أعضاء جمعيات حماية المستهلك؛ لذا فإن وسائلها هذه لا تجدي نفعاً ما لم تكن بنفس الطريقة التي يقطن بها المستهلك منتجاته، أي بطريقة إلكترونية؛ عليه تتمثل الآليات الوقائية لجمعيات حماية المستهلك بالآتي:

أولاً: التحسيس والتوعية والأعلام الإلكتروني:- وهذا ما اشارت إليه المادة 63 من قانون حماية المستهلك المصري بقولها: (...يكون للجمعيات الاختصاصات التالية.. 6- الاسهام في نشر ثقافة حقوق المستهلك وتوعية المواطنين بحقوقهم وانشاء قواعد للبيانات اللازمة لأداء هذه الجمعيات لاختصاصاتها، 7- تقديم الاستشارات للمستهلكين بشأن حماية المستهلك وانشاء المراكز الخاصة بذلك في مختلف المدن والمحافظات...)، وكذلك المادة 15 من قانون حماية المستهلك الأردني بقولها (للجمعية في سبيل تحقيق

أهدافها القيام بما يلي: أ- رعاية مصالح المستهلك وتثقيفه وتوعيته وتعريفه بحقوقه وطرق المطالبة بها، ب- تقديم المشورة والإرشاد للمستهلك...، وأيضاً المادة 152 من قانون حماية المستهلك المغربي والتي جاء فيها (تتولى جمعيات حماية المستهلك...الإعلام والدفاع والنهوض بمصالح المستهلك...).

أما بالنسبة إلى المشرع العراقي فقد اشار لدور جمعيات حماية المستهلك في الاعلام ضمن جهاز حماية المستهلك حيث نصت المادة 5 / أ على (يتولى المجلس الاختصاصات الآتية: ثانياً: رفع مستوى الوعي الاستهلاكي...، سادساً: التعريف بمهام واختصاصات واهداف جمعيات حماية المستهلك والاستعانة بها في عمليات التوعية بحقوق المستهلك).

وحتى تحقق جمعيات حماية المستهلك هذا الدور في إمكانها أن تقوم بنشر ارشاداتها وتعليماتها التوعوية في نشرات متخصصة وتوزيعها على المستهلكين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو عبر الإذاعة والتلفزيون، أو أن تعد لها نشرات ومواقع إلكترونية متخصصة، كما لها أن تعد برامج إعلانية وإذاعية عبر وسائل الاعلام تتضمن اختبارات ومعلومات عن السلع والخدمات المتاحة، وكذلك توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الامتناع عن السلع التي لا تحتوي على وسم أو مكان صنع وكذلك الامتناع عن السلع المقلدة والمزيفة⁽⁴⁾، وإحاطتهم بكل المعلومات والبيانات الحقيقية وكشف كل خداع أو تمويه يلجأ اليه المعلن أو التاجر لتضليل المستهلكين وجذبهم⁽⁵⁾.

وفي إطار قيام جمعية حماية المستهلك بمهمة التوعية والاعلام فإن لها أيضاً أن تدعو إلى مقاطعة شراء سلعة أو خدمة معينة بسبب رداءتها أو عدم جودتها⁽⁶⁾، ولم تشر التشريعات المقارنة إلى هذه الصلاحية ضمن صلاحيات جمعيات حماية المستهلك؛ لذا فإن جانب من الفقه يرى إن هذا الدور لا تقوم به جمعيات حماية المستهلك إلا إذا فشلت كل مساعيها في حماية المستهلك، وأن تبرر المقاطعة بأسباب قوية وجديّة

(4) د. بحماوي الشريف، جمعيات حماية المستهلك، بحث منشور في جامعة ادرار، ص 156.

(5) محمد محمد أحمد ابو سيد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الاسلامي، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2004، ص 286.

(6) د. علي حسين أبو دياب؛ د. وليد محمد بشر، الجوانب القانونية للحماية المدنية للمستهلك من الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة، بحث منشور في مجلة كلية العلوم والدراسات الانسانية، جامعة المجمع، المملكة العربية السعودية، العدد الثاني والثلاثون، الجزء الثاني، ص 469.

وأيضاً ينبغي أن يكون الهدف الوحيد من هذه المقاطعة هو حماية المستهلك فحسب؛ وإلا تكون هذه الوسيلة غير مشروعة ومن ثم تتحمل الجمعية المسؤولية⁽⁷⁾.

ومن أجل تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك في مجال التحسيس والتوعية والاعلام الإلكتروني نرى من الضروري قيام وزارة التجارة بالتعاون مع وزارة الاتصالات بإطلاق ما يسمى (بالاعتماد الإلزامي عبر الخدمة) أي إصدار عدم ممانعة نشاط إلكتروني، أو إصدار الاعتماد الرقمي أو الختم الإلكتروني للمواقع⁽⁸⁾، ويكون دور جمعيات حماية المستهلك هو تقديم إرشادات للمستهلك الإلكتروني وتوجيهه نحو المواقع الحاصلة على الاعتماد والمصنفة بجدول خاص لديها، وحتى تقوم بعملها هذا يتعين انشاء قواعد للبيانات اللازمة لإداء هذه الجمعيات لمهامها، وأيضاً انشاء مراكز خاصة بذلك في مختلف المدن والمحافظات.

ثانياً: المراقبة الإلكترونية للأسعار⁽⁹⁾، أي دراسة اسعار المنتجات ومقارنتها وجودتها والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها، وقد اشارت القوانين المقارنة إلى مهمة جمعيات حماية المستهلك في مراقبة اسعار المنتجات من ذلك المادة 63 من قانون حماية المستهلك المصري بقولها (3- إجراء مسح ومقارنة لأسعار المنتجات وجودتها والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها، ورصد التزام الموردين بالسعر المعلن، ومتابعة ما يصدر من الموردين والمعلنين من إعلانات وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات بهذا الشأن)، وكذلك المادة 15 من قانون حماية المستهلك الأردني والتي جاء فيها: (هـ- دراسة اسعار المنتجات ومقارنتها وجودتها والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها، وإبلاغ الأجهزة المختصة بما يقع من مخالفات بهذا الشأن)، بيد لا نجد نص مماثل في قانون حماية المستهلك العراقي.

ولكن ما يلاحظ أن هذه القوانين لم تحدد آلية قيام جمعيات حماية المستهلك بهذه المهمة بالنسبة للمستهلك الإلكتروني؛ لذا نعتقد من الضروري وبالأخص في الوقت الحالي أي في ظل الحجر المنزلي _ من أجل تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك في هذا المجال _ توفير منصة الكترونية تسمح للبائعين والمنتجين

(7) مشار إليه في: فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2004، ص82.

(8) مقترح مقدم من قبل الهيئة العامة لتنظيم الاتصالات في الإمارات ضمن مؤتمر مبادرات حماية المستهلك الإلكتروني، متاح على الموقع الإلكتروني: <https://wam.ae/ar/details> ، تاريخ آخر دخول: 2020/6/26.

(9) د. شريف لطفي، حماية المستهلكين في اقتصاد السوق، ط2، دار الشروق، القاهرة، 1994، ص21.

بتسويق منتجاتهم للمستهلكين عن طريقها، بحيث تكون قناة تواصل بين البائع والمستهلك الإلكتروني، وتكون إدارتها من قبل ممثلين عن جمعيات حماية المستهلك، حتى يتسنى لهم مراقبة الاسعار .

ثالثاً: تلقي شكاوى المستهلكين الكترونياً والتحقق فيها والعمل على إزالتها، وهذا ما اشارت إليه المادة 4/63 من قانون حماية المستهلك المصري، والمادة 15/ج من قانون حماية المستهلك الاردني، وأيضاً اشار المشرع العراقي إلى دور جهاز حماية المستهلك في تلقي شكاوى المستهلكين والتي من الممكن أن يكون هناك ممثل عن جمعيات حماية المستهلك ضمن هذا الجهاز .

أما عن تفعيل هذا الدور بالنسبة إلى المستهلك الإلكتروني فنرى من الضروري وبالأخص في الوقت الراهن وفي ظل تفشي الوباء اطلاق تطبيق الكتروني يمكن تحميله على كافة الهواتف المحمولة، للتبليغ والتواصل مع شكاوى المستهلك الإلكتروني من قبل ممثلين عن جمعيات حماية المستهلك بالتنسيق مع جهاز حماية المستهلك⁽¹⁰⁾، وأيضاً ينبغي تعزيز علاقة جمعيات حماية المستهلك مع مختلف أجهزة الدولة كوزارة الصحة، وزارة التجارة، ووزارة الاتصالات ..الخ، وينبغي على هذه الأجهزة التعاون مع جمعيات حماية المستهلك وتزويدها بالمعلومات والإرشادات الضرورية من أجل الوصول إلى حل لشكاوى المستهلكين.

الفرع الثاني

الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك

يقصد بالدور العلاجي الدور الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك بعد وقوع الضرر، فيكون تدخلها في هذه المرحلة بغية التخفيف من الخسائر التي قد تلحق بالمستهلك، وبنفس الوقت يتحقق الردع للجهة المخالفة وزجر غيرها، وتتمثل الوسائل العلاجية لجمعيات حماية المستهلك برفع الدعوى القضائية أو التدخل فيها، وكذلك محاولة حسم النزاعات التي قد تنشأ بين الأطراف المعنية بواسطة ممثليها بصفة وسيط أو محكم.

أولاً: رفع الدعوى القضائية أو التدخل فيها، إذا كان من شروط رفع الدعوى القضائية بموجب القواعد العامة هو أن يكون لرافع الدعوى مصلحة وصفة فيها، والصفة لا تثبت إلا لصاحب الحق نفسه⁽¹¹⁾، إلا أن المشرع قد يخرج استثناءً عن هذا الأصل العام فيمنح جهة معينة صلاحية رفع دعوى نيابة عن شخص آخر، وهذا ما

⁽¹⁰⁾ مقال منشور في: نشرة حماية المستهلك، الجمهورية اللبنانية، العدد 12، لسنة 2014، ص2.

⁽¹¹⁾ أنظر المادة 4 من قانون المرافعات العراقي رقم 83 لسنة 1969.

حصل بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك؛ والسبب في ذلك هو وجود علاقة وثيقة بين مصلحة صاحب الحق المدعى به وبين مصلحة المجتمع بأسره⁽¹²⁾، ومن القوانين التي منحت جمعيات حماية المستهلك هذه الصلاحية قانون حماية المستهلك المصري بموجب المادة 63 والتي جاء فيها (1- إقامة الدعوى نيابة عن جموع المستهلكين أو التدخل فيها وفقاً للإجراءات المقررة في قوانين مبادئ التقاضي)، والمادة 15 من قانون حماية المستهلك الأردني والتي نصت على (د- تمثيل المستهلك لدى الجهات الرسمية وغير الرسمية فيما يتعلق بشكاوى المستهلكين ضد المزودين)، وأيضاً أشار قانون حماية المستهلك المغربي إلى هذه الصلاحية التي خولها لجمعيات حماية المستهلك بموجب المادة 157 بقوله (يمكن للجامعة الوطنية وجمعيات حماية المستهلك المعترف لها بصفة المنفعة العامة طبقاً لأحكام المادة 154 أن ترفع دعاوى قضائية، أو أن تتدخل في دعاوى جارية..).

بيد ما يلاحظ أن نص القانون المغربي يختلف بعض الشيء عن القانون المصري والأردني من حيث أن القانون المغربي اشترط حتى تتمكن جمعيات حماية المستهلك تمثيل المستهلكين أمام الجهات القضائية أن يكون معترف لها بصفة المنفعة العامة بموجب القانون بمعنى أن يكون نشاطها الوحيد هو الدفاع عن مصالح المستهلك ومن ثم إذا كان لهذه الجمعية نشاطات متعددة فيمنع عليها إقامة الدعوى أمام القضاء، وهذا ما يشكل عائق أمام جمعيات حماية المستهلك حسب ما يرى البعض⁽¹³⁾.

وبالمقابل لم نجد نص يمنح هذه الصلاحية لجمعيات حماية المستهلك بموجب القانون العراقي وهذا ما يعد قصوراً تشريعياً يتعين تلافيه ومنح جمعيات حماية المستهلك حق تمثيل المستهلك مجاناً لدى الهيئات والمؤسسات الحكومية ومنحها حق التقاضي للدفاع عن مصالحهم⁽¹⁴⁾.

ومما يلاحظ من خلال النصوص القانونية سالفه الذكر أن الوسيلة القضائية لجمعيات حماية المستهلك إما أن تكون عن طريق رفع الدعوى القضائية ابتداءً أو عن طريق التدخل فيها بعد رفعها من جانب أحد أو مجموعة من المستهلكين، والطريقة الأخيرة يمكن أن تلجأ لها جمعيات حماية المستهلك حتى في الحالات

(12) مشار إليه في: د. شريف لطفي، مصدر سابق، ص 21؛ فهيمة ناصري، مصدر سابق، ص 102.

(13) مشار إليه في: إبراهيم المأمون، مساهمات جمعيات حماية المستهلك، مقال منشور في موقع دراسات وابحاث قانونية، www.m.ahewar.org/s.asp، تاريخ الدخول: 2020/6/29.

(14) د. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 347.

التي لا يوجد فيه نص يخولها ذلك كما هو الحال بالنسبة للقانون العراقي وذلك استناداً إلى القواعد العامة المتعلقة بالتدخل في الدعاوى القضائية⁽¹⁵⁾.

وأخيراً لا بد لنا من الإشارة إن الغاية الأساسية من إناطة مهمة إقامة الدعوى القضائية لجمعيات حماية المستهلك هو إن المستهلك في كثير من الأحيان يجهل الحقوق المكفولة له قانوناً، أو لكونه ذو إمكانية ضعيفة ومن ثم يخشى مصاريف إقامة الدعوى أمام القضاء والتي قد تفوق قيمة التعويضات التي من الممكن يحص عليها فيما لو صدر الحكم من صالحه⁽¹⁶⁾، فضلاً عن إن المستهلكين يفضلون في كثير من الأحيان رفع شكاوهم أمام جهات غير رسمية؛ للسرية ولضمان متابعة تلك الشكوى، على عد أن الجهات الحكومية قد يعجز عليها في كثير من الأحيان متابعة كل شكاوي المستهلكين⁽¹⁷⁾.

ثانياً: التحكيم أو الوساطة، يقصد بالتحكيم (نظام للفصل في المنازعات عن طريق اتفاق اطراف علاقة قانونية معينة على إحالة النزاع الواقع أو المحتمل الوقوع على محكم أو هيئة تحكيم أو مركز من مراكز التحكيم للفصل فيه بحكم ملزم لأطرافه دون المحكمة المختصة...)، أما الوساطة فيقصد بها (قيام شخص ثالث يسمى الوسيط بمحاولة تقريب وجهات نظر الخصوم، ويكون ذلك بعد سماعهما، ومن ثم يقترح بعض الحلول ويعرضها عليهما، فإن وافقوا حرروا بها محضراً رسمياً ووقعوا عليه جميعاً، وإن رفضوا ينتهي الأمر وتتجرد هذه المقترحات من كل قيمة)⁽¹⁸⁾.

وكل من التحكيم والوساطة يعد من الوسائل غير القضائية أي الوسائل الاتفاقية لحل النزاع، بيد أن التحكيم يختلف عن الوساطة من حيث أن المحكم في النظام الأول يقوم بإصدار حكم أو قرار تحكيمي ملزم

⁽¹⁵⁾ حيث تنص المادة 69 من قانون المرافعات العراقي على (1- لكل ذي مصلحة أن يطلب دخوله في الدعوى شخصاً ثالثاً منظماً لأحد طرفيها، أو طالباً الحكم لنفسه، إذا كانت له علاقة بالدعوى، أو تربطه بأحد الخصوم رابطة تضامن أو التزام لا يقبل التجزئة، أو كان يضار بالحكم فيها).

⁽¹⁶⁾ مشار إليه في: إبراهيم المأمون، مصدر سابق، ص6.

⁽¹⁷⁾ عمر القضاة، غياب جمعية لحماية المستهلك يضعف جهود الرقابة على الاسواق، مقال منشور في جريدة لوسيل، مجموعة دار الشرق، 2016، متاح على الموقع الإلكتروني: <https://www.google.com/amp/s/lusailnews> تاريخ آخر دخول: 2020/7/9.

⁽¹⁸⁾ نقلاً عن: عبد الباسط محمد عبد الواسع الضراسي، النظام القانوني لاتفاق التحكيم، ط2، المكتب الجامعي الحديث، 2008، ص21،33؛ وللمزيد أنظر: د. مصطفى ناطق صالح، المحكم التجاري الدولي، المكتب الجامعي الحديث، 2013، ص35 وما بعدها.

لأطراف النزاع، في حين يقتصر دور الوسيط في النظام الثاني على التقريب بين وجهات النظر المختلفة على نحو غير ملزم⁽¹⁹⁾.

ولم نجد إشارة في أي من التشريعات المقارنة لهذين النظامين، عدا القانون الأردني الذي أشار إلى الوساطة من قبل جمعيات حماية المستهلك، متى ما اتفق الأطراف المتنازعة عليها، حيث نصت المادة 15 على (ط- التوسط لفض النزاعات الناشئة بين المستهلك والمزود إذا وافق الطرفان على ذلك).

ونعتقد من الأفضل إقرار مثل هذه الأنظمة بموجب قانون حماية المستهلك بالنظر إلى المزايا التي يتمتع بها كلا النظامين والتي تتمثل بسرعة حسم النزاع عن طريق التحكيم أو الوساطة بمقارنة بطول إجراءات التقاضي أمام المحاكم، فضلاً عن السرية التي يتمتع بها كلا النظامين، ويمكن تفعيل هذه الأنظمة بالنسبة للمستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي عن طريق اللجوء إلى الوساطة الإلكترونية أو التحكيم الإلكتروني.

أما عن الإجراءات المتعلقة بالوساطة أو التحكيم فنعتقد إن بدأ هذه الإجراءات يكون عن طريق تقديم اشعار خطي من قبل أي من الأطراف المتنازعة أو من قبل أي شخص له مصلحة بالنزاع إلى جهاز حماية المستهلك، والذي يتولى بدوره تعيين وسيط أو وسطاء على أن يكون أحدهم ممثلاً عن جمعيات حماية المستهلك، وفي حالة فشل إجراءات الوساطة خلال مدة محددة يتولى الوسيط أو الوسطاء إشعار جهاز حماية المستهلك، والذي يتولى بدوره تشكيل هيئة تحكيمية خلال مدة معينة على أن يكون أحد أعضائها ممثلاً عن جمعيات حماية المستهلك، أو أن يقوم جهاز حماية المستهلك بتشكيل الهيئة التحكيمية ابتداءً وقبل اللجوء إلى الوساطة إذ ما وجد الأمر يستدعي ذلك، ولم تجد الوساطة نفعاً.

(19) عبد الباسط محمد، المصدر السابق، ص 34.

المطلب الثاني

معيقات عمل جمعيات حماية المستهلك

على الرغم من الدور الكبير الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك ولذي استعرضناه في المطلب السابق، إلا أن الواقع يعكس لنا إن الجمعيات التي تعني بحماية المستهلك تعد على الأصابع، ونشاطها حال وجودها دون المستوى المطلوب؛ والسبب في ذلك هو ما تواجهه جمعيات حماية المستهلك من معيقات عدة، وهذه المعوقات هي التي تفسر ندرة وجود مثل هذه الجمعيات أو ضعف مركزها الاجتماعي حال وجودها، وهذه المعوقات قد تكون معيقات مادية أو قد تكون معيقات فنية، وهو ما سنبينه في الآتي:

الفرع الأول

المعيقات المادية

نقصد بالمعيقات المادية ضعف الموارد المالي التي تساعد جمعيات حماية المستهلك في توسيع نشاطها، والسبب في ذلك هو أن اشتراكات الأعضاء غالباً ما تكون هزيلة، ومساعدات الدولة لا تسهم بشكل فعال في الدفع بأنشطة هذه الجمعيات نحو التقدم والازدهار⁽²⁰⁾.

لذا يتعين البحث عن مصادر جديدة لتمويل جمعيات حماية المستهلك، كالقطاع المصرفي مثلاً، ففي الدانمارك يتم تمويل هذه الجمعيات عن طريق القطاع المصرفي، على عد أن للبنوك دوراً اجتماعياً واقتصادياً، كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تصدر بعض المطبوعات والدوريات والتي يمكن أن تحقق عائداً لها⁽²¹⁾، أو تخصيص نسبة 1/0 من بند الخدمات المخصصة من الشؤون الاجتماعية للجمعيات التعاونية الاستهلاكية، لتمويل الجمعيات المهمة بحماية المستهلك، وأيضاً يمكن تخصيص نسبة من الغرامات ونواتج المصادر في جرائم الاعتداء على حق المستهلك في تمويل هذه الجمعيات، وكذلك من الأفضل اعطاء مساحة أكبر للشفافية في التعامل مع قضية تمويل هذه الجمعيات بشكل عام، سواء في شكله الداخلي أو الخارجي⁽²²⁾.

(20) مشار إليه في: إبراهيم المأمون، مصدر سابق، ص3.

(21) مصطفى محمود محمد، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك، بحث منشور في مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد4، ص207.

(22) نقلاً عن: مصطفى محمود محمد، المصدر السابق، ص208.

وقد أحسن المشرع المغربي عندما اشار بموجب قانون حماية المستهلك على إنشاء صندوق لغرض تمويل جمعيات حماية المستهلك، حيث نصت المادة 155 منه على:

يتم إنشا وفقاً للتشريعات المعمول بها، صندوق وطني لحماية المستهلك وذلك لتمويل الأنشطة والمشاريع الهادفة إلى حماية المستهلك، وتطوير الثقة الاستهلاكية ودعم جمعيات حماية المستهلك المؤسسة وفقاً لأحكام هذا القانون.

تشرف الوزارة المكلفة بالتجارة والصناعة والتكنولوجيات الحديثة على تدبير هذا الصندوق. تتكون موارد الصندوق من:

- مخصصات من الميزانية العامة؛
 - نسبة من الغرامات المحصلة من النزاعات التي تم البت فيها بمقتضى هذا القانون؛
 - التبرعات أو الهبات التي يتم منحها للصندوق؛
 - أي موارد أخرى يحصل عليها بشكل قانوني.
- يحدد بمرسوم نطاق تسيير الصندوق وتدابير ماليته ونسبة الغرامات وطبيعة الموارد المخصصة له بمقتضى هذه المادة.

ومن الجدير بالذكر أن المشرع المصري منع جمعيات حماية المستهلك تلقي الهبات أو التبرعات من الموردين، حيث نصت المادة 63 الفقرة الأخيرة منه على (...ويحظر على جمعيات حماية المستهلك والاتحاد النوعي لهذه الجمعيات تلقي المنح أو الهبات أو التبرعات من الموردين أو المعلنين)، وأيضاً نصت المادة 64 على (يعاقب بغرامة لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز خمسمائة ألف جنيه أو مثل قيمة المنتج محل المخالفة أيهما أكبر، كل مورد خالف أحكام أي من المواد...../63/فقرة أخيرة من هذا القانون).

وأخيراً لا بد لنا من الإشارة إلى إن قلة موارد جمعيات حماية المستهلك من الممكن أن تكون نتيجة قلة أو انعدام وجود اتحاد لهذه الجمعيات على المستوى الوطني أو الدولي، والتي من الممكن أن تعزز الجانب المالي لهذه الجمعيات، عليه فإن دعم الجانب المالي لجمعيات حماية المستهلك من الممكن أن يتحقق _فضلاً عما سبق_ من خلال تشكيل اتحاد لهذه الجمعيات، وهذا ما اشار إليه المشرع الأردني بموجب قانون حماية المستهلك، حيث نصت المادة 16 منه على:

أ- يجوز تشكيل اتحاد جمعيات حماية المستهلك وفقاً للتشريعات النافذة؟

- ب- يهدف اتحاد جمعيات حماية المستهلك إلى ما يلي:-
- 1- تنسيق جهود الجمعيات في تقديم خدماتها والقيام بأنشطتها.
 - 2- رعاية مصالح الجمعيات وتعزيز العلاقة بينها.
 - 3- تمثيل الجمعيات لدى الجهات الرسمية وغير الرسمية.
 - 4- الاسهام في ترشيد الاستهلاك.
 - 5- تعزيز العلاقة بين المستهلك والمزود والجمعيات.
 - 6- تعزيز التعاون مع جمعيات حماية المستهلك العربية والإقليمية والدولية.

الفرع الثاني

المعوقات الفنية

تتحقق المعوقات الفنية التي تواجه جمعيات حماية المستهلك من جانبين، الجانب الأول يتعلق بأعضاء هذه الجمعية والجانب الثاني يتعلق بالمستهلك نفسه، أما بالنسبة للجانب الأول فنقصد به نقص الاحترافية وعدم التخصص لدى أعضاء هذه الجمعيات، إذ غالباً ما نجد افتقار هذه الجمعيات إلى انضمام ومشاركة أعضاء تمتلك مؤهلات وكفاءات علمية متخصصة، في حين أن عمل هذه الجمعيات يحتاج إلى خبرة وتخصص في مختلف المجالات⁽²³⁾، فمثلاً تحتاج إلى اشخاص على دراية بالمواد القانونية أو بالأحرى الجانب القانوني بشكل عام، حتى تستطيع تمثيل المستهلك أمام القضاء، وأيضاً تحتاج إلى اشخاص مختصين بمجال الإدارة والمحاسبة لتتولى إدارة وتنظيم عمل وموارد هذه الجمعيات، فضلاً عن اشخاص من المجالات الطبية واشخاص مختصين بمجال البرمجة والإلكترونيات... الخ.

لذا من الأفضل حسب اعتقادنا تقديم الدعم الفني لأعضاء جمعيات حماية المستهلك مثلاً تدريب كوادر بشرية لرفع الوعي لدى المواطنين، وبالأخص تدريبهم على ترشيد المستهلك إلكترونياً، وكذلك نرى (وكما يؤيدنا البعض) ضرورة تنظيم دورات لعدد من خريجي كلية القانون بالتعاون مع وزارة العدل ومنحهم صلاحية الضبط القضائي في حالات الغش الإلكتروني في المجال الصناعي والتجاري.

(23) د. حازم صباح حميد؛ سمية ادهام كاظم، منظمات المجتمع المدني في العراق، بحث منشور في مجلة آداب الفراهيدي، العدد 37، 2019، ص459.

أما بالنسبة للمستهلك، فالعوائق تتمثل بقلة أو انعدام الوعي لديه، وكذلك عدم معرفته بحقوقه التي كفلها له القانون⁽²⁴⁾، وأيضاً تخوفه من مواجهة الطرف الأقوى اقتصادياً والمتمثل بالمنتج أو المزود، لذا نجد من النادر جداً قيام المستهلك برفع دعوى قضائية والمطالبة بحقوقه، ومعالجة هذه الإشكالية تكون حسب اعتقادنا من خلال دعم وتعزيز وجود جمعيات حماية المستهلك لتقوم بدورها والمتمثل بالترشيد والتوعية والأعلام، وأيضاً نرى من الضروري إدراج منهج خاص بتوعية المستهلك ضمن المواد الدراسية، وكذلك عقد ندوات ومؤتمرات لطلبة المدارس وعلى مختلف المراحل من أجل توعيتهم وإحاطتهم علماً بحقوقهم الاستهلاكية التي كفلها لهم القانون.

النتائج والتوصيات

من خلال بحثنا لموضوع دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك الإلكتروني في ظل الحجر المنزلي؛ نكون قد توصلنا للنتائج والتوصيات الآتية:

1/ إن المشرع العراقي جعل دور جمعيات حماية المستهلك دور احتمالي ضمن جهاز حماية المستهلك أي أنه ترك وجود ممثل عنها في جهاز حماية المستهلك متروك لصلاحيات رئيس مجلس الوزراء، ومن ثم لا تتمتع هذه الجمعيات بصلاحيات مستقلة عن هذا الجهاز سوى المهام التي تقوم بها كمنظمة مجتمع مدني عادية، خلافاً للقوانين المقارنة إذ افرد لها المشرع باباً خاصاً ضمن قانون حماية المستهلك ومنح هذه الجمعيات صلاحيات واختصاصات مهمة؛ لذا نأمل من مشرعنا العراقي إعادة النظر في قانون حماية المستهلك ومنح الجمعيات صلاحيات مؤكدة ومستقلة عن جهاز حماية المستهلك، إلا أن هذا الاستقلال لا يعني انعدام التعاون بشكل مطلق مع جهاز حماية المستهلك، فليس هناك ما يمنع من أن تكون هناك مهام تقوم بها هذه الجمعيات بالتعاون مع جهاز حماية المستهلك أو أي جهة رسمية أخرى؛ وذلك حتى تتمكن هذه الجمعيات من إيصال صوت المستهلك للدولة ومن ثم تحقيق حماية افضل له. ومن المهام التي نرى ضرورة منحها لجمعيات حماية المستهلك:

- التحسيس والتوعية والاعلام الإلكتروني، ومن أجل تسهيل مهمتها هذه وبالأخص في الوقت الراهن نرى من الضروري أن تقوم وزارة التجارة بالتعاون مع وزارة الاتصالات بإطلاق ما يسمى (بالاعتماد الالزامي عبر الخدمة) أي إصدار عدم ممانعة نشاط إلكتروني، أو إصدار الاعتماد الرقمي أو الختم الإلكتروني للمواقع،

(24) مصطفى محمود محمد، مصدر سابق، ص199.

ويكون دور جمعيات حماية المستهلك هو تقديم ارشادات للمستهلك الإلكتروني وتوجيهه نحو المواقع الحاصلة على الاعتماد والمصنفة بجدول خاص لديها، وحتى تقوم بعملها هذا يتعين انشاء قواعد للبيانات اللازمة لإداء هذه الجمعيات لمهامها، وأيضاً انشاء مراكز خاصة بذلك في مختلف المدن والمحافظات.

- دراسة اسعار المنتجات ومقارنتها وجودتها والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها(المراقبة الإلكترونية لأسعار)، ويكون ذلك من خلال توفير منصة الكترونية تسمح للبائعين والمنتجين بتسويق منتجاتهم للمستهلكين عن طريقها، بحيث تكون قناة تواصل بين البائع والمستهلك الإلكتروني، وتكون إدارتها من قبل ممثلين عن جمعيات حماية المستهلك.

- تلقي الشكاوى من المستهلكين والتحقق فيها والعمل على إزالتها؛ لذا فمن الضروري وبالأخص في الوقت الراهن وفي ظل تفشي الوباء اطلاق تطبيق الكتروني يمكن تحميله على كافة الهواتف المحمولة، للتبليغ والتواصل مع شكاوى المستهلك الإلكتروني من قبل ممثلين عن جمعيات حماية المستهلك بالتنسيق مع جهاز حماية المستهلك.

- إقامة الدعاوى بالنيابة عن جميع المستهلكين، أو التدخل فيها وفقاً للإجراءات المقررة في قوانين إجراءات التقاضي.

- قيامها بإجراءات الوساطة والتحكيم الإلكتروني لفض النزاعات الناشئة بين المستهلك والبائع الإلكتروني إذا وافق الطرفان على ذلك.

3/ وقد تبين لنا من خلال هذا البحث هناك عوائق معينة تواجه عمل جمعيات حماية المستهلك، وهذه العوائق منها ما هو مالي والذي يتمثل بضعف الموارد المالية، وهذا أحد الاسباب التي تؤدي إلى تراجع دور جمعيات حماية المستهلك وعدم استمرار بعضها أو ضعف مركزها الاجتماعي، وأيضاً هناك عوائق فنية والتي تتمثل بقلة أو انعدام الخبرة في مجال حماية المستهلك من قبل المؤسسين والمنضمين إلى هذه الجمعية؛ لذا نرى من الضروري النص في قانون حماية المستهلك العراقي على:

- تشكيل اتحاد جمعيات حماية المستهلك ويكون هدفه تنسيق جهود الجمعيات في تقديم خدماتها والقيام بأنشطتها، رعاية مصالح الجمعيات ومنها المصالح المالية وتعزيز العلاقة بينها، وكذلك تعزيز التعاون مع جمعيات حماية المستهلك العربية والإقليمية والدولية.

- انشاء صندوق حماية المستهلك؛ وذلك لتمويل الأنشطة والمشاريع الهادفة إلى حماية المستهلك، ودعم جمعيات حماية المستهلك، وتتكون موارد الصندوق من مخصصات الميزانية العامة، نسبة من الغرامات المحصلة من النزاعات التي تم البت فيها بمقتضى هذا القانون، الهبات والتبرعات التي يتم منحها للصندوق، وأي موارد أخرى يحصل عليها بشكل قانوني.

- تقديم الدعم الفني لأعضاء جمعيات حماية المستهلك مثلاً تدريب كوادر بشرية لرفع الوعي لدى المواطنين، وبالأخص تدريبهم على ترشيد المستهلك إلكترونياً، وكذلك تنظيم دورات لعدد من خريجي كلية القانون بالتعاون مع وزارة العدل ومنحهم صلاحية الضبط القضائي في حالات الغش الإلكتروني في المجال الصناعي والتجاري.

قائمة المصادر:-

أولاً: الكتب

- 1- د. شريف لطفي، حماية المستهلكين في اقتصاد السوق، ط2، دار الشروق، القاهرة، 1994.
- 2- عبد الباسط محمد عبد الواسع الضراسي، النظام القانوني لاتفاق التحكيم، ط2، المكتب الجامعي الحديث، 2008.
- 3- د. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
- 4- محمد محمد أحمد ابو سيد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الاسلامي، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2004.
- 5- د. مصطفى ناطق صالح، المحكم التجاري الدولي، المكتب الجامعي الحديث، 2013.

ثانياً: الرسائل الجامعية

- 1- فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2004.

ثالثاً: الابحاث

- 1- د. بحماوي الشريف، جمعيات حماية المستهلك، بحث منشور في جامعة ادرار.
- 2- د. حازم صباح حميد؛ سمية ادهام كاظم، منظمات المجتمع المدني في العراق، بحث منشور في مجلة آداب الفراهيدي، العدد 37، 2019.

3- د. عدنان باقي لطيف؛ م. م بختيار صديق رحيم، دور جمعيات حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك العراقي رقم (1) لسنة 2010، بحث منشور في مجلة دراسات قانونية وسياسية، العدد الثاني، كانون الأول، 2013.

4- د. علي حسين أبو دياب؛ د. وليد محمد بشر، الجوانب القانونية للحماية المدنية للمستهلك من الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة، بحث منشور في مجلة كلية العلوم والدراسات الانسانية، جامعة المجمع، المملكة العربية السعودية، العدد الثاني والثلاثون، الجزء الثاني.

5- مصطفى محمود محمد، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك، بحث منشور في مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 4.

رابعاً: المقالات

1- إبراهيم المأمون، مساهمات جمعيات حماية المستهلك، مقال منشور في موقع دراسات وابحاث قانونية، www.m.ahewar.org/s.asp ، تاريخ الدخول: 2020/6/29.

2- عمر القضاة، غياب جمعية لحماية المستهلك يضعف جهود الرقابة على الاسوق، مقال منشور في جريدة لوسيل، مجموعة دار الشرق، 2016، متاح على الموقع الإلكتروني: <https://www.google.com/amp/s/lusailnews> تاريخ آخر دخول: 2020/7/9.

3- مقترح مقدم من قبل الهيئة العامة لتنظيم الاتصالات في الإمارات ضمن مؤتمر مبادرات حماية المستهلك الإلكتروني، متاح على الموقع الإلكتروني: <https://wam.ae/ar/details> ، تاريخ آخر دخول: 2020/6/26.

4- مقال منشور في نشرة حماية المستهلك، الجمهورية اللبنانية، العدد 12، لسنة 2014.

خامساً: القوانين

- 1- قانون المرافعات العراقي رقم 83 لسنة 1969.
- 2- قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010.
- 3- قانون المنظمات غير الحكومية العراقي رقم 12 لسنة 2010.
- 4- قانون حماية المستهلك المغربي رقم 1.11.03 لسنة 2011.
- 5- قانون حماية المستهلك الأردني رقم 7 لسنة 2017.
- 6- قانون حماية المستهلك المصري المعدل رقم 181 لسنة 2018.