

حماية حقوق المستهلك في الجزائر

د. زين يونس * د. هدى معيوف **

الملخص:

بات المستهلك عرضة للغش والتضليل والتلاعب ، فمن خلال عناصر المزيج التسويقي تمارس مختلف أساليب التحايل : سواء في خصائص المنتجات ومكوناتها وصفاتها ، أو من خلال فرض أسعار لا تناسب ومستوى دخل المستهلك ، أو اعتماد سياسة توزيع تزيد حاجة المستهلك للمنتج ، اذ تعتمد صعوبة حصوله عليها في أماكن معينة دون أخرى ، ناهيك عن استخدام طرق ترويج مضللة للمستهلك حيث تقذعه بدفع قيمة المنتج اكبر من فائدته .

وطبعا الجزائر كغيرها من دول العالم الثالث لازالت حتى اليوم تعاني أسواقها من انتهاك لحقوق المستهلك ، مع أنها من الناحية النظرية قامت باتخاذ كل التدابير الرسمية اللازمة لحماية هذه الحقوق ، وذلك بإذشاء مراكز ولإتية لقمع الغش ، وجمعيات حماية المستهلك وغيرها .

وصممت هذه الدراسة لدراسة واقع حماية حقوق المستهلك في السوق الجزائرية من خلال استطلاع آراء أعضاء هيئة لتدريس في جامعة سوق أهراس من خلال استمارة استبيان صممت لهذا الغرض.

ولغرض تحليل بيانات الدراسة تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (نظام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية) (spss) وذلك لاحتساب المؤشرات الإحصائية وقد توصلت الباحثة إلى جملة النتائج التالية:

- هناك فروق جوهرية في الرؤى بين المبحوثين من حيث السن والجنس و المستوى التعليمي

و الحالة العائلية حول نظرتهم ومدى وعيهم لحقوق المستهلك .

- كما أثبتت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباط قوية بين حق الحصول على المعلومات وحق التثقيف.

-يوجد ارتباط بين حق الحصول على المعلومات والاختيار.

-بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين حق التثقيف

* أستاذ محاضر - أ - جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي.

** أستاذة محاضرة - ب - جامعة محمد شريف مساعدي - سوق أهراس.

وحق الاختيار .

الكلمات المفتاحية: المستهلك، الاستهلاك، حقوق المستهلك، حماية حقوق المستهلك.

Abstract :

consumers vulnerable to fraud and deception and manipulation, it is through the marketing mix elements exert different circumvention methods: both in the characteristics of products and components and characteristics, or by imposing price did not match the level of consumer income, or the adoption of the distribution policy increase consumer demand for the product, as it deliberately difficult getting it in certain places without the other, not to mention the use of methods of promoting misleading to the consumer where convince him to pay the product is greater than the value of its usefulness.

Of course, Algeria, like other third world countries is still to this day suffer markets from your violation of consumer rights, even though it theoretically has taken all necessary measures to protect these rights official measures, and that creates a jurisdictional centers to suppress fraud, consumer protection associations and others.

This study was designed to study the reality of consumer rights in the Algerian market through diet polled faculty members to teach at the University of Ahras market through a questionnaire designed for this purpose. For the purpose of the study data were analyzed using statistical analysis software (Statistical Package for Social Sciences System) (spss) in order to calculate the statistical indicators have reached the researchers to sentence the following results:

- There are substantial differences in the views of the respondents in terms of age, sex, educational level And family about their view of the situation and the extent of their awareness of consumer rights.

-as Results of the analysis proved the existence of a strong correlation between the right of access to information and the right to education relationship.

المقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة مجموعة كبيرة من التحولات والتغيرات الاقتصادية ، الاجتماعية والسياسية والتي تركت أثارها الواضحة على مفهوم التسويق ، حيث برزت فيه العديد من الفلسفات والمفاهيم الحديثة ولعل أهمها هو المسؤولية الاجتماعية، فتمتع المنظمات بدرجة كبيرة من الربحية نتيجة الانفتاح الاقتصادي ، أدى إلى ظهور العديد من الممارسات التسويقية غير الصائبة والمقصرة في حق المستهلك ، الذي يعتبر المحرك الأساسي والسبب الأول وراء وجودها واستمرار نشاطها ، وذلك سعيا وراء المزيد من الأرباح .

ومن اجل ذلك فان هذه الدراسة التحليلية تهدف إلى تسليط الضوء على واقع حقوق المستهلك في السوق الجزائرية ، وتوضيح أهم الصعوبات التي تواجه المستهلك الجزائري ، ومحاولة اقتراح الحلول المناسبة

الإشكالية:

تعتبر مسألة حقوق المستهلك و حمايتها , إحدى أهم المفاهيم التسويقية الحديثة , التي طالما حددت خيارنا في اقتصاد السوق و الانفتاح على الأسواق العربية و العالمية , ولكن هذين المسارين تركا أثارا واضحة على المستهلك الجزائري , الذي أصبح عرضة لمختلف أساليب الغش و التضليل و الخداع , من قبل العديد من المؤسسات وحتى الأفراد , الساعين وراء الحصول على المزيد من الأرباح , مستغلين في ذلك تمتعهم بدرجة كبيرة من الحرية .

فأصبحت تمارس ضده الكثير من السلوكيات اللاأخلاقية , مؤدية إلى انخفاض الأداء بالشكل الذي يؤثر سلبا عليه , و مما سبق يمكن بلورة إشكالية الدراسة من خلال طرح السؤال التالي : ما هو واقع حماية حقوق المستهلك في الجزائر ؟
تساؤلات الدراسة :صممت هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية :

- هل يأمن المستهلك الجزائري على نفسه و صحته عند استهلاكه للمنتجات المعروضة في السوق الجزائرية سلعا كانت أو خدمات ؟

- يعيش المستهلك الجزائري في بيئة صحية لا تهدد سعادته ؟
الفرضيات :

لمعالجة الإشكالية المطروحة تم وضع الفرضية النوعية التالية:

-هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة من حيث : السن ، المستوى التعليمي ، الجنس ، الحالة العائلية .

الأهمية :

تأتي أهمية الدراسة من كونها تناول جانبا من الجوانب الهامة في المفهوم التسويقي وهو حماية المستهلك والذي أصبح مرتبطا بالمعاملات البشرية خاصة في مجالات التجارة والصناعة وحتى الخدمات ، حيث أن الرغبة في الربح السريع تدفع الكثير من ضعاف النفوس لإتباع أساليب غير مشروعة للتربح السريع باستخدام وسائل الغش المختلفة . كما تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على أهم المشاكل والصعوبات التي يواجهها المستهلك الجزائري في السوق الجزائرية .

- تعزيز فكرة حماية حقوق المستهلك لدى كل من : المستهلك ، منظمات الاعمال والمنتجين والمؤسسات المعنية بحماية المستهلك .

مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع وعينة الدراسة من جميع المستهلكين الجزائريين ولكن لصعوبة القيام بعملية الحصر الشامل ، قام الباحثان بالاقتران على دراسة الحالة ، واختيار أعضاء المنظومة التعليمية في جامعة سوق أهراس ، وذلك على اعتبار أنهم النخبة والأكثر وعيا لمثل هذه المواضيع . وقد بلغ عددهم خلال فترة توزيع الاستبيان : 360 أستاذ حسب كشوف الحسابات للجامعة ، تم استرجاع 300 استمارة .

اختيار صدق وثبات أداة الدراسة :

لغرض معرفة صدق الأداة التي تم بواسطتها جمع البيانات ، بعد عرضها على المحكمين، تم اختبار الثبات بواسطة استخدام معامل كرونباخ ألفا (الفا كرونباخ) ، لفقرات الاستبيان ، فبلغت قيمته (0,91) وهو معامل قوي جدا ، يجعل من الاستبانة أداة مناسبة للبيانات التي تم جمعها بواسطتها، ولمعرفة فيما لو قام الباحثان بتوزيع نفس الاستبيان على نفس الأشخاص بعد فترة من الزمن، يوصلان على النتائج نفسها ، تم إيجاد معامل التجزئة النصفية لفقرات الاستبيان ، وقد بلغت قيمة معامل سييرمان للتجزئة النصفية حوالي (0,84) وهو قوي يجعلها تتميز بالصدق لما خلصت له.

أولا: تطور حركة حماية المستهلك في الجزائر.

لم تواكب الجزائر في البداية هذه الحركة العالمية بسبب طبيعة النظام الاقتصادي الذي انتهجته بعد الاستقلال والذي تميز باحتكار الدولة للتجارة الخارجية من خلال مؤسسات عمومية اوكلت لها مهمة الاستيراد ، اما من الناحية الادارية فلا يوجد هيئة متخصصة في الرقابة وقامت بهذه المهمة وزارة الفلاحة ومصالحها الخارجية - مصلحة قمع الغش - وكان عدد اعوانها محدودا ومهمتهم الرئيسية قمع الغش بشكل عام وليس في اطار حماية بل لحماية الاقتصاد الوطني .

وفي عام 1982 تم تحويل هذه المصلحة من وزارة الفلاحة الى وزارة التجارة، وذلك للقيام بقمع الغش ورقابة الاسعار والتحقيقات الاقتصادية .

كما أن المتبع لحركة حماية المستهلك و تطور التشريعات الخاصة بذلك في الجزائر يستطيع التمييز بين مرحلتين كالتالي :

أ- المرحلة الأولى :

و هي المرحلة السابقة لصدور قانون 02/ 89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، و بدأت بصدور قانون 31 ديسمبر 1982 م و الذي أبقى على العمل بالقوانين الفرنسية باستثناء ما يتعارض مع السيادة الوطنية . و يعود سبب غياب حركة حماية المستهلك في هذه الفترة إلى عدة أسباب أهمها :

- التدخل المباشر للدولة في تنظيم الحق الاقتصادي، الأمر الذي لم يسمح بظهور الفئات و الحركات التي تطالب بحقوق و حماية المستهلك .

- الفراغ القانوني الذي كانت تعيدشه الجزائر بعد الاستقلال و لم يساعدها على الاهتمام بحماية المستهلك .

- الاختلاف في النهج الاقتصادي المتبع بين كل من الجزائر وفرنسا، الأمر الذي أدى إلى صعوبة تطبيق القوانين الرامية إلى حماية المستهلك في الجزائر .

إلا أن ذلك لم يمنع المشرع الجزائري في هذه الفترة من إصدار قانونين يمكن إدراجهما ضمن القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك و يتمثل الأول في الأمر رقم 47-75 الصادر في 17 جوان 1975 م¹

و الأمر رقم 76-65 المؤرخ في جويلية 1976 م²، بالإضافة إلى بعض النصوص الخاصة الواردة في القانون المدني الصادر بموجب الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 م، إلى جانب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 7 مارس 1987 م، المتعلق بتعاونيات الاستهلاك ذات الطابع الاجتماعي ولا تهدف إلى تحقيق الربح، و الهدف من إنشائها المساهمة في حماية القدرة الشرائية للعامل عن طريق ضمان

1: الأمر رقم 75 - 47 الصادر في 17 جوان 1975 ، و الذي إستحدث بموجبه المشرع الجزائر جرائم أدخلها إلى قانون العقوبات الصادر بموجب الأمر المؤرخ في 8 جوان 66 ، في الباب الرابع تحت عنوان الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية ، جريدة رسمية 53 ، صادرة في 4 جويلية 75 .19

2: الأمر رقم 76 - 65 المؤرخ في 16 - 07 - 1976 ، المتعلق بتسميات المنشأ و الهدف منه حماية المنتج و المنتوج و يتعدى بعدها إلى حماية المستهلك ، جريدة رسمية عدد 59 ، صادرة في 23 جويلية 1976 .

تكوين المشتركين فيما تمويها منتظما.

ب- المرحلة الثانية :

في هذه الفترة سارعت الدولة الجزائرية ، مع بداية عام 1989م إلى إصدار قانون 89 - 02 المؤرخ في 07 فيفري 1989م، والمتعلق بالقوا عد العامة لحماية المستهلك الجزائري والذي قدم المبادئ الأساسية لمراقبة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك ، وقمع مختلف أنواع الغش التجاري ، يعتبر هذا النص بمثابة اللبنة الأولى لتأسيس نظام قانوني لحماية المستهلك في الجزائر أهم بنوده ما يلي 1 :

- إجبارية أن يتوفر المنتج سواء كان ماديا أو خديما ، على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس بصحة المستهلك أو أمنه أو تضر بمصالحه .

- إجبارية إعلام المستهلك بخصائص و ميزات المنتج المعروض للاستهلاك ، و قد أقر القانون

رقم 90-31 المتعلق بتكوين الجمعيات و خاصة المادة 19 منه ، أنه يمكن للجمعية أن تصدر و توزع في إطار التشريع المعمول به : نشریات ، مجلات ، وثائق إعلامية لها علاقة بتحقيق أهدافها .

- إجبارية مطابقة المنتج المعروض للاستهلاك المقاييس المعتمدة و المواصفات القانونية و التنظيمية التي تهمة و تميزه .

- إجبارية المراقبة الذاتية .

- إجبارية الضمان .

- حق المستهلك في تجريب المنتج الذي يشتريه 2 .

ترجع مهمة الإشراف رسميا على حماية المستهلك في الجزائر حسب المادة 15 من القانون رقم 89/02 الصادر بتاريخ 07 فيفري 1989م إلى ثلاث هيئات أساسية هي :

- سلطات إدارية .

- سلطات قضائية .

- جمعيات حماية المستهلك .

إضافة إلى هيئات غير رسمية تتمثل في الجمعيات المهنية و أرباب العمل و جمعيات حماية المستهلك .

1: محمد بودالي، "حماية المستهلك في القانون المقارن"، مرجع سابق، ص 49 .

2: بوعزة ديدن، "الإلتزام بالإعلام في عقد البيع"، بحث مقدم إلى الملتقى الوطني الخاص بالإستهلاك في القانون الجزائري، الجزائر، أبريل 2001، ص 30 .

وذلك قصد ترقية المنافسة و تنظيم الأنشطة التجارية و مراقبة جودة و صلاحية السلع و الخدمات المعروضة للاستهلاك

1- السلطات الإدارية :

وهي ممثلة في وزارة التجارة حيث أن المهام المخولة لها متعددة و متنوعة ، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى تعدد المصالح التابعة لهذه الوزارة ، و قد صدر المرسوم التنفيذي رقم 02 - 453 الصادر في 21 ديسمبر 2002م¹، الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة و يمنحه كل الصلاحيات في إطار حماية المستهلك ، كما و تنص المادة 05 منه على أنه يكلف في مجال جودة السلع و الخدمات و حماية المستهلك بما يلي :

- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية و الهيئات المعنية شروط وضع السلع و الخدمات الموضوعة للاستهلاك من حيث : الجودة ، النظافة الصحية ، الأمن ...

- يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع النظم للعلامات ، حماية العلامات التجارية و متابعة تنفيذها .

- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك و تطويره . كما يستعين في أداء مهامه بمختلف الدوائر الوزارية الأخرى المتمثلة في :

- وزارة الداخلية و الجماعات المحلية : عن طريق مكاتب النظافة و الأمن الوطني

- وزارة السياحة : من خلال عمل مفتشي السياحة .

- وزارة الصحة و السكان و إصلاح المستشفيات : من خلال مصالح الوقاية و المخابر الولائية للصحة .

- وزارة الفلاحة و التنمية الريفية : بوسطة الطب البيطري و مصالح الصحة النباتية .

- وزارة الدفاع الوطني : من خلال عناصر الدرك الوطني .

إضافة إلى هيئات غير رسمية تتمثل في الجمعيات المهنية و أرباب العمل و جمعيات حماية المستهلك .

وذلك قصد ترقية المنافسة و تنظيم الأنشطة التجارية و مراقبة جودة و صلاحية السلع و الخدمات المعروضة للاستهلاك و من أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة ما يلي :

¹: مرسوم تنفيذي رقم 02 - 453 ، مؤرخ في 21 ديسمبر 2002 ، جريدة رسمية عدد 85 ، صادرة في 22 ديسمبر 2002 .

أ- على المستوى المركزي :

بالعودة إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 أوت 2008م¹، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة : منحت المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات و المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك ،حيث تأخذ كل الإجراءات و التدابير اللازمة لحماية المستهلك ، وهي تشرف على خمس مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات الضرورية لضمان سلامته. و تعتبر مديرية المنافسة و مديرية الجودة و الاستهلاك أهم مديرياتها.

أما المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش ، فتتولى المهام المخولة لها حسب ما نصت عليه المادة 04 من المرسوم 08-266 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، فهي تقوم بمراقبة الجودة وقمع ومحاربة الممارسات.

ب- على المستوى الخارجي :

يتعلق الأمر في هذه الحالة بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة و التي نص عليها المرسوم التنفيذي رقم 03 - 409 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها و عملها² ، كما تنص المادة 02 من نفس المرسوم على أن المصالح الخارجية في وزارة التجارة تنظم على شكل : مديريات ولائية و جهوية مهمتها الأولى والأخيرة : السهر على تطبيق نصوص المشرع و التنظيم المتعلق بالمنافسة والجودة. و يبلغ عددها تسع مديريات جهوية تعمل على تنشيط و تقييم و توجيه النشاطات الولائية في مجال الرقابة وقمع الغش بالاتصال مع الإدارة المركزية قصد التعاون و تنسيق عمليات المراقبة بين الولايات.

2- السلطات القضائية:

تمثل السلطة القضائية في الهيئات التي تتولى تحريك ورفع ومباشرة الدعوى العمومية أمام القضاء نيابة عن المجتمع ، و تطالب بتطبيق القانون ، و تشكل النيابة العامة من وكيل الجمهورية: الذي يمثل الحق العام في مستوى اختصاصه و يقوم بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث و التحري عن المخالفات التي تمس المستهلك، و النائب العام الذي يمثل السلطة القضائية على مستوى كل مجلس³.

¹: المرسوم التنفيذي رقم 08 - 266، مؤرخ في 19 أوت 2008، بعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 02 - 454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، جريدة رسمية عدد 48، صادرة بتاريخ 24 أوت 2008.

²: مرسوم تنفيذي رقم 03 - 409، مؤرخ في 5 نوفمبر 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة، جريدة رسمية عدد 68، صادرة في 09 نوفمبر 2003.

³: إلياس الشاهد، " دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في الجزائر"، الملتقى الوطني لحماية المستهلك في

3- جمعيات حماية المستهلك:

بالرغم من وجود العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة، إلا أنها لا تفي بالغرض الذي وجدت لأجله. ولذلك بات من الضروري وجود جهاز يتولى متابعة هذه المهمة وتجلي ذلك بوجود ما يسمى "جمعيات حماية المستهلك". حيث أدرك المستهلك الجزائري أن بإمكانه مساعدة الدوائر الحكومية على تطبيق القوانين و التشريعات الخاصة به من خلال الجمعيات المهنية وذلك للاعتبارات التالية¹:

- إن الدوائر الحكومية المعنية بتقديم الخدمات المختلفة، غير كافية لحماية في المرحلة الراهنة "اقتصاد السوق و الانفتاح الاقتصادي"، فهي عاجزة عن استقبال كل شكاويه و العمل على دراستها و متابعتها،

و ذلك لقلة الإمكانات (الموارد البشرية المتخصصة...) و اندثار و تعدد المستهلكين في الأسواق الوطنية، ولكن تستطيع جمعيات حماية المستهلكين القيام بذلك كما يمكنها أن تمثله و تدافع عنه.

- على الرغم من أن للدوائر الحكومية الأفضلية على جمعيات حماية المستهلكين بالنسبة لقدرتها على اتخاذ و تنفيذ قوانين صارمة و ردعية، ضد الممارسات المستغلة و السلوكيات الخادعة و الأوزان المغشوشة إلا أنها لا تكون دائما موضوعية في تقييمها للسلع و الخدمات، كما تقوم به جمعيات حماية المستهلك التي يهتمها المستهلك و مصلحته أولا و أخيرا.

ثانيا: واقع حماية حقوق المستهلك في السوق الجزائرية:

لتشخيص واقع حقوق المستهلك و مستوى حمايتها في السوق الجزائرية يجب تحليل الفرضية و الاجابة على التساؤلات المطروحة كما يلي:

هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة من حيث: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة العائلية. ولاختبارها تم اختبار الفروض الفرعية التالية:

1. عيناوي بن عيسى، "جمعيات حماية المستهلك و ترشيد الإستهلاك"، الملتقى الوطني لحماية المستهلك في ظل

الإنفتاح الإقتصادي، المركز الجامعي وادي سوف، يومي 13 - 14 أفريل 2008، ص 240.

1-2 هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية الجنس للمبحوثين.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار (T) لاختبار معنوية الفروق:
الجدول (1) : يبين نتيجة اختبار (t).

القرار	مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة T	درجات الحرية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغير	
معنوية	0.000	4.56	298	0.47	3.74	ذكر	الجنس
				0.30	3.48	أنثى	

المصدر: من إعداد الباحثان بالرجوع إلى البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبيان.

نستنتج من خلال الجدول (1) وجود فروق معنوية في اتجاهات المبحوثين بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية الجنس ، أي أن الجنس يؤثر على إجابات أفراد عينة الدراسة ، ويظهر ذلك من خلال قيمة مستوى الدلالة الإحصائية التي بلغت (0.000) وهي أقل من (0.05) التي أجري عندها الاختبار لذا فإن الفروق ذات دلالة إحصائية - معنوية وعليه نتوصل إلى قبول فرض العدم الذي ينص بأنه (هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية الجنس للمبحوثين).

2-2 هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية العمر للمبحوثين.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين الأحادي (ANOVA):
الجدول رقم (2) : يبين نتيجة تحليل التباين الأحادي.

المتغير	مصدر الاختلاف	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة الإحصائية	الفروق
العمر	بين المجموعات	25.456	3	0.85	74.58	0.0000	معنوية
	داخل المجموعات	33.675	296	0.14			
	الكلي	59.131	299				

المصدر: من إعداد الباحثان بالرجوع إلى البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبيان.

نلاحظ من خلال الجدول (2) وجود فروق معنوية في إجابات عينة الدراسة

يعزى لخاصية العمر ، ويظهر ذلك من خلال قيمة مستوى الدلالة الإحصائية التي بلغت (0.000)، وهي أقل من (0.05) التي أجري عندها الاختبار ، أي أن الفروق معنوية ، وتتوصل من خلال ذلك إلى قبول فرض العدم الذي ينص بأنه (هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية العمر للمبحوثين) .

2-3 هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية المستوى التعليمي للمبحوثين.

ولاختبار هذا الفرض تم إستخدام اختبار (T) لاختبار معنوية الفروق وكانت النتائج كما في الجدول رقم (4).

الجدول (4) : نتيجة اختبار (t).

القرار	مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة T	درجات الحرية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغير	
معنوية	0.000	3.67	298	0.43	3.65	ماجستير	المستوى التعليمي
				0.47	4.00	دكتوراه	

المصدر : من إعداد الباحثان بالرجوع إلى البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبيان.

وعليه تتوصل إلى قبول فرض العدم الذي ينص أن (هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية المستوى التعليمي للمبحوثين).

2-4 هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية الحالة العائلية للمبحوثين.

يبين الجدول رقم (5). نتائج اختبار (T)، الذي أستخدم لاختبار معنوية الفروق كما يلي :

الجدول (5) : بين نتيجة اختبار (t)

القرار	مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة T	درجات الحرية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغير	الحالة العائلية
معنوية	0.000	10.59	298	0.45 0.28	3.89 3.42	متزوج أعزب	

المصدر : من إعداد الباحثان بالرجوع إلى البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبيان.

من خلال ذلك نتوصل إلى قبول فرض العدم الذي ينص بأنه (هناك فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الرؤى بين مفردات عينة الدراسة تعزى لخاصية الحالة العائلية للباحثين).

ثالثا : الاجابة على تساؤلات الدراسة:

1-3: هل يأمن المستهلك الجزائري على نفسه وصحته عند استهلاكه للمنتجات المعروضة في السوق الجزائرية سلعا كانت أو خدمات؟

وقد تم حساب كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابة على هذا السؤال وقد جاءت النتائج موضحة في الجدول (6).

الجدول رقم (6): بين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الأمان.

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التكرارات				الفقرة		
			إطلاقا	نادرا	لا ادري	أحيانا		دائما	
كبيرة جدا	0.2 2	4.95	--	--	--	15	285	x1	
كبيرة جدا	0.3 8	4.82	--	--	--	53	247	x2	
ضعيفة	0.7 9	1.88	86	189	--	24	1	x3	
كبيرة	46.0	3.88	الوسط الحسابي العام والانحراف المعياري						

المصدر : من إعداد الباحثان.

نستنتج من خلال الجدول (6) توافر عال لمتغيرات الأمان وفقا لآراء عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي العام (3.88)، وهي تترجم توافر عال للأمان .

وعليه تظهر الإجابة على السؤال الثالث بأن المستهلك الجزائري يأمن على نفسه عند استخدامه المنتجات المعروضة في السوق الجزائرية سلعا كانت أو خدمات.

3-2 هل يعيش المستهلك الجزائري في بيئة صحية لا تهدد سعادته ؟

وتمت الإجابة على هذا السؤال بالرجوع إلى نتائج الجدول المبين في الأسفل.

المجدول رقم (7) : يبين المتوسّات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات حق العيش في بيئة صحية.

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التكرارات					الفقرة
			إطلاقا	نادرا	لا أدري	أحيانا	دائما	
متوسطة	1.02	2.97	--	156	--	141	3	x22

المصدر : من إنجاز الباحثان.

نلاحظ من خلال الجدول (7) توافر متوسط لمتغيرات حق العيش في بيئة صحية من وجهة نظر عينة الدراسة ، وذلك من خلال قيمة الوسط الحسابي للفقرة التي بلغت (2.97) ، وهو يشير إلى توافر متوسط للفقرة أي أن المستهلك الجزائري يعيش في بيئة صحية في حدودها المتوسطة وهي لا تكفي لتحقيق السعادة المطلوبة من وجهة نظر الباحثين.

رابعا: النتائج :

من خلال الدراسة العملية والملاحظة الميدانية تم التوصل الى النتائج التالية:

- بالرغم من وضع اجهزة متعددة تعمل على حماية المستهلك الجزائري من الممارسات الخلة بحقوقه، وسن القوانين والتشريعات لضمان ذلك ، الا ان هذا لم يعد كفيلا لوضع حد لتلك التعديات المستمرة عليه ، خاصة امام غياب الهيئات المنوط بها حمايته في الساحة الوطنية ، حيث لا تزال تجد صعوبات في الظهور كهيئات قوية لحماية المستهلك رغم الجهود المبذولة منذ انشائها وحتى الان. كـمجلس المنافسة الذي تجهل اغلب المؤسسات وجوده واهمية دوره في ارساء قواعد الحماية اللازمة ، وهو الامر نفسه بالنسبة لجمعيات حماية المستهلكين نظرا لضعف خبرتها وعدم قدرتها على فهم ابعاد التجاوزات المذكورة سابقا. الى جانب عدم استيعابها لوسائل الحماية القانونية بصفة عامة ، وضعف الوسائل المادية لها (الموارد المالية ...) ، اين تواجه هذه الاخيرة صعوبات تجعلها تتردد في الابلاغ عن المخالفات مما يعيق الاجهزة المعنية بتطبيق القانون مساعدتها

- واخيرا واعتمادا على ما سبق من نتائج توصلت اليها الدراسة التطبيقية والملاحظة الميدانية , بمجاورها المتعلقة بالمستهلك الجزائري و صفاته الديموغرافية , و خصائص السوق الجزائرية بما تحويه من سلع وخدمات , تبين ان المحور الرئيسي في عملية حماية المستهلك يتركز على الثقافة الاستهلاكية للمستهلك الجزائري وهي المقدمة الاولى لحمايته من اي ضرر قد يلحق به نتيجة ابدباع السلع المخالفة او المغشوشة , و بالرغم من فاعلية دور الملاحظات الارشادية واستخدام وسائل الاعلام للحد من تناول مثل هذه المنتجات الا ان تأثيرها يبقى مرهونا بوجود ثقافة استهلاكية قوية لدى المستهلك نفسه .

خامسا: التوصيات :

في ضوء النتائج النهائية للدراسة توصي الباحثة بالاتي :

- تطوير الانظمة و القواعد المتصلة بحماية المستهلك , وذلك بتجميعها في اطار نظام واحد عام وشامل , يتضمن كافة القواعد الادارية و القانونية والموضوعية المتعلقة بالوسائل المتصلة بذلك ,
- تفصيل دور اجهزة الرقابة في وزارة الصحة والسكان , وزارة التجارة و الجمارك , وغيرها من الجهات المعنية بحماية المستهلك .
- تشكيل فرق عمل ميدانية و اصدار مطبوعات و مجلات متخصصة و نشرات توعوية بصفة دورية .
- دعوة وسائل الاعلام بمختلف انواعها للقيام بمهامها الخاصة بتوعية المواطنين , وحثهم على عدم ابتياع المنتجات التي تهدد صحتهم وحياتهم .
- تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك من خلال تشكيل لجان المشاركة فيها وكذا لجان في المواصفات والمقاييس التابعة لوزارة التجارة .
- التأكد من مطابقة السلع للمواصفات المقدمة للمستهلك , و العمل على مراقبة الجودة باستخدام الاساليب الحديثة .
- القيام باختبارات لمختلف السلع ونوعيتها والكشف عن اساليب الغش .
- قيام المؤسسات الجزائرية بإذشاء ادارات خاصة بشؤون المستهلك والتكفل بكل مشاكله وتلبية اقتراحاته.

قائمة المصادر والمراجع:

1. كتو محمد الشريف، "الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري دراسة مقارنة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، تخصص قانون عام، كلية الحقوق، تيزي وزو، 2003 - 2004 .
2. قانون رقم 89 - 02 صادر بتاريخ 07 - 02 - 1989، متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 06 .
3. قانون رقم 09 - 03، مؤرخ في 25 فيفري 2009، متعلق بحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 15، صادرة في 8 مارس 2009 .
4. قانون رقم 90 - 07، مؤرخ في 13 افريل 1990، يتعلق بالإعلام، جريدة رسمية عدد 16، صادرة في 14 افريل 1990 .
5. القانون رقم 10 - 05 المؤرخ في 15 اوت 2010 يعدل ويتم الامر رقم 03 - 03، المؤرخ في 19 - 07 - 2003 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 46، صادرة في 18 اوت 2010 .
6. قانون رقم 90-09 مؤرخ في 7 افريل 1990، يتعلق بالولاية معدل و متمم، جريدة رسمية عدد 15، صادرة سنة 1990 .
7. قانون رقم 90 - 31 مؤرخ في 31 ديسمبر 1990 متعلق بالجمعيات، جريدة رسمية عدد 53، صادرة سنة 1990 .
8. قانون رقم 89 - 02 الصادر في 07 فيفري 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك و الملغي بموجب قانون رقم 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك و وقع الغش، الصادر بتاريخ 25 فيفري 2009، جريدة رسمية عدد 15، صادرة في 8 مارس 2009 .
9. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة و وقع الغش (الجزائر).
10. مرسوم تنفيذي رقم 02 - 453، مؤرخ في 21 - 12 - 2002، جريدة رسمية عدد 85، صادرة في 22 - 12 - 2002 .
11. المرسوم التنفيذي رقم 08 - 266، مؤرخ في 19 اوت 2008، يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 02 - 454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، جريدة رسمية عدد 48، صادرة بتاريخ 24 اوت 2008 .

12. مرسوم تنفيذي رقم 03 - 409 ، مؤرخ في 5 نوفمبر 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة ،جريدة رسمية عدد 68 ، صادرة في 09 نوفمبر 2003.

13. مرسوم تنفيذي رقم 92 - 272 ، مؤرخ في 06 جويلية 1992 ،محدد لتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصه، جريدة رسمية عدد 52 ، صادرة سنة 1992 .

14. مرسوم تنفيذي رقم 03 - 318 ، مؤرخ في 30 سبتمبر 2003 ،يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 89 - 147 المؤرخ في 8 فيفري 1989،المتضمن لإنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية وتنظيحه وعمله ، جريدة رسمية عدد 59 ، صادرة بتاريخ 5 أكتوبر 2003 .

15. مرسوم تنفيذي رقم 03 - 318 ، مؤرخ في 30 ديسمبر 2003 ، معدل و متمم المرسوم التنفيذي رقم 89 - 147 ، المؤرخ في 8 اوت 1989 و المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية وعمله ،جريدة رسمية عدد 59 ، صادرة في 5 اكتوبر 2003

16. المرسوم التنفيذي رقم 96 - 355 ، المؤرخ في 19 اكتوبر 1996 ، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97 - 459 ،المتضمن اذشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية ، جريدة رسمية عدد 80 ، صادرة في 07 ديسمبر 1997 .

17. المرسوم التنفيذي رقم 96 - 355 ، مؤرخ في 19 اكتوبر 1996 ، يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية وعملها ،جريدة رسمية عدد 62 ، صادرة في 20 اكتوبر 1996 .