

تبعة السلع المعيبة

الدكتور: بن عيسى جودانه

الأستاذ: أحمد عرفة

نشرت بالتقرير النهائي للجنة القومية بالولايات المتحدة الأمريكية عن امان المنتج حيث أوضح ذلك التقرير أنه في كل عام ينتج عن استخدام منتجات معيبة بالمجتمع الأمريكي قتل قرابة ٣٠,٠٠٠ فرد واصابة ١١٠,٠٠٠ فرد بالعجز الدائم، هذا بالإضافة الى ٥٨٥,٠٠٠ فرد نزلت بالمستشفيات^(١٩).

ان هذه المشكلة تعتبر من المشاكل الازلية التي ستظل تواجه كل فرد منا باعتباره أحد المشتريين أو أحد المستهلكين لسلعة أو أخرى من السلع المعيبة نتيجة وجود خلل بها أو نقص في البيانات الخاصة بتاريخ وكيفية استخدامها أو حتى نتيجة وجود عدم توافق بين البيانات المتعلقة بالسلعة ومواصفاتها وجودتها وبين الحالة الحقيقية للسلعة ذاتها، أو ماشابه ذلك من الاحتمالات. هذا وقد كان المشتري أو المستهلك في الماضي يتحمل التبعة، وكان المفهوم السائد قديما هو لقاء المسؤولية والعبء الكامل على المشتري أو المستهلك ذاته مما تطلب وجود الوعي لدى المشتري أو المستهلك عند قيامه بشراء أو استعمال السلعة. ولعل ذلك كان يرجع بالدرجة الاولى الى بساطة السلع وتركيبها ومحتوياتها في ذلك الوقت مما جعل المشتري أو المستهلك يتمكن من الحكم على السلعة قبل شرائها أو استخدامها. وهذا أدى في ذلك الوقت الى أن يسود مفهوم «دع المستهلك يتحمل عبء السلع المعيبة بنفسه متسلحا في ذلك بالوعي الذاتي».

أبعاد مشكلة تبعة السلع المعيبة اليوم :

لقد نقلتنا الثورة الصناعية التي حدثت في القرن التاسع عشر من عصر سادته علاقات مباشرة بين المنتج والمستهلك الى آخر انفصمت فيه هذه العلاقات وتعددت أطرافها وصعب معها تحديد ابعاد التبعة القانونية عن السلع المعيبة التي يكثر المستهلك في شرائها.

في الوقت الذي يلقي فيه موضوع تبعة السلع المعيبة أهمية كبيرة في الدول الصناعية، فان هذا الاهتمام لا يكاد يذكر في الدول النامية. ولعل مما يزيد من وجوب الاهتمام بهذا الموضوع هو غياب المنتج الاجنبي للسلع المستوردة عن اسواق تلك الدول النامية. وهذا يضاعف من صعوبة مهام متابعة المسؤولية عن الكثير من الجوانب التي تعيب السلع المستوردة.

لذا فان هذه المقالة ستنصب على الكيفية التي عولج بها هذا الموضوع، وأثر غياب المنتج عن السوق والتبعات التي تنجم عن ذلك، واخيرا محاولة اقتراح للخطوط العريضة لتحرك الدول النامية في اتجاه ضمان حقوق المستهلك. وفي الوقت الذي نساهم فيه بهذا المقال فاننا نقصد أيضا من ورائه اثاره المزيد من الحوار الاكاديمي للتوصل الى طرح الحلول لمشكلة شائعة كهذه في الدول النامية.

مقدمة :

كم منا من واجه تجربة مريرة بعد شرائه لاحدى السلع التي يكتشف بعد شرائها وجود خلل أو نقص ما بها مما قد يؤثر على قيمتها أو فعاليتها بل قد يتسبب ذلك في إلحاق الضرر بمن يستخدمها. هذه حقيقة قد يواجهها كل فرد منا في حياته اليومية، وحتى ان لم يكن يواجهها مباشرة من خلال تجربته الشخصية فانه على الاقل قد يشهد التجربة التي قد يمر بها أحد أصدقائه أو أقاربه عند شرائه لسلعة ما يتضح فيما بعد انها معيبة. إن أبعاد المشكلة تزداد وضوحا من مجرد ذكر بعض الحقائق التي

* أستاذ مساعد بقسم ادارة الاعمال — كلية الاقتصاد، جامعة قارون، وتحصل على درجة الدكتوراة في فلسفة التسويق من مؤسسة كرنفيلد التكنولوجية ببريطانيا.

** محاضر مساعد بقسم ادارة الاعمال — كلية الاقتصاد، جامعة قارون وتحصل على درجة الماجستير في ادارة الاعمال من جامعة تاكساس، ودرس لدرجة الدكتوراة في التسويق الدولي بجامعة مدينة نيويورك وفي اجازة حاليا من برنامج الدكتوراة.

في الغسل والكي للابقاء على خواصها الاصلية ، ولكن كم من المستهلكين يدركون الفرق بين الاقمشة التي استخدمت لانتاجها مواد طبيعية وتلك التي انتجها الانسان من مواد كيميائية مشتقة.

٣ — توجد المئات من الاعلانات التي يتعرض لها المستهلك في حياته اليومية وكل واحد من هذه الاعلانات قد يدعي بأن السلعة المعلن عنها أفضل من السلع المنافسة لها وأنها تعطي إشباعاً أمثل . وهذا يترك المستهلك على حافة اتخاذ قرار لن يتأكد من رشفه فعليا إلا إذا قام بتجريب كل هذه السلع وفاضل بينها، وربما لن يسمح له ماتبقى من عمره للانتهاء من هذه التجارب وحتى وإن فعل فسوف يجد تلك السلع حيثث قد تغيرت.

٤ — ان المستهلك لايعرف البائع الذي يشتري منه المواد المصنعة شخصيا. فغلاف السلعة هو البائع الصامت في المحلات الكبرى لتجارة التجزئة، وهذا الغلاف لا يحمل من معلومات إلا ما أراد المنتج للمستهلك أن يعرف عن السلعة.

كيف وجهت تلك المشكلة اليوم :

اذن في عالم اليوم المعقد ونتيجة لاسباب عديدة من بينها: تطور الاسواق واتساعها وتعقدها، تطور وعي المستهلك وزيادة المطالبة بحركة لصالح فئة المستهلكين، زيادة المسؤولية الاجتماعية للمنشآت، تنوع بدائل الانتاج والتوريد، تعقد الاساليب التقنية في الانتاج وتركيب المنتجات وتعبيثها، وكذا طول مدة حياة السلعة^(١٣). كل هذه الاسباب وغيرها ادت الى تطور المفهوم التسويقي لصالح حركة المستهلك ورضائه، واصبح المفهوم السائد اليوم هو «خلق الوعي والحيلة لدى المنشآت الانتاجية والتسويقية» ونقل تبعة السلع المعيبة عليهم بدلا من ترك ذلك العبء ليتحملة المستهلك. بل واكثر من ذلك فقد أصبح العبء الاكبر الان يقع على عاتق حكومات الدول، فقد أصبح جمهور المستهلكين يشكل قوة هائلة تؤثر تأثير جذريا بحيث يفرض ضغطا على تلك الحكومات من أجل إصدار القوانين الضرورية لحماية المستهلك. وقد استجابت الحكومات بشكل أو آخر تطبيقا للمفهوم الاجتماعي للتقنين باصدار القوانين التي تمكن من حماية المستهلك، ومن أهمها تلك القوانين التي

فالمستهلك عندما يطلب من الاسكافي قبل الثورة الصناعية صناعة حذاء ه، فهو يطلب هذا الحذاء بمقاييس متفق عليها بين الطرفين وبشمن يحدد مسبقا، والاسكافي هنا لاينتج الا بناء على طلب شخصي من الزبون، وأي عيب في الحذاء يتحملة الاسكافي مالم يقبل به المستهلك عند الاستلام. وكذلك الحال عندما يشتري المستهلك بقوليات جافة من تاجر ما، فإن بإمكانه في هذه الحالة معاينتها بحواسه والتأكد من مطابقتها للمواصفات التي يطلبها قبل الشراء.

ولكن التقدم التكنولوجي المعاصر قدم للمستهلك العشرات من الاحذية النمطة ومثلها من العلب والعبوات المتلفة من البقوليات وما شاكلها باختيار ما يناسبه منها دون ان يكون له رأى مسبق قبل انتاجها. وقد صاحب هذا النمط من العلاقات احباطات متعددة للمستهلك. وعلى سبيل المثال فان الحذاء الذي اختاره لابنه اتضح بعد فترة قصيرة من الاستعمال أن به مسمار بارزا أدمى قدمه وسبب مضاعفات ناتجة عن صدأ المسمار. وعلبات الخضار التي استعملتها ربة البيت أصابت افراد الاسرة بالتسمم بسبب انقضاء فترة الصلاحية للاستعمال حيث كانت تلك المعلبات لاتحمل أي تاريخ للانتاج أو للصلاحية. وقس على ذلك ماتشاء من الاحباطات الناتجة عن استخدام سلع معيبة في العصر الحاضر.

ان الاتجاهات الفكرية التي كانت تحكم موضوع تبعة السلع المعيبة حتى منتصف القرن الحالي يمكن تلخيصها في عبارة واحدة «دع المستهلك يتأكد ويحتاط مما يشتري»^(١٢). إلا أن ذلك كان بمثابة ان تعصب عينيه وتطلب منه ان يختار ويتحمل في نفس الوقت تبعة اختياره وذلك للعديد من الاسباب من بينها:

١ — ان السلع التي يطلب من المستهلك ان يختار من بينها تكون مغلفة أو معلبة ومامن سبيل لاستخدام حواسه ليتأكد ويحتاط مما يشتري.

٢ — ان ازدياد عدد السلع وتعقد تركيباتها الفنية يجعل من المستهلك العادي جاهلا. والجهل المشار اليه هنا هو الجهل الفني بالسلع. فالحرك القوي الذي يحرص المستهلك على ان يكون في سيارته، ربما يكون مرتبطا في الواقع بهيكل ضعيف لايتمحمل الصدمات. كما ان انواعا معينة من الاقمشة الصناعية قد تحتاج الى معالجة دقيقة

وكذا مكنائكية المنافسة الحرة لم تلزم المنتج على ضمان حقوق المستهلك الأساسية كما أنها لم تحم المستهلك من الأضرار التي قد تلحق به من جراء إستعماله لبعض السلع.

فالملف القضائي لتبعة السلع المعيبة في أمريكا على سبيل المثال يشير الى ارتفاع شكاوي المستهلكين في هذا الخوض من بضعة آلاف في الخمسينات الى ٥٠,٠٠٠ شكاوي عام ١٩٦٠م وضعفها عام ١٩٧٠م ومليون شكاوي عام ١٩٧٥م^(١٩). وقد انصبت هذه الشكاوي على جوانب عديدة بعضها يتعلق بسلع معيبة بسبب اهمال المنتج في الصنع والبعض يتعلق بمصادقية البيانات التي تحملها السلع وأغلقتها والبعض الآخر يتعلق بقصور في بيانات وتنبيهات استعمال تلك السلع.

وقد بلغت قيمة التعويضات للمستهلكين في بعض هذه الحالات ما يربو على ١٠٠,٠٠٠ دولار^(٢٠). وتعتبر هذه التعويضات بسيطة جدا مقارنة بما حكمت به احدى المحاكم الأمريكية لصالح شاب أصيب بحرق وتشوهات شديدة في حادثة سيارة تبين وجود عيب صناعي بها. وقد بلغ التعويض عن هذا الحادث مبلغا قدره ١٢٨,٥ مليون دولار دفعته شركة فورد للسيارات^(٢١).

حركة حماية المستهلك :

إن تردد حكومات الدول الصناعية في اتخاذ اجراءات حامية للمستهلك تحت ستار «حرية المنشآت» دفعت بالمستهلكين في هذه الدول الى التحرك لملاء الفراغ الذي تركته القوانين بينه وبين المنتج والوسطاء في قنوات التوزيع. وقد اخذ هذا التحرك اشكالا متعددة اهمها:

١ - الحركة التعاونية: وقد قامت على فلسفة مفادها «اذا اراد المستهلك تحقيق افضل قيمة من السلع التي يشتريها، فعليه ان يدخل في عالم عرض السلع بنفسه»^(٢٢). الا ان هذه الحركة جاءت قاصرة عن تحقيق غايات المستهلك لانها لم تمتد الى الصنع الفعلي للسلعة، وانما ركزت على وظيفة فقط. ومعنى ذلك ان المستهلك حقق الرقابة على سعر التجزئة والسلع المعروضة في هذه الجمعيات إلا انه لازال يعتمد على المنتج في الحصول على هذه السلع.

٢ - جمعيات حماية المستهلك Consumer Groups

وهذه قائمة على فلسفة مفادها «ان المستهلك وفي هذا

تفرض على المنشآت الانتاجية لضمان سلامة المنتجات وأمانها ومصادقتها^(٢٣). كما تم تكليف جهات مختصة بمراقبة مدى تطبيق تلك وذلك بكثير من بلدان العالم، ونخص بمراقبة مدى تطبيق تلك القوانين وذلك بكثير من بلدان العالم، ونخص بالذكر تلك القوانين المتعلقة بالعقاقير الطبية^(٢٤) وكذا تلك القوانين المتعلقة بالمنتجات الكيماوية الخطرة على وجه الخصوص^(٢٥)، هذا بالإضافة الى إتجاه القضاء حديثا الى التطبيق المشدد للقوانين المتعلقة بمسؤولية المنتج والبائع مراعيًا في ذلك مرونة أكبر لصالح المستهلك كما سيتضح فيما بعد^(٢٦).

إذن نخلص من ذلك الى ان الاتجاه الفكري القائم على مبدأ «دع المستهلك يتأكد ويختار مما يشتري» يعتبر من اساسه غير عملي ولا يضع ثقلا على المنشآت الانتاجية لدفعها نحو انتاج سلع تتوافر فيها حدود امان وضمانات معينة تمكن المستهلك من الحصول على ما يتوقعه من اشباع نظير ما يدفعه كثمان للسلعة فحقوق المستهلك المتعارف عليها في الادب التسويقي تدور حول حريته في اختيار السلع وفي ان يعلم بخصائص ما يشتري. وحريته في الاختيار يفترض توفر سوق حرة^(٢٧). والسوق الحرة تفترض ان المستهلك على علم بالسلع والفروق بينهما فيما يتعلق بخصائصها واثمنها ومقاييسها وما شاكل ذلك من معلومات. الا ان هذه الحقوق الأساسية لا يتمتع بها المستهلك اينما كان، فالامر يتوقف على الانظمة السياسية والاقتصادية السائدة وما يندرج عنها من قوانين منظمة لهذه الامور في كل دولة على انفراد.

فالدول الصناعية التي تبنت النظام الاقتصادي الرأسمالي حرصت منذ الثورة الصناعية على تجنب الخوض في حرية الافراد والمنشآت الصناعية. كما تركت للمنافسة الحرة أمر القضاء على المؤسسات التي لا تنفي بالتزاماتها للمستهلك. وذلك بافتراض عزوف المستهلك عن تكرار شراء سلعة معيبة، وبالتالي فان المنشأة التي تنتج تلك السلعة سوف لن تجد سوقا لها ما لم تعدل من انتاجها.

لذا فقد اكتفت هذه الدول بما جاء في القوانين المدنية (بخصوص عقد البيع) لحكم العلاقة بين البائع والمشتري.

ولكن الشواهد قد دلت على ان هذه القوانين العامة

فالقوانين الامريكية حتى عام ١٩١٦م كانت تلقي تبعة السلع المعيبة على المنتج في حالة بيعه السلعة مباشرة الى المستهلك النهائي. أما إذا اشترى المستهلك السلعة من وسيط فلا علاقة للمنتج مباشرة بالموضوع. وذلك بإسثناء المواد الغذائية المصنعة والكيموايات والعقاقير والأسلحة، إذ يتحمل المنتج تبعتها^(٢). ولكن بعد ذلك التاريخ وبسبب حادثة ماكفيرسون بويك الشهيرة أصبح بإمكان المستهلك رفع الدعوى على المنتج مباشرة أو أي وسيط تداول السلعة أو كليهما معا نتيجة الاضرار التي قد تصيبه نتيجة استخدام سلعة معينة. وبعد هذا انتقالا من مفهوم «دع المستهلك من خلال ذلك الاعلان وعليه يجب عدم تجنب مسؤولية المنتج عن البيع النائي للسلعة. وكانت محكمة استئناف نيويورك أول من اعتمد هذا التفسير وأصدرت حكمها لصالح المستهلك وتبعته محاكم أخرى في إصدار أحكام مماثلة.

وقد أعادت المحاكم الامريكية النظر أيضا في تعريف السلع المعيبة، فأعتبرت الاهمال في المصنع غير كافي لتحديد المسؤولية، فالاخلال بالضمانات الممنوحة — صريحة كانت أم ضمنية^(١) — يعتبر عيبا في السلعة أيضا. وكذا الامر بالنسبة لعدم وجود تنبيهات أو تحذيرات على أغلفة بعض السلع التي يتوقع ان تحدث ضررا للمستهلك عند إستخدامها^(٩) وقد ذهبت محكمة كانتاكي الاستئناف الى أبعد من ذلك عندما أصدرت حكما قضائيا لصالح مستهلك أدار منظفا هوائيا على قوة ٢٢٠ فولت فانفجر بالرغم من أن المنتج أشار الى ان قوة المحرك هو ١١٥ فولت. وقد استندت المحكمة في حكمها على أنه لا يكفي أن تقول أن هذا خطر إذ ينبغي أن تذكر مايمكن ان تؤدي اليه هذا الخطر (أي المسؤولية عن خطر يمكن التنبؤ به).

لقد تعمد البائع والمنتج في بعض الحالات تجنب المسؤولية القانونية عن السلع المعيبة وذلك بالدخول في تعاقد جانبي مع المشتري تحدد وفقا له حدود الضمان لاخلاء البائع أو المنتج من التبعات التي وضعتها القوانين العامة.

الا أن هذه العقود الجانبيه كثيرا ماتحرم المستهلك من حقه في التعويض واقامة الدعوى امام القضاء. وهنا يظهر جهل المشتري بحقوقه في القوانين العامة ويدخل في تعاقد قد يضمن له حقوقا دون تلك. والذي يشجع

العالم التقني الملم بالسلع المعقدة فنيا لايمكن ان يضمن لنفسه افضل قيمة من السلع التي يشتريها الا اذا حصل على معلومات ونصائح فنية ومالية متخصصة عن السلع المتوفرة».

وقد انتشرت هذه الجمعيات في العديد من الدول الصناعية وعلى رأسها بريطانيا. فقد تكونت اول جمعية من هذا النوع في بريطانيا عام ١٩٦١م بمدينة أكسفورد، وبحلول عام ١٩٦٧م بلغ عدد هذه الجمعيات ٩٤ جمعية تضم في عضويتها ١٨٠٠٠ مستهلك. وتعمل هذه الجمعيات على أساس تطوعي وتهدف لخدمة اعضائها عن طريق تقديم استشارات ونصائح فنية، ولها نشاطات كبيرة في الابحاث المتعلقة بالسلع ودرجة جودتها وأمانها وأسعارها والتصنيفات المختلفة للسلع وفقا لهذه العاير. وتمتد نشاطاتها الى إصدار المجلات التي تتناول هذه الامور وكذا القضايا المطروحة امام القضاء والمتعلقة بالسلع المعيبة، وتهدف من بين ماتهدف له الى نشر الوعي بين أعضائها. وقد بلغت هذه الجمعيات درجة من الاهمية في الضغط على الحكومات لاستصدار قوانين حماية للمستهلك.

ويلاحظ هنا عدم انتشار مثل تلك الجمعيات في العالم الثالث، كما أن انتشارها يعد محدودا في كل من استراليا ونيوزيلندا^(١٠).

تحرك الحكومات لمعالجة الموقف :

إن الكيفية التي عولجت بها القضايا الناجمة عن الخلاف في المصالح بين البائع والمشتري لم تخرج عن الاطار العام للقوانين المدنية بشكل جدي الا في النصف الثاني من القرن العشرين. وقد ساهمت عوامل متعددة في الضغط على حكومات الدول الصناعية في اعادة النظر في الكيفية التي عولجت بها قضايا المستهلك ومن بين هذه العوامل ازدياد تعقد المنتجات وصعوبة امام المستهلك بالنتائج الجانبية السيئة لاستخدام سلع معينة، وتعدد الاصابات الناجمة عن إستخدام بعض السلع والشكاوى الناجمة عنها أمام القضاء، وتزايد ضغوط جمعيات حماية المستهلكين ومطالبتها باستصدار قوانين تحمي المستهلك من أخطاء المنتجين والبائعين. فمن الناحية التاريخية فإن تبعة السلع المعيبة يتحملها البائع المباشر منتجا أم وسيطا في حلقات التوزيع.

والامان بالسلعة، وقد راعى القضاء المرونة في ذلك لان اثبات الاهمال في توفير السلامة والامان للسلعة قد يكون أمرا صعبا في الغالب رغم وجود اهمال بالفعل. وبالتالي ففي تلك الاحوال يكفي بتبين الاهمال الضمني تطبيقا لمبدأ «ان الشئ يتكلم عن نفسه» وبالتالي فان التساؤل عن اثبات الاهمال أصبح بلا مغزى تقريبا. وهذا ما جعل مسؤولية المنشأة الانتاجية الموردة تتجه الى أن تصبح مسؤولية مشددة بدرجة أكبر، وهو ما أصبح اليوم يسمى «بالمسؤولية المطلقة»^(٨).

نحو مسؤولية أكثر تشددا:

من العرض السابق نجد ان التزام المنشأة الانتاجية الموردة أصبح يأخذ صفة مطلقة، كما ان محاولة التخفيض من ذلك اللاتزام قد أصبحت أقل نجاحا اليوم أكثر من أي وقت مضى (رغم المحاولات العديدة للتخفيض من ذلك اللاتزام) ونشير تأكيدا لذلك الى الظواهر الاتية^(٩): -

— إمتد اللاتزام القانوني في الوقت الحاضر ليشتمل التزاما مطلقا من جانب المنشأة الانتاجية الموردة، حتى ولو نص العقد على عدم أحقية المستهلك في الادعاء ضد تلك المنشأة.

— أصبحت المنشأة الانتاجية الموردة مسئولة مسؤولية مطلقة بالتعويض عن الضرر الذي قد يلحق بالمستهلك من استخدامه لسلعة معيبة حتى ولو كان الضمان القدم من جانب تلك المنشأة محددا باستبدال الاجزاء التي قد ثبت خللها فقط. فقد أصبح ذلك النص لاقية له بعد حكم القضاء في حالة ماكفرسون بويك الشهيرة، حيث امتد التزام المنشأة المنتجة ليشمل ليس فقط استبدال الاجزاء التي ثبت خللها ونما أيضا التعويض عن الاضرار التي لحقت بالمستهلك من جراء ذلك.

— امتدت مسؤولية المنشأة الانتاجية الموردة حتى أصبحت ملتزمة التزاما مطلقا امام المستهلك عن أي إهمال في المنتج حتى ولو كان من الصعب اثبات ذلك الاهمال طالما أنه يمكن التحقق الضمني من وجوده. وهذه تعد من أقصى حالات اللاتزام المطلق حيث ان التزام المنشأة الانتاجية الموردة أصبح أشد وذلك بعد أن أوضح القضاء انه حينما تطرح المنشأة الانتاجية أحد المنتجات الى السوق، وهي تعلم ان المنتج سوف يستخدم بدون صيانه مما قد يؤدي الى حدث خلل مابه

المشتري على التعاقد الجانبي ليس بالضرورة جهله بحقه في هذا القانون العام، وانما قد يجد المشتري انه من الافضل له الدخول في هذا التعاقد من أن يقدم شكوى للمحكمة وينتظر قرارا يصعب التنبؤ به وتعويضا أصعب في التنبؤ بحجمه. وفي كل الاحوال فان على المستهلك في حالة رفعه الدعوى على المنتج ان يثبت أن السلعة التي اشتراها معيبة في الصنع قبل انتقالها من المنتج الى الوسيط وفي حالة اقامة الدعوى على الوسيط، فإن عليه اثبات ان العيب لحق بالسلعة أثناء حيازة الوسيط لها.

وقد ذهبت بعض الآراء الى المناذاة بالمسؤولية المطلقة للمنتج^(١٠). وحتى يمكن عرض التطور الذي وصل اليه مثل هذا الامر فالتنا يجب ان نبدأ بتلك المحاولات التي قامت بها شركات الانتاج حيث أنها لا ترغب في الانتظار حتى ترفع عليها الدعاوي فيما يتعلق بعدم سلامة ومصادقية بعض المنتجات. وبالتالي فقد تحاول تلك الشركات عند بداية اتفاق البيع الحد من التزاماتها القانونية بتقديم ضمان باستبدال الاجزاء التي يثبت خللها أو عدم سلامتها فقط أو اللاتزام بالتعويض عن الاضرار التي قد تترتب عن ذلك. كما ان تلك الشركات تحاول الحد من التزاماتها بالنص في عقد البيع على عدم أحقية المستهلك في الادعاء عليها. ولكن بفرض ان المشتري النهائي اشترى منتجا وماتج عن استخدامه ضرر معين بسبب خلل ما بالمنتج فهل سوف يرجع المشتري على تاجر التجزئة أم على الشركة المنتجة؟ في هذه الحالة قد نجد ان المنشأة الانتاجية الموردة قد تدعي بعدم وجود تعاقد مباشر بينها وبين المشتري النهائي. وإذا حدث ذلك فان المشتري النهائي في هذه الحالة سوف يطالب تاجر التجزئة بالتعويض، وتاجر التجزئة بدوره سوف يطالب المنشأة الانتاجية الموردة بذلك التعويض. والاهم من ذلك أنه اذا تم امتناع المنشأة الانتاجية عن التعويض فإن القضاء يطالب المنتج في تلك الاحوال بالتعويض «وفقا لقانون الاصابات الشخصية» وذلك دون النظر الى وجود تعاقد مباشر بين المشتري النهائي وبين المنتج من عدمه وحجة القضاء في ذلك هو ان المنشأة الانتاجية الموردة لم توفر درجة كافية من السلامة والامان في السلعة التي انتجتها^(١١).

كما أن القضاء يذهب الى ابعد من ذلك حيث لم يتطلب الاثبات الظاهر للاهمال في توفير السلامة

المنتجات^(٤).

٥ — حالات امتداد اللاتزام الى جهات التوريد التي تتعامل معها المنشأة المنتجة.

٦ — حالات شمول اللاتزام بالتعويض عن الأضرار التي قد تلحق ليس فقط بمشتري السلعة، وإنما بأي شخص آخر طرف المشتري حتى ولو لم يستخدم المنتج ولكن اضير بسببه^(٥).

وقد بين الدليل التجاري الأمريكي الموجز ذلك حيث اوضح التزام البائع ليشمل بالتحديد الأطراف الآتية: «أي شخص من عائلة المشتري أو بمسكنه أو ضيف طرفه، دون تطلب وجود أي تعاقد مباشر أو قواعد فيه كشرط الخصوصية بين البائع أو المنتج وبين هؤلاء الأطراف»^(٦).

هذا ويلاحظ زيادة المسؤولية القانونية المطلقة للبائع في حالة السلع المصنعة فالبائع يصبح مسؤولاً عن الضرر الذي يترتب على بيع منتجات غير سليمة حتى ولو كان البائع قد اتخذ كل الاجراءات الوقائية أثناء الشراء والنقل والتخزين والبيع وخلافه^(٧). ومن ثم فإن البائع سوف يتحول بدوره الى المنشآت الانتاجية الموردة محملاً اياها بتلك المسؤولية ومطالباً بالتعويض.

٧ — حالات امكان الادعاء على المنشأة الانتاجية في حالة وقوع ضرر من المنتج حتى بالرغم من افتراض أن المنتج ليس به أي خلل ظاهر.

فقد أصدرت الادارة التجارية بأمريكا نموذجاً يعطي الحق للعاملين بالادعاء على المنشآت المنتجة للآلات وذلك إذا لحق هؤلاء العاملين أي ضرر منها خلال فترة عمر ١٠ سنوات للآلة بعد بيعها، حتى بالرغم من افتراض أن تلك الآلات ليس بها أي خلل ظاهر^(٨).

٨ — حالات امتداد التقنيات الخاصة بالالتزام الى المعاملات الدولية والتسويق الدولي. وعلى سبيل المثال فقد تم تشكيل اطار موحد لكيفية الادعاء لبعض الدول المشتركة باتحادات دولية معينة.

ومثالاً لذلك ففي عام ١٩٧٦ أصدر مجلس اعضاء السوق الأوروبية المشتركة EEC قراراً بتشكيل اطار موحد لكيفية الادعاء لكل أعضاء السوق الأوروبية المشتركة وذلك كمحاولة لتوحيد قانون الالتزام فيما يتعلق بالمنشآت الانتاجية المصدرة من دولة لدولة أخرى من أعضاء السوق^(٩).

الامر الذي قد يؤدي الى حدوث اصابة أو ضرر للمستهلك (المستخدم للمنتج) فان المنشأة الانتاجية في هذه الحالة تصبح ملتزمة بالتعويض عن تلك الاصابة أو الضرر. كما أضاف القضاء فيما بعد أن المنشأة المنتجة لاتزال ملتزمة حتى ولو كان الخلل بالسلعة يرجع سببه الى جهة أخرى (لم يستطيع المستهلك الحصول على التعويض منها) كالوسطاء أو تجار التجزئة.

في مثل هذه الحالات كان القضاء في صالح المدعي وفي جانب المستهلك الامر الذي يعتبر ذا مغزى قانوني ومغزى إجتماعي يؤكد أن الالتزام من جانب المنشأة الانتاجية قد أصبح يتجه لان يأخذ صفة مطلقة. كما أن محاولة التخفيض من ذلك الالتزام لن تلقى سنداً كبيراً، خاصة وأنه قد تعددت الحالات التي أصبحت تستدعي تطبيق الالتزام المطلق على المنشآت الانتاجية الموردة.

تعدد الحالات التي تجعل المسؤولية مطلقة :

نتيجة تعدد الحالات التي أصبحت تستدعي تطبيق المسؤولية المطلقة، ونتيجة الى زيادة الجهود الرامية الى الزام المنتج والبائع بمسؤولية مطلقة، لذا فقد أصبح الالتزام القانوني أكثر تعددا اتجاها المنشآت الانتاجية والبيعية ونشير هنا الى تلك الحالات والجهود التي ضاعفت من مسؤولية تلك المنشآت:

١ — حالات فقد قيمة المنتج بعد بيعه (أي تعرض المنتج للتلف أو الخلل مما يؤدي الى نقص أو فقد قيمته).

٢ — الحالات التي تبين فيها الاهمال في تصميم المنتج حتى بعد مضي فترة طويلة على شرائه.

٣ — الحالات المتعلقة بما يتم ادعاؤه في الاعلان عن المنتج أو ما يتم ادعاؤه في وثيقة الضمان المقدم.

٤ — حالات عدم توافر معلومات كافية متضمنة بالمنتج والعبوة بخصوص طرق الاستخدام أو التحذيرات الضرورية عند الاستخدام، أو تاريخ إنتهاء صلاحية الاستخدام أو الاثار الجانبية التي قد تنشأ عن استخدام المنتج، أو غير ذلك، ونشير هنا الى أن قانون أمان المنتج بكثير من الدول الصناعية لا يوضح فقط مستويات الامان التي يجب توافرها في المنتجات، بل يطلب أيضاً توفير معلومات كافية عن الاضرار أو الاثار الجانبية التي قد تلحق المستهلك من جراء استخدام

في وضع معايير امان السلع الاستهلاكية ومراقبة انتاج المنشآت ووثائقها المتعلقة بتلك السلع ونتائج اختباراتها. كما خول القانون للجنة حق مبيعات أي سلعة معينة واجبار المنتج على التقيد بالقانون، وكذلك اجبار الوسطاء على اصلاح عيوب تلك السلع أو سحبها من المستهلك والسوق واعادة ائتمانها للمستهلك. كما خول لهذه اللجنة حق ايقاع عقوبات مدنية في حدود ٢٠٠٠ دولار لكل مخالفة لقانون امان السلع، وعقوبات جنائية في حدود ٥٠,٠٠٠ دولار مع سنة سجن عن المخالفات المتعمدة^(١).

ادراك المنتج لخطورة مسؤولياته :

على الرغم من التحولات التي احدثتها المفاهيم التسويقية المعاصرة لصالح المستهلك (المستهلك سيد السوق - المستهلك أعلى أصول المنشأة - الهدف من العملية التسويقية هو ارضاء المستهلك قبل كل شيء)، فإن الواقع العملي يشير الى حالات واتجاهات ذهنية لدى بعض المنتجين لا زالت متخلفة عن هذه المفاهيم ومنها:

١ - اهمال الأولوية في الرقابة على الانتاج داخل المنشأة لأنها مكلفة.

وهكذا تنصب اتهامات المنتج على المكاسب في الأمد القريب (النجاح المادي للسلعة وضمان انتشارها في السوق في أسرع وقت).

٢ - الرؤيا الضيقة للأقسام الهندسية في ادارات الانتاج تفرض على المصممين التفكير فيما اذا كانت السلعة تؤدي الغرض منها أكثر منه التفكير في نتائج الاخطار التي قد تنجم عن سوء استعمالها.

٣ - الاتجاه في التفكير بأن المستهلك مسؤول عن اخطائه عند استعمال السلعة (اذا اهمل المستهلك قراءة ارشادات الاستعمال فإنه يستحق كل ما يلحقه من اضرار). وبالرغم من ذلك فان محاولات وجهود من جانب عديد من المنتجين لتوفير السلامة والأمان الكافي بالمنتجات، ومن ثم امكانية التخفيض من حدة المسؤولية القانونية التي يواجهها المنتجون.

جهود المنتج لتخفيض المسؤولية والتبعة المشددة:

تعددت المحاولات والجهود والمقترحات في هذا المجال

هذا وقد سبق ذلك محاولات لتقنين مواصفات السلع وتوحيد بياناتها كاجراء حمائي للمستهلك، ولتسهيل عملية اثبات المخالفات التي ترتكب من طرف المنتج أو الوسيط فدخل السوق الأوروبية المشتركة تبنت لأول مرة فكرة توحيد البيانات التي تحملها قائمة المواد الكيماوية وأغلقتها وذلك عام ١٩٦٧م وفي عام ١٩٧٣م أصدرت هذه الدول دليلا للمواد والمركبات الكيماوية مبينا فيها تصنيفاتها ومقاييسها ومعادلات تركيبها ونوع البيانات التي ترد على قسائم هذه السلع وأغلقتها بشكل مفصل حدد فيه حجم القسائم واللوانها واشارات الخطر التي تحملها وحجم الحروف والتسميات وما شاكلها من بيانات. وأصبحت هذه الاتفاقية معتمدة ونافاذة التطبيق من سبتمبر ١٩٨١م وقد صنفت المواد الكيماوية في الدليل حسب درجة خطورتها الى ١٤ درجة تبدأ بالتسمم وتنتهي بخطورتها على البيئة^(٢).

وقد تبنت الترويج هذه التصنيفات جزئيا، إلا أنها قصرتها على ٦ درجات من الخطورة، وأضافت إليها مقاييس دقيقة للكيماويات التي يمكن أن تسبب السرطان واشترطت أن تحمل بيانات قائمة السلع عبارات محددة للتنبيه تتناسب مع كمية الكرسينوجين التي تحويها السلعة. ومثال ذلك: عندما تحمل السلعة نسبة ٠,٠١ من مادة الكرسينوجين يكتب على قسيمة السلعة «درجة عالية من الخطورة السرطانية خاصة عند تكرار الاستعمال لفترة زمنية طويلة».

أما سويسرا فقد صنفت الخطورة في السلع الى خمس درجات. وهناك تسع قوانين متعلقة بالكيماويات السامة المستخدمة في الصناعة والزراعة في اليابان. وتغطي هذه القوانين نحو ٣٠٠ سلعة بعضها يستخدم على مستوى المستهلك النهائي. إلا أن هذه القوانين لاتذهب في تفصيلاتها الى ايضاح نوعية عبارات التحذير التي ينبغي أن ترد في قسائم هذه السلع كما هو الحال في أوروبا وأمريكا.

هذا كما أن تلك الدول لم تقف عند هذه التشريعات بل تخطتها الى انشاء اجهزة رقابية تتفاوت صلاحيتها باختلاف الدول.

فقد انشأت أمريكا لجنة متخصصة لمراقبة تطبيق قانون سلامة السلع الاستهلاكية الذي صدر عام ١٩٧٢م. وبمقتضى لائحة تشكيل اللجنة يخول لها الحق

وتقرر من بينها الآتي:

١ - توفير نظام معلومات ونظام مراجعة أمنية جديدين بحيث يمكن من مراجعة خطابات شكاوي المستهلك، ادعاءات الاعلان والضمان، خبرة مستهلكي المنتج ومدى تقييمهم له. وكذا تقييم المنتج بواسطة جهات اختبار خارجية^(١٤).

٢ - تبني مدخل النظم كوسيلة دفاعية ويشمل ذلك جعل مسؤولية مراقبة تبعة المنتجات من اختصاص نظام فرعي بالمنشأة (عادة لجنة متخصصة) بحيث تراقب كل من الآتي:

أ - تصميم المنتج وتصنيعه وجودته^(١٥).

ب - صيانة المنتج وامانه^(١٦).

ج - التأمين ضد اللاتزام القانوني^(١٧).

د - اساليب الاتصال بالمستهلك (كالتعليمات والعلامات المكتوبة بلغة المستهلك واساليب الاعلان والبيع الشخصي والترويج)^(١٨).

هـ - القيام بأبحاث التسويق فيما يتعلق باقبال المستهلك على المنتجات وردود الفعل بعد الشراء^(١٩).

و - الاحتفاظ بسجلات منتظمة ودقيقة للمنشأة^(٢٠).

٣ - الاهتمام بصفة خاصة بالعلامات بالنسبة للمنتجات الخطرة، وتوجيه الاهتمام الى ضرورة تطوير سياسة عامة في هذا الخصوص، وخاصة بالنسبة للعلامات التي تتضمن تحذيرات معينة حيث تختلف تلك التحذيرات من سلعة الى سلعة اخرى وفقا لدرجة خطورتها^(٢١).

وكذلك توجيه الاهتمام الى أن يكون التقنين هادفا في هذا الخصوص بحيث يوصل الى تحقيق المرونة في التطبيق مع التمكين من تحقيق كفاءة الاداء في نفس الوقت. هذا بالإضافة الى توجيه الاهتمام الى توفير معلومات معينة عن طبيعة المنتجات الخطرة ومدى خطورتها وذلك لتحسين اساليب المعرفة لدى المستهلك.

٤ - الاهتمام ببرامج تعليم وتوعية المستهلك وكذا تدريبه فيما يتعلق باستخدام سلع معينة ذات طبيعة خاصة تتطلب ذلك، مع توجيه الاهتمام الى زيادة مسؤولية منشآت الانتاج والبيع ومسؤولية رجال الاعمال والتسويق عن ذلك بصفة خاصة^(٢٢).

٥ - اتباع سياسة ايجابية بناءة لكل من المنشآت والمستهلك بحيث تركز بالضرورة على حماية المستهلك ومنع الأضرار التي يمكن أن تلحق به، وذلك بالاستفادة من جميع أنشطة التسويق ومهامه بصفة اساسية من أجل تحقيق الرضا والامان للمستهلك مع تبني مفهوم تأصل وشمول أنشطة التسويق في هذا الخصوص بحيث يتم العمل على تحقيق ذلك في جميع مراحل انسياب السلع الى المستهلك، أي قبل وأثناء وبعد انسياب السلع للمستهلك النهائي^(٢٣).

وضع الدول النامية عموما

التصنيع المحلي :

ان تجربة الدول النامية في مجال التصنيع بصفة عامة لا زالت متعثرة لأسباب مختلفة منها ندرة رأس المال اللازم لاستيراد وسائل تقنية الانتاج (باستثناء الدول النفطية) وندرة العنصر البشري القادر على استخدام هذه الوسائل التقنية، وضيق الأسواق مقاسة عدديا بمتوسط دخل الفرد فيها. وان حققت بعض هذه الدول نجاحا في بعض الصناعات فذلك جاء في صناعة سلع استبدالية، بمعنى التركيز على صناعات تحل محل السلع المستوردة من الخارج. وطبيعي أن أسواق هذه السلع تعتبر مفتوحة للصناعات المحلية لتعود المستهلك على شرائها وبالتالي فإن السوق لهذه السلع لا يخلق اسواقا محلية جديدة لسلع جديدة بقدر ما يستغل اسواقا مهيئة للسلعة.

والاتجاه السائد في الدول النامية يسير نحو حماية هذه الصناعات المحلية بطرق مختلفة منها منع الاستيراد أو فرض ضرائب جمركية عليها أو تحديد الكميات المستوردة أو اعفاء الصناعات المحلية من ضرائب الدخل والضرائب الجمركية على واردات هذه الصناعات من مواد خام ووسائل تقنية وغيرها. ومن هنا تبدأ الحكومات في المساس بالحقوق الاساسية للمستهلك «حرية الاختيار». وطبيعي أن الاجراءات الحمائية للصناعات المحلية في الدول النامية تجعل من المنشآت الانتاجية منشآت شبه احتكارية في الاسواق المحلية. إذ ينذر إقامة أكثر من منشأة أو اثنتين لانتاج نفس السلعة، وهذا الوضع شبه الاحتكاري لا يشجع هذه

وللاجابة على هذا التساؤل يحسن بنا أن نعود الى دور المنتج في الأسواق التي يتواجد فيها ومصاديقه خدماته للمستهلك. فوجود المنتج في سوق ضمن نطاق الحدود الجغرافية للدولة (كمنتج اثاث ايطالي يعمل في السوق الايطالية مثلاً)، يعني:

١ - خضوعه للقوانين المعمول بها في الدولة بخصوص حماية المستهلك والتبعة القانونية للسلع المعينة، مثل مسؤولية المنتج عن التعويض في حالة حدوث ضرر للمستهلك من جراء استعمال سلعة انتجها وتبين ان بها اهمالا في التصنيع، أو في حالة امكان التنبؤ بما سوف تسببه من أضرار في حالة استعمالها، أو خلو قسيمة السلع أو غلافها من بيانات اشترطتها القوانين - كخطورة وتاريخ الصلاحية - أو ورد بيانات خاطئة عن السلعة في كتبها أو قسيمتها أو الرسالة الاعلانية عنها، أو ماشاكل ذلك من خرق لقوانين الدولة في هذا الخصوص.

٢ - قيامه أو من ينوب عنه باتفاق بتقديم الخدمات المصاحبة للسلعة وخاصة المعمرة فيها، مثل خدمات توصيل السلع وتركيبها وضمان صيانتها واستبدال أجزاء فيها في حالة كونها معيبة وقبول مردودات السلع التي يتبين فيها عيوب ظاهرة تنقص من قيمتها.

٣ - تزويد المشتري ببيانات كافية وصحيحة عن خصائص السلعة وكيفية استخدامها والضمانات الزمنية لها أو ماشاكل ذلك قبل اتمام عملية الشراء.

٤ - تعيين رجال بيع ذوي دراية بالسلع التي يقومون ببيعها مع تدريبهم وتأهيلهم لعمليات البيع الشخصي وطريقة عرض السلعة وتجربتها واعطاء معلومات وشروح عنها للمساعدة المشتري على معرفة أقصى مايمكن عن السلعة قبل شرائها.

٥ - مراقبة الشكاوي الواردة من المستهلك وتحليلها ومحاولة تلافيها في حينها قبل شيوع عيوب السلعة في السوق أو انتشار سمعة رديئة عن السلعة وسريانها الى كافة منتجات المنشأة وعلاماتها التجارية.

٦ - مراقبة تدفق السلع عبر قنوات التوزيع منعا للممارسات الخاطئة التي تسبب اختلالا في الكميات المعروضة وبالتالي اختلافات في أسعارها.

ان الوجه الثاني لهذا التحليل هو حالة المنتج الذي تمتد اعماله التسويقية لأكثر من دولة (كمنتج اثاث ايطالي

المنشأة على التركيز على الابتكار السلمي والارتقاء بمستوى الجودة والرقابة عليها، لذا فإن النسبة المعينة في انتاجها تظل مرتفعة لغياب ضغوط المنافسة واضطرار المستهلك لشراء السلعة في غيبة البدائل. والاجراءات الحمائية لهذه الصناعات تفترض ايضا أن تغض الحكومات الطرف عن تبعة السلع المعينة في الصناعات المحلية على الأقل في المدى القريب طالما أن تشجيع هذه الصناعات ووسائل حمايتها قائمة.

إلا أن التجربة العملية تشير الى أن «الأمد القريب» لا حدود له في الدول النامية، ولذا فإن المستهلك يظل محاصرا في اختياراته وفي درجة الامان الذي توفره له هذه السلع. وتحت هذه المعطيات فإن حكومات الدول النامية تميل الى الاكتفاء بالقوانين العامة لحماية المستهلك. والمثال على ذلك اعتماد معظم - إن لم يكن كل - حكومات الدول النامية على عقود البيع في القانون المدني لتنظيم العلاقات بين البائع والمشتري.

الاستيراد من الخارج :

وفيما عدا تلك الصناعات الاستبدالية المشار اليها آنفا فإن الدول النامية تعتمد الى درجة كبيرة على الاستيراد في توفير السلع الاستهلاكية.

وللاستدلال على ذلك يمكن للقارئ حيثما كان ان يلقي نظرة سريعة على أرفف المحلات التجارية بها ليري نسبة السلع المستوردة الى المنتجة محليا. وأقرب مثال لدينا هو ماورد في احصائيات التجارة الخارجية لعام ٧٩م في الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية، إذ ورد بها بأن قيمة الواردات في تلك السنة بلغت ١,٥٧٢,٤١٧,٦٤٩ دينار ليبي في دولة لايتعدى عدد سكانها ٣ مليون نسمة.

ان الذي يهنا بالدرجة الاولى من اعتماد الدول النامية على الاستيراد هو عدم التواجد الكلي أو الجزئي للمنتج الاجنبي في اسواق هذه الدول.

وكما سبق وأن أشرنا في أماكن عديدة من هذا البحث فإن تبعة السلع المعينة تعتبر من التبعات التي لايمكن اخلاء طرف المنتج عنها. بل تعود التبعة عن تلك السلع على المنتج كلية تحت مفهوم التبعة المطلقة، والسؤال الذي يطرح نفسه هنا الان هو ماهي الآثار المترتبة على غياب المنتج عن أسواق الدول النامية؟

تحمل المشتري عبء نقلها الى محله وتركيبها تحت شعار «البضاعة المباعة لاترد ولا تستبدل».

وخدمات الصيانة للسلع المعمرة هي الاخرى تخلو من المصدقية، فقد تقيم المنشأة محلا للصيانة إلا أنها تصر على أن يقوم الزبون بنفسه بنقل السلعة الى المحل وتحت نفقته وارجاعها بعد اصلاحها دون ان تنقيد المنشأة بفترة زمنية محددة لاتمام الصيانة ويترتب على ذلك تحمل الزبون لأية نتائج أو أضرار قد تلحق بالسلعة أثناء نقلها من وإلى محل الصيانة.

والنتيجة العامة لهذه الممارسات هو عدم اكتراث المستهلك بصيانة السلعة وتفضيل شراء سلعة جديدة كبديل بالرغم من حداثة الاولى، وفي ذلك اهدار لموارد المستهلك وموارد الدولة على السواء إذ يتعين دفع عملة صعبة لمزيد من الاستيراد.

ان هذه الامثلة في مجموعها تشير الى مسببات رئيسية لهذه المشاكل، أهمها:

١ - عدم اكتراث الدول النامية بحماية المستهلك واكتفائها بما ورد في قوانينها العامة في تنظيم العلاقات بين البائع والمشتري. فعقود البيع في القوانين المدنية - وبالأحرى في معظم الدول العربية - تميز للمشتري اقامة الدعوى على البائع منتجا كان أم وسيطا في حالة شرائه لسلعة يتبين بأنها معيبة، إلا أن هذا كان غائبا عن السوق فبالتالي ليس أمام المشتري إلا الوسيط الذي تعامل معه، وفي ذلك اضعاف لقدرة المشتري في الحصول على التعويض نتيجة ماقد يلحقه من ضرر بسبب استخدام سلعة معيبة. وفي الدول التي تتبنى مبدأ التجارة الحرة، فإن قدرة الوسيط في الرجوع على منتج من دولة اجنبية لمقاضاته تعتبر ضعيفة لعدم المامه بالقوانين والمعطيات التي تكفل له استرداد حقوقه.

٢ - غياب المنتج عن السوق يعني عدم قدرة المستوردين افرادا كانوا أم منشآت على الحصول على البضائع على نحو فوري. وهذا يعني ضرورة الشراء بكميات كبيرة وتخزينها لتأمين تدفقها بانتظام في السوق. واذا افترضنا ضعف امكانيات التخزين وعدم توفر الحد الأدنى من الظروف التخزينية المناسبة بالدول النامية، فان كميات كبيرة من المواد الغذائية تعرض على ارفف المحلات بعد انتهاء تواريخ صلاحيتها وبعضها يعرض في شكل غير قابل للاستهلاك - صداً المعلبات

يسوق جزءا من انتاجه الى دولة اخرى). ان الآثار المترتبة على غياب المنتج عن السوق تختلف باختلاف الأنظمة التسويقية السائدة في كل دولة.

ففي الدول التي تبنت مبدأ حرية التجارة، نجد أن عامل المنافسة في القطاع الخاص يشكل ضغطا على البائع في مستويات التوزيع المختلفة في تقديم حد أدنى من الخدمات المرافقة للسلع المعمرة، مثل خدمات توصيل السلع وتركيبها واستبدال المعيب منها وماشاكل ذلك. إلا أن درجة مصداقية هذه الخدمات تتوقف على حدة المنافسة في قنوات التوزيع.

أما الدول التي يطغى فيها القطاع العام على النشاط التجاري، فإن مثل هذه الخدمات تعتبر أسوأ حالا. فحرية المستهلك في الاختيار محدودة بمحدودية المنشآت القائمة بالاستيراد. وهذا يعتبر بمثابة فرض ذوق معين من السلع على المستهلك، ثم ان الأفراد العاملين في مثل هذه المنشآت ليست لهم حوافز شخصية في التوسع في تقديم الخدمات المصاحبة للسلع الى المستهلك وفي بعض الأحيان لا يكون لديهم الدراية والمعرفة الكافية بالسلع التي يقومون ببيعها فيما يتعلق بكيفية الاستخدام والتشغيل و الصيانة أو ماشابه وخاصة بالنسبة للسلع المعمرة عموما والاجهزة الالكترونية والكهربائية على وجه الخصوص، وما يترتب على ذلك من ارشادات خاطئة للمستهلك قد تلحق به اضرارا جسيمة. كما أن السوق في الدول النامية بغض النظر عن انظمتها التسويقية أصبح ملما بالعبارات التي تحد من مسئولية المحلات التجارية عن السلع المعيبة.

ومثالنا على ذلك «البضاعة المباعة لا ترد ولا تستبدل» وهذه العبارة تفترض أن المستهلك على علم بالسلعة وماقد يكون بها من عيوب ظاهرة كانت أم باطنة. هذه بالرغم من أن البائع الذي تشتري منه السلعة هو بنفسه قد يجهل الخصائص الأساسية للسلعة، وهذا مساس بحرية المستهلك في أن يعلم. واذا طلب المستهلك كتيب بداخل الصندوق مع السلعة للاطلاع فقد يرفض طلبه لأن الكتيب بداخل الصندوق مع السلعة وفي أفضل الحالات عندما يحصل المشتري على كتيب السلعة فبياناته غالبا ماتكون بلغة لايفهمها. فالسلع المعمرة مثل الثلاجة والغسالة والأنظمة الصوتية والموسيقية المعقدة وماشاكلها لازالت تباع في الاسواق الليبية مغلفة مع

لأنها تكلف أعباء تخزينية وحركتها بطيئة. وتحت هذه الممارسة فإن الكثير من السلع المعمرة تفقد خواصها الأساسية مثل طول فترة استهلاكها وعدم تكرار شرائها باستمرار. وعلى الرغم من ورود هذه السلع ومرفق بها كتيبات خواصها وضمانات اصلاحها من قبل المنتج في فترة زمنية معينة إلا أن هذا الضمان لا يستفيد منه المستهلك، وبالتالي فإن القيمة الحقيقية للسلعة تنخفض ويتحمل المستهلك عبء ذلك الانخفاض.

وعلى الرغم من وجود وكلاء للمنتجين لبعض السلع حيث يقومون بتقديم الخدمات المصاحبة للسلعة في مناطق بيعية مختلفة من العالم، إلا أن هذه التغطية تعتبر جزئية حتى داخل الدولة التي يتواجد فيها الوكيل. فالوكلاء لا يتواجدون إلا في العواصم والمدن التجارية الكبيرة داخل أية دولة، وهذا يعني أن المستهلك الذي يتواجد في قرية أو مدينة نائية لا يستفيد من خدمات الوكلاء في الصيانة والاستبدال وما شاكل ذلك إلا إذا كان مستعدا لنقل السلعة وتحمل تبعة ذلك النقل إلى مقر تواجد الوكيل، وهكذا تضيع حقوق المستهلك حتى في تلك الحالة نتيجة للقصور في دور وكيل المنتج.

خلاصة :

ان العرض السابق لموضوع تبعة السلع المعيبة يشير الى مدى حرية الدول الصناعية في محاولات علاج المشاكل الناجمة عن التطور السريع لتقنية الانتاج وما صاحبه من احباطات في العلاقات القائمة بين المنتجين والبائعين من جهة والمستهلك النهائي من جهة اخرى. وقد تمثلت تلك المحاولات في نواحي محددة أهمها تبني مبدأ حماية المستهلك ووضع قوانين محددة لتحميل المنتج والبائع تبعة الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك نتيجة استعمال السلع المختلفة، وضمان حقوق المستهلك في استعادة قيم السلع التي يثبت وجود عيوب بها وفي كل مرحلة من تلك المحاولات فإن مفهوم تبعة السلع المعيبة أعيد تفسيره ليعطي حماية أفضل للمستهلك، الى أن وصل القضاء الى تبني مفهوم التبعة المطلقة الذي بموجبه لا تعطي ضمانات وحقوق تعويض للمشتري المباشر فقط، وإنما تمتد آثار تلك الضمانات والتعويضات الى من يلحق به الضرر نتيجة استعمال سلعة معينة حتى ولو لم يكن مشتر لتلك السلعة

الغذائية وانبعاجها - ويكفي الرجوع الى حالات التسمم في المستشفيات لادراك خطورة الأمر. ٣ - غياب المنتج عن السوق يجعل المنتج في كثير من الدول الصناعية في حل من التقيد بشروط ومواصفات ومقاييس السلع التي تصنف على أنها خطيرة في تلك الدول باعتبار أن هذه القوانين هي داخلية والا علاقة لها بالاسواق الخارجية ما لم يكن هناك اتفاق بشأنها مع دولة معينة.

فكثير من السلع تنتج فقط للتصدير ونشك في مراعاة حدود الأمان بها. ومثالا على ذلك في فترة كتابة هذا البحث اجرينا استطلاعا لحل تجاري واحد في ليبيا وتبين من خلال ملاحظة أرشف المواد الغذائية بأن ٢٧ سلعة بمختلف العلامات التجارية لاتحمل تواريخ صلاحية استعمالها وبعضها كان في صورة رديئة نتيجة سوء التخزين والمناولة. والجدير بالذكر أن هذه السلع كلها خاضعة لشروط وضع تواريخ الصلاحية في دول السوق الأوروبية المشتركة. وقد لحق بنا الشك في سلامة بعض السلع التي ترد في اكياس البلاستيك فاختبرنا خمسة اكياس من نفس الفصيلة وتبين أن كيس واحد فقط من الخمسة صالح للاستهلاك، ومعنى ذلك أن المستهلك عليه أن يدفع خمسة أضعاف الثمن للحصول على الاشباع المتوقع من كيس واحد.

٤ - جهل المستهلك بحقوقه في القانون العام (وفي بعض الحالات عدم اكتراثه) يجعله في كثير من الاحيان يلقي اللوم على نفسه بدلا من تتبع المسببات وارجاع نتائجها على البائع. ثم ان تعقد الاجراءات القضائية وارتفاع مصاريفها وعدم التأكد من نتائج احكامها لاتشجع المشتري على الالتجاء للقضاء. وفي غياب جمعيات حماية المستهلك في الدول النامية يصعب عليه أمر الحصول على الاستشارات والنصائح الفنية المتعلقة بحقوقه كمستهلك.

٥ - غياب المنتج عن السوق غالبا ماينتج عنه عدم انتظام في توفر قطع غيار السلع المعمرة مثل السيارة والثلاجة والغسالة والادوات الكهربائية المنزلية ومافي حكمها. فهلاك قطعة صغيرة - كالصمام مثلا - في الخلاط الكهربائي يعني هلاك ذلك الخلاط بكامله لعدم توفر هذه القطعة في السوق. فالمستورد يهمل بيع الجهاز لأنه يحقق ربحا له، أما القطع الصغيرة عادة ما يهملها

مباشرة.

لها على أساس جغرافي داخل حدود الدولة لضمان مراقبة قانون حماية المستهلك، على أن تعطى لها صلاحيات تنفيذية تصل الى فرض سحب البضائع من الاسواق في حالة مخالفتها للشروط المحددة وتوقيع غرامات مالية في حدود معينة.

ونرى أن فعالية مثل هذه الهيئات لا تتحقق إلا بالعمل المشترك مع المستهلكين فراداً وجماعات من خلال جمعيات تطوعية لحماية المستهلك وذلك لضمان سماع شكاوي المستهلكين واتخاذ اجراءات سريعة حيالها.

٣ - تشجيع المستهلكين على انشاء جمعيات تطوعية ترعى اهتماماتهم وتزودهم بالمشورة الفنية وتنشر الوعي بين اعضائها فيما يتعلق بحقوقهم وتزويدهم من خلال نشراتها بالمعلومات المقارنة عن السلع المختلفة.

٤ - تهيئة رجال أكفاء لادارة المنشآت التسويقية، ولتسويق السلع المختلفة بما يمكن من رفع كفاءة أنشطة الشراء والتوريد والنقل والتخزين والبيع وتقليل نسبة التالف والمعيب من السلع، مع الاهتمام على وجه الخصوص بتهيئة رجال بيع اكفاء ذوي دراية كافية من جميع النواحي بالسلع التي يقومون ببيعها وبذلك يقل احتمال اعطاء المشتري معلومات غير حقيقية عن السلع وكيفية استخدامها وصيانتها وماشابه ذلك مما يقلل من احتمال الاضرار بالمشتريين أو المستعملين للسلع من جراء معلومات خاطئة من رجال البيع عنها.

٥ - السعي الى تدويل المسؤولية عن السلع المعيبة ويمكن أن يتم ذلك مبدئياً عن طريق الدخول في حوار مع الدول الصناعية ثم ابرام اتفاقيات معها في هذا الخصوص، كما يمكن ان يتم ذلك من خلال الهيئات المختصة التابعة للأمم المتحدة.

٦ - تطبيق قوانين حماية المستهلك على المنتجين المحليين بغض النظر عن اجراءات حماية الصناعات المحلية، فحقوق المستهلك لا ينبغي أن تتأثر بجنسية المنتج ولا باجراءات حماية الصناعات المحلية.

وفي الوقت الذي نشاهد فيه ذلك الاهتمام المتزايد بحماية المستهلك في الدول الصناعية، فإننا لانرى تحركاً بنفس الدرجة في الدول النامية إذ اكتفت حكومات هذه الدول بالمفاهيم القديمة التي تحكم العلاقات بين البائع والمشتري. وحتى عند تطبيق هذه المفاهيم القديمة فان المستهلك في هذه الدول لا تتوافر له المعلومات وكذا الهيئات التي تحمي العديد من حقوقه الأساسية. أضف الى ذلك المشاكل الناجمة عن غياب المنتج وخدماته وخدماتاته المشار إليها آنفاً في معظم الدول النامية، وقصور المستوردين عن اداء مثل هذه الخدمات. فان المستهلك في واقع الأمر لا يحصل على القيمة الفعلية للسلع التي يشتريها لغياب مثل هذه الضمانات والخدمات.

وازاء هذا القصور وعدم الاكتراث بموضوع تبعة السلع المعيبة في الدول النامية، فاننا قصدنا فيما قصدناه من هذا المقال الى اثار المشكلة على المستوى الاكاديمي من أجل مزيد من الحوار والنقاش من جهة، واقتراح نقاط عملية في اتجاه سياسة عامة تضمن حقوق المستهلك في هذه الدول من جهة اخرى. وفي هذا الخصوص نرى ان تتبنى الدول النامية لمبدأ حماية المستهلك وضمان حقوقه الاساسية، ونقترح في ذلك مايلي:

١ - وضع قوانين مستقلة لحماية المستهلك من العيوب بالسلع المستوردة ومن الممارسات التجارية الخاطئة. ويمكن لهذه الدول أن تتبنى بشكل كلي أو جزئي دليل دول السوق الأوروبية المشتركة المشار اليه آنفاً كأساس لتحديد فصائل السلع والشروط التي ينبغي على المستورد التأكد منها قبل استيراده لهذا السلع، وتحمله تبعة مخالفة هذه الشروط.

٢ - ايجاد هيئات مركزية لحماية المستهلك وانشاء فروع

المراجع

1. Benningson, L.A., and Benningson A.I., «Product Liability: Manufacturers beware», Harvard Business Review, May-June 1974, PP. 122-132.
2. Berson, C., «The Product Liability Revolution», Business Horizons, Vol. XV, Oct. 1972, PP. 71-80.
3. Bittenbender, WM. A., «Impacts of Regulations: Labeling and Regulations of Hazardous Chemicals», Conference at the City University of New York, May 5, 1980, PP. 1-19.
4. Consumer Product Safety Act, U.S.A., Section 5.
5. Cox C. K., «Liability Insurance in the Era of the Consumer», Credit and Finance Management, Vol. 72, Oct. 1970, P. 14.
6. Fisk, G., «Guidelines for Warranty Service After sale», Journal of Marketing, Vol. 34 January 1970, P. 65.
7. Green, J., «Regulatory Problems and Regulatory Reforms: The Perception of Business», Aresearch Report of the Conference Board, The Conference Board Inc., 1980, P. 11.
8. Loudenback, L.J., and Goebel, J.W., «Marketing in the Age of Strict Liability», Journal of Marketing, Vol. 38, January 1974, PP. 62-66.
9. Mallor, J., «In Brief: Recent Product Liability Cases», Business Horizons, Vol. 22, October 1979, PP. 47-49.
10. Martin, J. and Smith, G.W., The Consumer Interest, Pall Mall Press Ltd, London, 1968.
11. Moser, R.G., «Product Liability Require Strict Control», Foundary, Vol. 9, February 1968, P. 62.
12. «New Product Liability Bill Dumps Work Comp Proviso», Business Insurance, Vol. 13, October 15, 1979.
13. Perham, J.C., «The Dilemma In Product Liability», Dun's Review, Vol. 109, January 1977, P. 50.
14. Rados, D., «Product Liability: Tougher Ground Roles», Harvard Business Review, Vol. 47, July-August 1969, PP. 144-152.
15. «Restatement of Torts», U.S.A., Second Section, 1965, P. 402.
16. Smith, T.H.F., «Product Liability: Get it on the Road», Management Review, Vol. 60, January 1971, P. 23.
17. Thompson, M.J., «Labeling In Western Europe And Japan», Seminar On International Chemical Regulations At the City University of New York, December 15, 1980, PP. 1-14.
18. Thorelli, H.B. and Engledow, J.L., «Information Seekers and Information Systems A Policy Perspective», Journal of Marketing, Vol. 44, Spring 1980, PP. 9-23.
19. Trombetta, W.L., «Products Liability: What New Court Rulings Mean for Management», Business Horizons, Vol. 22, August 1979, PP. 67-72.
20. «Uniform Commercial Code of The U.S.A.», Section 2, P. 318.
21. «Uniform Product Liability Law Threat Stirs Up Europe», Business Insurance, Vol. 13, April 19, 1979, P. 37.