

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس

كلية الحقوق والعلوم السياسية



الملتقى الوطني حول أثر التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية لحماية المستهلك

يومي 08 و 09 ماي 2013

استمارة المشاركة (01)

الاسم الكامل للمشاركة: بوفاس الشريف

المؤسسة: جامعة محمد الشريف مساعدي سوق اهراس

الوظيفة: أستاذ جامعي، رئيس قسم علوم التسيير ل م د .

الرتبة العلمية: أستاذ مساعد قسم أ

العنوان المهني: قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد الشريف مساعدي سوق اهراس.

الهاتف الشخصي: 0670013216

البريد الالكتروني: achraf1boufas@yahoo.fr

استمارة المشاركة (02)

الاسم الكامل للمشاركة: رحاحلية بلال

المؤسسة: جامعة محمد الشريف مساعدي سوق اهراس

الوظيفة: أستاذ جامعي

الرتبة العلمية: أستاذ مساعد قسم أ

العنوان المهني: قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد الشريف مساعدي سوق اهراس.

الهاتف الشخصي: 0661434166

البريد الالكتروني: bilel0702@yahoo.fr

عنوان المداخلة: الالتزام بالموصفات القياسية كاستراتيجية لحماية المستهلك – حالة الجزائر –

محور المشاركة: المحور الثالث: دور وأهمية الجودة والتقييس في حماية المستهلك.

المخلص:

يعد التقييس نشاطا متعلقا بوضع أحكام ذات استعمال موحد و متكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين. و يقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل تقنية و تجارية تخص المنتوجات و السلع و الخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين و العلميين و التقنيين و الاجتماعيين.

إن التقييس يهدف وفقا لنصوص القانون إلى تحسين جودة السلع و الخدمات، احترام مبدأ الشفافية، و بوجه عام فهو يبحث في مطابقة المنتج و مسألة السلامة و حماية المستهلك.

لذا كان من الضروري الاهتمام بنشر الوعي بأهمية الارتقاء بالجودة لتوفير منتجات آمنة للمستهلك من السلع المغشوشة والمقلدة والرديئة غير المطابقة للمواصفات القياسية للحفاظ على الصحة والسلامة والأمان والبيئة.

انطلاقا من هذا الطرح ارتأينا تسليط الضوء على الموضوع من خلال التطرق للمحاور التالية:

1/ الإطار المفاهيمي للجودة و التقييس.

2/ أنواع المواصفات القياسية.

3/ واقع التقييس وحماية المستهلك في الجزائر.

الإلتزام بالمواصفات القياسية كاستراتيجية لحماية المستهلك – حالة الجزائر-

أ/ بوفاس الشريف، جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس

أ/ رحاحلية بلال، جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس

تمهيد:

أصبح من الضروري في ظل التحديات البيئية الحالية على منظمات الأعمال أن تولي كافة اهتمامها بجودة ما تقدمه من سلع و خدمات لإرضاء حاجات و رغبات عملائها بالمواصفات المطلوبة و المطابقة لتشريعات بيئة الأعمال، هذه الأخيرة التي لم تعد المنظمات حرة في اختيارها بل اتجهت شيئا فشيئا نحو التنميط على عدة مستويات نظرا لانفتاح الأسواق و كثرة الاتفاقات الدولية الضابطة لمختلف الأنشطة الاقتصادية.

من هنا ظهرت الحاجة لمواصفات قياسية لجودة عالمية موحدة تطبق على كل المشاركين في السوق، و لعل قيام المنظمة الدولية للتقييس عام 1947 و التي أصدرت مواصفات الإيزو 9000 هي إحدى النتائج التي تعكس الإهتمام بالجودة و المواصفات القياسية بالإضافة إلى بعض الجوائز الدولية للجودة مثل جائزة ديمنج اليابانية، و جائزة بالدريدج الأمريكية.

الهدف من البحث:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على واقع الإلتزام بالمواصفات القياسية و الجودة في المنتجات و الخدمات، و دورها في حماية المستهلك في الجزائر.

مشكلة البحث:

تكمن في دراسة الدور الإيجابي للإلتزام بالمواصفات القياسية في حماية المستهلك و واقع ذلك في الجزائر و التحديات التي تواجه الدولة و المتعاملين الإقتصاديين و المستهلكين.

فرضية البحث:

ينطلق البحث من فرضية مفادها أنه رغم تزايد اهتمام الدولة بحماية المستهلك، من اعتماد للمواصفات القياسية، و سن لترسانة من القوانين الردعية، و منح الاعتماد للعديد من جمعيات حماية المستهلك إلا أن واقع الحال يشير إلى سوق وطنية غير منظمة تحتاج لمزيد من الجهد لمحاربة الظواهر السلبية و التجاوزات المختلفة.

تقسيم البحث:

قسمت هذه الدراسة إلى النقاط الرئيسية التالية: أولاً الإطار المفاهيمي للجودة و التقييس، ثانياً أنواع المواصفات القياسية، ثالثاً واقع التقييس وحماية المستهلك في الجزائر.

أولاً: الإطار النظري للجودة و التقييس:

1/ تعريف الجودة:

تعددت التعاريف التي أوردها الكتاب و المهتمون بموضوع الجودة:

يعرف هارولد جيلمور Harold L.Gilmore الجودة بأنها " درجة مطابقة منتج معين لتصميمه أو مواصفاته".

كما عرفها جوزيف جوران Joseph M.Juran بأنها تعني " الملاءمة للاستخدام أو الإستعمال"¹.

و قدمت الجمعية الأمريكية لمراقبة الجودة، و كذلك الهيئة العالمية للمواصفات القياسية تعريفاً للجودة مؤداه أن الجودة هي " إجمالي السمات و الخصائص التي تميز المنتج أو الخدمة، و يمكن عن طريقها الوفاء باحتياجات معينة".

كما يعرفها أرماند فيجنوم بأنها " الرضا التام للعميل"²

أما وفقاً لعائلة المواصفات ISO 9000 فالجودة " هي عبارة عن مقياس لمدى تلبية حاجات الزبائن، و متطلباتهم المعلنة و الضمنية"³.

الجودة هي المطابقة لمواصفات ومعايير مخططات تضعها المؤسسة فيكون المنتج ذو جودة إذا كان يمثل لهذه المجموعة من القواعد والمواصفات الفنية⁴.

الجودة تعني إنتاج المؤسسة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عالي من الجودة المتميزة، يكون قادرا من خلالها على الوفاء باحتياجات ورغبات زبائنها، بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم، وتحقيق الرضا والسعادة لديهم ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا لإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة وإيجاد صفة التميز فيها.⁵

تعرف جودة السلعة أو الخدمة بأنها مجموعة الجوانب والخصائص المحددة من طرف الزبون، والتي تشبع حاجاته مقابل سعر معطى⁶.

نستنتج من التعاريف السابقة للجودة حسب المفاهيم الإدارية الحديثة هي : معيار أو مجموعة متطلبات، تتطلب جهدا متواصلا من أجل التطوير و التحسين المستمر في الأداء لتحقيق رغبات العملاء و توقعاتهم، فهي معيار لقياس درجة أداء الأعمال في الوقت المحدد، و بالكيفية التي تتلاءم و تتفق مع احتياجات و رغبات العميل و توقعاته، و مدى رضاه عن طريقة أداء الأعمال، و تقديم الخدمات و المنتجات.

2/ أبعاد الجودة:

أ/ بالنسبة للسلع:

توجد ثمانية أبعاد أساسية للجودة حسب الكاتب ديفيد جارفين David A.Garvin وهي⁷ :

- **الأداء (قدرة السلعة على الأداء):** و هو يعبر عن الخصائص و السمات التشغيلية الأولية للمنتج. فمثلا بالنسبة للسيارة تتمثل هذه الخصائص في السرعة، الراحة، استهلاك الوقود... الخ.
- **السمات و الملامح المميزة للمنتج:** و يقصد بها الخصائص الثانوية للمنتج و التي تدعم الوظيفة الأساسية له. و مثال ذلك تقديم مشروب مجاني على رحلة طائرة وعادة يكون من الصعب وضع خطوط فاصلة بين الخصائص الأساسية للمنتج (الأداء) و الخصائص الثانوية له (السمات و الملامح).

- **الاعتمادية:** و يقصد بها مجموعة المواصفات التي تحدد فترة استمرار و صلاحية أداء المنتج لوظائفه دون حدوث فشل أو أعطال. و من مقاييس الاعتمادية الشائعة: متوسط الوقت بين الأعطال، أو معدل حدوث الأعطال خلال فترة زمنية محددة.
- **التطابق:** و يعبر هذا البعد على درجة تطابق و توافق تصميم المنتج و أدائه مع المواصفات المحددة مسبقا.
- **قوة التحمل (المتانة):** و هي مقياس لعمر المنتج، و يمكن تعريفها بأنها كمية الاستفادة من المنتج قبل تدهور أدائه.
- **إمكانية الخدمة:** و هذا البعد خاص بسرعة و كفاءة و مدى توافر خدمات الإصلاح والصيانة للمنتج. و يقاس هذا البعد بمتوسط وقت الإصلاح، و عدد مرات الإصلاح قبل القضاء على مشكلة واحدة.
- **النواحي الجمالية و الذوقية:** و هو بعد شخصي مطلق للجودة، و لا علاقة له بالوظيفة أو الأداء أو قوة التحمل، و لكنه يهتم بالمظهر و الشكل العام و بتشكيلة الألوان و الكماليات التي يحتويها المنتج. و هي تخضع خضوعا كاملا للحكم الشخصي للمستهلك و رغباته.
- **الجودة المدركة (المتصورة):** و يعبر هذا البعد عن إحساس المستهلك بالمنتج و في هذه الحالة لا يكون الحكم على المنتج من خلال خصائصه الموضوعية و لكن من خلال صورة المستهلك عن هذا المنتج أو سمعته أو حملات الدعاية و الإعلان، و هي مقاييس شخصية بحتة.

ب/ بالنسبة للخدمة:

تختلف عن تلك التي تخص السلع المصنعة لأن جودة الخدمة ترتبط بشكل مباشر بالوقت و التفاعل ما بين الموظفين و المستهلك.

- **الوقت:** كم سينتظر المستهلك من أجل الحصول على الخدمة، و هل انتهت الخدمة في الوقت المحدد؟

- **الاكتمال:** هل يتوفر للمستهلك ما يطلبه؟ و هل يكتمل طلب الشراء من دليل

المؤسسة بمجرد إرساله؟

- **كيف يعامل الموظفون المستهلك:** مثلا هل موظفو الرد عل الهاتف لطفاء و

أصواتهم حسنة؟

- **الانسجام:** هل يتوفر نفس المستوى من الخدمة للمستهلك في كل مرة؟

- **مدى سهولة الحصول على الخدمة:** مثلا هل يجيب ممثل الخدمة بسرعة عند

عند الاتصال به.

- **الدقة:** هل يتم إنجاز الخدمة بشكل صحيح في كل مرة؟ مثلا هل يتم تعديل كشف

الحساب الذي يتعامل معه العميل كل شهر؟

- **الإستجابة:** كيف تتعامل المؤسسة مع الأوضاع غير العادية التي تحدث مرارا في

تقديم الشركة للخدمة؟

ثانيا: أنواع المواصفات القياسية:

1/ تعريف المواصفة:

تعتبر المواصفة بمثابة معيار للتفاهم ولغة مشتركة يتم الاحتكام إليها، فهي تلعب دور المترجم أي أنها تترجم الحاجات المختلفة إلى أوصاف أو إرشادات وغيرها، مفادها التحسين والتطوير.

المواصفة هي وثيقة مدونة تحتوي على وصف دقيق للمادة أو السلعة سواء كانت أولية أو وسطية أو منتج نهائي لتكون صالحة للاستعمال، أو الاستخدام لتلبي الأغراض التي وضعت من أجلها⁸. وعرفها المعهد الجزائري للتقييس " بأنها خاصية تقنية أو أي وثائق متاحة للجمهور، والمنجزة بالتعاون والتشاور والاتفاق العام لكل الأطراف المعنية بالأمر ".

و عرفت أيضا "بأنها وثيقة غير إلزامية توافق عليها هيئة تقييس، معترف بها تقدم من أجل الاستخدام العام المتكرر، القواعد والإشارات، أو الخصائص المتضمنة الشروط في مجال التغليف والسمات المميزة، أو اللصقات لمنتوج أو عملية أو طريقة إنتاج معينة.⁹

2/ أنواع المواصفات:

هناك العديد من المواصفات نذكر أهمها:

1.2- مواصفات المصطلحات و التعاريف: يكتسي هذا النوع أهمية كبرى في التقييس، فهي تعتبر وسيلة للاتصال والتفاهم حيث أنها توحد اللغة المستخدمة بين الجهات ذات العلاقة، ويتم فيها تعريف المصطلحات المستخدمة في الوثائق القانونية والفنية بشكل واضح ودقيق كونها تلعب دورا هاما في إزالة أي التباس أو عدم وضوح ، وتسهل عملية الوصول إلى اتفاق حول الموضوع المطروح.

2.2- المواصفات الأساسية: تشكل الأساس للعديد من الحقول التقييسية والمنتجات مثل مواصفة الوحدات الدولية الصادرة عن الإيزو والتي تستخدم في الحقول الهندسية والطبية وغيرها.

3.2- مواصفات الأبعاد والقياسات: تهتم بتحديد الأبعاد والقياسات لقطع وأدوات معينة تستخدم في الصناعة لتكون في شكل موحد في جميع أنحاء العالم وكلغة مشتركة بين المصممين والمنتجين .¹⁰

4.2- مواصفات قياسية لطرق الاختبار: وتختص بطرق الاختبار، وأحيانا تلحق بها اشتراطات أخرى تتعلق بطرق الاختبار مثل أخذ العينات واستخدام الطرق الإحصائية وتسلسل الاختبارات.

5.2- مواصفة المنتج : وتحدد المتطلبات التي يتعين على منتج أو مجموعة من المنتجات الوفاء بها لإثبات ملائمتها للغرض.

6.2- مواصفات خاصة بعملية الإنتاج: وتحدد المواصفات الواجب توافرها في عملية الإنتاج لتحقيق ملائمتها للغرض .

7.2- مواصفة الخدمة: تحدد المتطلبات المطلوب توافرها في الخدمة لتحقيق ملائمتها للغرض .

بالإضافة إلى ما سبق هناك مواصفة موجهة للتداول العام والتي منها:

أ- **المواصفة الدولية:** وهي مواصفات معتمدة من طرف منظمة دولية تطرحها للتداول العام.

ب- **المواصفة الإقليمية:** وتكون معتمدة من طرف هيئة تقييس إقليمية.

ج- **المواصفة الوطنية:** مواصفة تعتمدها جهة تقييس وطنية تطرحها للتداول العام.

د- **المواصفة المحلية:** يتم اعتمادها على مستوى قطاع محلي داخل دولة ما.

هـ- **مواصفات أخرى:** ويمكن اعتماد مواصفات على أسس أخرى، كالمواصفات الخاصة بالفروع والمؤسسات، وقد يكون لهذه المواصفات تأثير جغرافي يغطي دولا عديدة.¹¹

3/ نشأة الإيزو و التعريف بمواصفاته:

إن مصطلح الإيزو مشتق من الحروف الأولى لاسم المنظمة الدولية للتقييس (ISO)¹². و هي منظمة دولية تهتم بإصدار و تعديل المواصفات، و توحيدها على المستوى الدولي لتسهيل تبادل السلع و الخدمات، بما يضمن حق كل من المنتج و المستهلك¹³. كما يرجع البعض الآخر أصل المصطلح إلى الكلمة اليونانية (إيزوس) و التي تعني تعادل، و لذا فالمقصود بكلمة إيزو هو وجود مواصفات قياسية متجانسة لعملية معينة قادرة على إنتاج وحدات متماثلة¹⁴.

يوجد المركز الرئيسي للمنظمة في جنيف بسويسرا و يتكون هيكلها التنظيمي من 176 لجنة فنية رئيسية تتبعها 630 لجنة فرعية، 1827 مجموعة عمل + 18 فريق للبحث و الدراسة.

هذا الهيكل التنظيمي يمثل وجهات نظر: المنتجين، الموردين، العملاء، المهن الهندسية، معامل الاختبار و الخدمات العامة، الحكومات، جماعات حماية المستهلكين، الهيئات البحثية في كل الدول الأعضاء¹⁵.

تنقسم سلسلة الإيزو إلى ثلاث مستويات أساسية و مستويين للإرشادات العامة، و فيما يلي شرح لكل قسم¹⁶:

ISO 9001: وهي المواصفة الخاصة بالشركات التي تطبق نظام الجودة في مجالات التصميم، التطوير، الإنتاج، الفحص، الإختبار، التركيب و الخدمة.

ISO 9002: و هي المواصفة الخاصة بالشركات التي تطبق نظام الجودة في المجالات أعلاه ما عدا التصميم و التطوير أي الإنتاج، الفحص، الإختبار، و التركيب فقط.

ISO 9003: تغطي عمليات الفحص النهائي و الإختبار فقط (لا تطبق إلا في الحالات التي يمكن فيها التأكد من الجودة فقط من خلال الفحص النهائي و الإختبار).

أما فيما يخص المواصفات القياسية الإرشادية ISO 9004 فهي ترشد إلى محتوى النظام فيما وراء المواصفات من 9001-9003.

نظام إدارة سلامة الغذاء Iso 22000:2005 :

هي مواصفة قياسية دولية صادرة من منظمة إيزو العالمية بالتنسيق مع هيئة دستور الأغذية الدولية كودكس Codex في سبتمبر 2005، بهدف تطبيق نظم رقابية على المنشآت الغذائية¹⁷.

فوائد الحصول على شهادة Iso22000:2005

- يوفر رقابة أكثر كفاءة وديناميكية لمخاطر سلامة الأغذية.
- يحقق الفائدة القصوى من الموارد.
- يساعد على التخطيط بصورة أفضل والحد من أعمال التحقق والفحص بعد الانتهاء من تنفيذ العمليات.
- يسد الفجوة بين مواصفة Iso 9001:2000 ونظام تحليل المخاطر و نقاط الضبط الحرجة Haccp (Hazard Analysis Critical Control Points) من حيث مراحل التوثيق والتطبيق.
- اكتساب تقدير و اعتراف الجهات العالمية مما يفتح أسواق أمام التصدير.

دور الجهة المانحة للشهادة في تأهيل الشركات للحصول على الشهادة: يتمثل دور الجهة المانحة في التأكيد على أن نظام إدارة سلامة الغذاء الذي يغطي ناحية محددة من الأنشطة قد تم تقييمه ووجد أنه يتوافق مع متطلبات المواصفة القياسية. Iso 22000:2005 .

4/ ميزات تطبيق أنظمة الجودة الإيزو بالنسبة للمستهلك:

- حصول المستهلكين على مستوى الجودة الذي يريدونه بشكل دائم، و زيادة ثقتهم بمنتجات المؤسسة.

- وسيلة للإختيار بين المؤسسات المتنافسة عند دراسة العروض.

- إن نظام الإيزو يجعل المنظمة متفتحة أكثر على المستهلكين و هذا ما يتيح لهم تقديم طلباتهم و المواصفات التي يرغبونها في المنتجات.

ثالثا: واقع التقييس وحماية المستهلك في الجزائر:

تعتبر الجزائر عضوا في منظمة ايزو منذ سنة 1976، كما قامت بالمصادقة على المواصفة القياسية ايزو 26000، و تعد الجزائر من بين البلدان الأوائل بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا التي تبنت المعيار الدولي الجديد للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات و ذلك من خلال وضع برنامج وطني للمرافقة في إطار مبادرة اقليمية اطلق عليها اسم (أ.آس مينا) (المسؤولية الاجتماعية لمنطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا) و تمتد من 2012 الى 2014 و تشمل هذه المبادرة الاقليمية ثمانية بلدان هي: الجزائر والمغرب و تونس ومصر و الاردن و سوريا و لبنان و العراق، و تشرف عليها المنظمة الدولية للتقييس بالتعاون مع الوكالة السويدية للتنمية الدولية، و ستستفيد 114 مؤسسة جزائرية من تكوين و مرافقة في مجال التقييس في إطار هذا البرنامج.

"في المرحلة الأولى من برنامج المسؤولية المجتمعية (أ.آس مينا) التي تم الشروع فيها في شهر ماي 2011 واستكملت في ديسمبر، استفاد منها كل من المركز التقني لمواد البناء (بومرداس) ووحدات التصبير الجديدة للجزائر (روبية).

و بناء على نفس البرنامج الوطني قام المعهد الوطني للتقييس في سنة 2012 باختيار أربع مؤسسات وطنية للاستفادة من البرنامج الإقليمي للمرافقة لمدة ثلاث سنوات من أجل مطابقة المقاييس التي تملئها المنظمة الدولية للتقييس (إيزو 26000)، وذلك من ضمن 15 مؤسسة ترشحت من القطاعين، ويتعلق الأمر بكل من فرع تابع لسوناطراك، مؤسسة اتصالات الجزائر، سيفيتال بجاية ومجمع كوندور(ثلاث شركات صناعية و شركة ناشطة في قطاع الخدمات).

1/ التقييس في الجزائر:

الجزائر وكغيرها من دول العالم لديها مؤسسات وإدارات وتنظيمات مسؤولة عن التقييس (انجاز المقاييس)، وجاء المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره¹⁸ على ذكر هذه الهيئات في المادة 02 منه كالتالي:

أ/ المجلس الوطني للتقييس.

يتكلف هذا المجلس بمهمة التنسيق والقيام بالتوجيهات، فبيما يخص التوجيهات فإنه يقوم بتعريف العناصر المتعلقة بالسياسة الوطنية للمقاييس والتصديق وتحديد الاتجاهات الخاصة بالتعاون مع المنظمات الجهوية أو الدولية.

أما فيما يخص التنسيق فيقوم بالإطلاع وتقييم برامج المقاييس المسطرة والسهر على تلاءم برامج المقاييس إلى جانب التقييم الدوري لتطبيق المقاييس المعتمدة و إصدار النصائح اللازمة¹⁹.

ب/ المعهد الجزائري للتقييس (IANOR).

والذي أنشئ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 98-69 الموافق لـ 98/02/21 و من بين مهامه:

- إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات.

- إنجاز الدراسات والبحوث وإجراء التحقيقات العمومية.

- تحديد الاحتياجات الوطنية في مجال التقييس.
- السهر على تنفيذ البرنامج الوطني للتقييس.
- ضمان توزيع المعلومات المتعلقة بالتقييس.
- تمثيل الجزائر في الهيئات الدولية والجهوية للتقييس و التي تكون الجزائر طرف فيها.

ج/ اللجان الوطنية التقنية.

تقوم اللجان الوطنية كل حسب اختصاصها بإعداد مشاريع برامج التقييس و إعداد مشاريع المواصفات وتبليغها إلى المعهد الجزائري للتقييس وتشكل هذه اللجان من ممثلي المؤسسات والهيئات العمومية والمتعاملين الاقتصاديين وجمعيات حماية المستهلك والبيئة وكل الأطراف الأخرى المعنية.

د/ الهيئات ذات النشاطات التقييسية.

تقوم هذه الهيئات بإعداد المواصفات القطاعية (الخاصة بكل قطاع) وتقديمها إلى المجلس الوطني للتقييس²⁰.

2/ الجائزة الجزائرية للجودة:

بناء على المرسوم التنفيذي رقم 02 – 05 المؤرخ في 06 جانفي 2002 و القرار الوزاري المؤرخ في 03 أبريل 2002 تعلن وزارة الصناعة و المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار عن المسابقة الوطنية لمنح الجائزة الجزائرية للجودة قصد مكافأة مجهودات المؤسسات و الهيئات على النتائج المتحصل عليها في مجال تحسين و تطوير الجودة. تتكون الجائزة الجزائرية للجودة من:

- مكافأة مالية قدره مليوني دينار جزائري (2000000.00 دينار جزائري).
- كأس استحقاق.
- شهادة شرفية.

و يمكن الاطلاع على دفتر الشروط من خلال موقع الأنترننت: www.mipmepi.gov.dz

وفي هذا الإطار فقد سلمت ثلاث شركات وطنية، الجوائز الخاصة بالجودة والإبداع، في إطار الطبعة العاشرة للجائزة الجزائرية للجودة لسنة 2012، من بين 25 مترشحا تم قبولهم من طرف لجنة التحكيم التي يرأسها الرئيس المدير العام لصيدال، السيد درقاوي. ومنحت الجائزة الأولى، من طرف وزير الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، للمؤسسة الجديدة للخزف الصحي بالجزوات، متبوعة بجائزة الإبداع الخاص لشركة الدراسات التقنية لسطيف التابعة لمجمع الإسمنت. أما الجائزة التشجيعية، فعادت لكل من مؤسسة "صيانة الشرق" و"ميديتيرانيان فلوت فلاس" التي يمتلكها رجل الأعمال يسعد ربراب. في نفس الإطار، أوصى الوزير جميع ممثلي الشركات الحاضرة في الملتقى الذي انتهت فعالياته بفندق الأوراسي، حول التقييس في خدمة التطور الصناعي، بالاعتماد على النوعية والجودة في الإنتاج لمواجهة المنافسة التي فرضت عليهم بعد فتح السوق الداخلي، مشيرا إلى أن المؤسسات يجب أن تأخذ بعين الاعتبار جانب تكوين الموارد البشرية للترويج الجيد لمنتجاتها²¹.

3/ العلامة التجارية و الجودة في الجزائر:

تولي الجزائر اهتماما كبيرا لحماية المستهلك خاصة في السنوات الأخيرة حيث تم اعتماد العديد من جمعيات حماية المستهلكين، لكن يبقى أداء هذه الجمعيات ضعيفا و تأثيرها أضعف لكون السوق غير منظم و عدم وضوح دور هذه الجمعيات، فحتى و إن ضغطت على الدولة بإدخال قوانين حول مكونات المنتوجات و الأنماط التي يجب أن تكون في إنتاج بعض السلع إلا أن التطبيق و المراقبة يبقى إشكالا قائما خاصة بالنسبة للمنتجات القادمة من وراء البحار و التي في غالب الأحيان تحمل علامات تجارية مزيفة.

في كثير من الأحيان ترتبط العلامة بمستوى معين من الجودة مما يجعل تلك العلامة عرضة للتزييف و لذلك يصبح المستهلك ضحية هذا الغش و التزييف لأن التزييف لا يمس إلا العلامات المعروفة فالعلامة من المفروض أنها توفر للمستهلك الحماية خاصة من ناحية²²:

- سهولة التعرف على السلعة في السوق و بالتالي إن المستهلك يعرف ما يشتري.
- شراء المنتج حسب المواصفات المنصوص عليها من قبل صاحب العلامة.
- يمكن للمستهلك في حالة عدم الإشباع الإتصال بالمنتج من خلال مصلحة المستهلكين.

و بالنسبة لتزييف العلامات يمكن أن يأخذ عدة أشكال منها:

- استخدام العلامة التجارية نفسها من دون ترخيص من الجهة المختصة و المنتج هنا يكون مماثلا للمنتج الأصلي و لا يمكن للمستهلك تمييز ذلك.
- استعمال العلامة التجارية مع اختلاف كبير في خصائص المنتج الأصلي صاحب العلامة الحقيقية.
- تحريف أو إدخال تعديل طفيف على العلامة الأصلية بتغيير أحد حروفها مثلا.

ومن الأسباب المشجعة على تزييف العلامات التجارية في الجزائر نجد:

- انخفاض القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري و تفضيله للسلع رخيصة الثمن.
- انحراف جمعيات حماية المستهلك عن هدفها الرئيسي و المتمثل في الحماية و اتجاهها نحو مجالات أخرى لا تمت بصلة للغرض الذي أنشئت من أجله.
- عدم وجود جهات معينة يلجأ إليها المستهلك لتأخذ بانشغالاته في مجال الغش التجاري بغض النظر عن القضاء الذي يتطلب مجهودات مادية تكون في كثير من الأحيان أضعاف قيمة السلعة المشتراة.
- كثرة السوق الموازية مما يجعل المستهلك في كثير من الأحيان لا يعرف مصدر السلعة و الجهة التي تضمن المواصفات المطلوبة فيها.
- عدم تداول الفاتورة كدليل شراء يحرم المستهلك من الكثير من حقوقه.

غزت ظاهرة البضائع المقلدة والرديئة الأسواق الجزائرية بكل ما تحمله من سلبيات تنعكس على المستهلك والتاجر المستورد على حد سواء، لتشكل خطرا متزايدا على صحة المواطن، فلم تعد تقتصر على تقليد الأدوات المنزلية بل امتدت إلى الأدوية، العوازل الطبية

واختبارات الحمل ومستحضرات التجميل التي لا تراعي المعايير الصحية، فضلا عن تهديدها للاقتصاد الوطني بسبب التهرب الجبائي.

يحدث هذا في الوقت الذي لم تعد توجد فيه معايير تحكم السوق، وهو ما يطرح أكثر من سؤال عن هذه الفوضى وكيفية دخول هذه السلع وتحديد أسعارها، فبالرغم من أنّ الإجراءات المفروضة على مستوى الموانئ عند استيراد السلع من طرف الجهات المشرفة على عمليات المراقبة، والتي تطلب تزويدها بكل الفواتير والوثائق المتعلقة بالسلع المستوردة، إلا أنّ السلع المقلّدة لا تزال تغرق السوق الوطنية، حيث لا يستبعد دخولها بالتواطؤ مع بعض الأطراف لأنّ كل إجراءات الرقابة متوقّرة في الوقت الذي قامت فيه وزارة التجارة بمضاعفة عدد أعوان الرقابة على مستوى الموانئ والمطارات، وكل المناطق الحدودية للتصدي لهذه الظاهرة، إلى جانب أعوان الجمارك الذين ما فتؤوا يبذلون كل الجهود لمحاربة الغش الذي طال حتى المواد الصيدلانية، وذلك من خلال الاتصال بممثلي العلامات المستوردة بالجزائر قصد التأكد من السلعة المستوردة، خاصة وأنّ العديد من الدول سهّلت التقليد خاصة في آسيا وأمريكا اللاتينية، حيث تستغل أيادي عاملة بكلفة زهيدة وجبائية جذابة بالنسبة للشركات الدولية التي تحوّل كل شيء إلى تلك المناطق من العالم ممّا يعطي الفرصة إلى بعض الورشات للازدهار من خلال تصنيع منتجات بأقل كلفة وذات نوعية رديئة، تضع عليها ملصقات تحمل اسم الصناعيين الأصليين لتسويقها فيما بعد.

وتبقى السوق الوطنية في ظل كل هذه العوامل غير مستقرة، وتشكو من غياب الرقابة الصارمة في ظل غياب هيئات فعّالة لمراقبة النوعية. فرغم وجود الترسانة القانونية الثرية فإنّها غير مطبّقة بصرامة ممّا يفتح شهية منعدمي الضمير الذين يتاجرون في السلع المغشوشة للوصول إلى تحقيق هدفهم الوحيد وهو الربح دون مراعاة الجانب الأخلاقي، حيث تزداد الظاهرة سنويا بحوالي ٢٠ بالمائة لتتشكّل ضررا يفوق ٥٠٠ مليار دولار على الأسواق العالمية لكنّها في مستوى أعلى في الجزائر بـ ٤٠ بالمائة²³.

حجزت مصالح الجمارك أكثر من 700 ألف منتج مقلد في 2011 بارتفاع قدره 84 % مقارنة بسنة (379.774) 2010، حسب المديرية العامة للجمارك الجزائرية .

وأوضحت المديرية في حصيلة لها أنها قامت ب 166 عملية تدخل أسفرت عن ضبط 700.841 منتج مقلد من شأنه إلحاق الضرر بصحة و أمن المستهلك.

ورغم ارتفاع معتبر للمحجوزات خلال سنة 2011 مقارنة بسنة 2010 إلا أن هذا المستوى يعتبر أقل مقارنة بسنة 2007 (2.278.341 منتج) وسنة 2008 (1.668.457) و سنة 2009 (1.594.152) و هو ما يؤكد المنحى التنازلي خلال الخمس السنوات الأخيرة.

وحسب المديرية فإن هذا الانخفاض في كمية المنتوجات المقلدة المحجوزة لا يعكس تراجع دخول هذه المنتوجات الى الجزائر بقدر ما يظهر ضعف في التعاون بين اصحاب العلامات مع مصالح الجمارك و التي تساهم في إعاقة جهود هذه الأخيرة.

وأوضحت الحصيلة أن " تقاعس العديد من أصحاب العلامات التجارية للتعريف بها بغرض الاستفادة من حقوقهم في الحماية أو متابعة الأشخاص المقلدين المفترضين قضائيا يعرقل المجهودات المبذولة من طرف مصالح الجمارك لمنع دخول المنتوجات المقلدة الى السوق الجزائرية."

وأوضح حينها أنه تم التوصل إلى هذه الأرقام من خلال احتساب نسبة السلع المحجوزة مقارنة بالحجم الاجمالي للسلع المستوردة سنويا و الموجهة للبيع. وبصفة اجمالية تتمثل اكثر من 4ر57 بالمئة من المنتوجات المقلدة التي تم حجزها خلال سنة 2011 من طرف

مصالح الجمارك في منتوجات مواد التجميل لاسيما معجون الأسنان و غسل الشعر و شفرات الحلاقة.

كما اوضحت الحصيلة ان المنتجات الرياضية (البسة و احذية) تمثل 22ر36 بالمئة من مجموع المنتوجات المقلدة المحجوزة فيما قدر حجم منتجات الخردوات ب 56ر5 بالمائة و 81ر0 بالمائة بالنسبة لمنتجات الغذائية و منتجات قطع غيار السيارات.

وحسب معطيات المديرية العامة للجمارك فان المنتوجات المقلدة المحجوزة تبقى الصين في المرتبة الأولى (44ر94 بالمئة) و تركيا (56ر3 بالمئة).

وأعربت مصالح الجمارك سنة 2012 عن رغبتها في الحصول على نظام "انترفاس بابليك ممبرز" و الذي سيسمح عن طريق تبادل المعلومات بينها (الجمارك) و بين ملاك العلامات لجعل التدخلات عبر الحدود لوقف آفة المنتوجات المقلدة أكثر فعالية²⁴.

خاتمة:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذه المداخلة حول موضوع حماية المستهلك من خلال الالتزام بالموصفات القياسية يمكننا القول بأنها كفيلة بضمان هذه الحماية و الحقوق في حال تفعيل تطبيقها و إلزام مختلف المتعاملين الاقتصاديين المنتجين محليا أو المستوردين بها، خاصة في ظل نظام المنافسة التام الذي فرضته ظاهرة العولمة و انفتاح الأسواق العالمية، هذا لا ينجح إلا بتكامل أدوار كل من المتطلبات الاقتصادية و القانونية و مساهمة الجمعيات المختلفة و زيادة الوعي و التحسيس بحقوق المستهلك و الأخطار المختلفة التي تعترضه في حال استمرار الأسواق غير المنظمة و السلع المقلدة و المغشوشة.

إن المؤشر الرئيسي لنجاح هذه الأدوار هو السوق المحلية نفسها التي تعد مرآة حقيقية للاقتصاد الوطني لذا فإنه لا بد من إعادة النظر في كيفية تسيير و عمل مختلف الهيئات ذات

العلاقة المباشرة بحماية المستهلك، بزيادة الوسائل و الإمكانيات المادية والبشرية، بالإضافة إلى مساهمة المستهلك نفسه بالسلوك العقلاني و الرشيد لضمان صحته و سلامته.

الهوامش و المراجع:

- ¹ جمال طاهر أبو الفتوح حجازي، " إدارة الإنتاج و العمليات: مدخل إدارة الجودة الشاملة" ، القاهرة،مكتب القاهرة للطباعة و التصوير، 2002 ، ص292.
- ² Page web : Hamed abd elah assakaf, [WWW. TKNE.Net](http://WWW.TKNE.Net),
- ³ مأمون السلطي و سهيلا الياس، " دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة: الايزو 9000" دمشق: دار الفكر، 1999، ص12.
- ⁴ J- C TARONDEAU : MARKETING , STRATÉGIE INDUSTRIELLE , ED VUIBERT,PARIS, 1998, P236
- ⁵ عمر وصفي عقيلي: المنهجية الكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر عمان، ط 1 ، 2001، ص 17.
- ⁶ Guy Landoyer, « **la certification ISO 9000** », édition d'organisation ,3^{ème} édition, PARIS,2000, P 56
- ⁷ جمال طاهر أبو الفتوح حجازي، مرجع سابق، ص ص 283 - 285.
- ⁸ حميد عبد النبي الطائي وآخرون ، إدارة الجودة الشاملة ، مرجع سبق ذكره، ص 114 .
- ⁹ القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 **المتعلق بالتقييس**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية: رقم 41 سنة 2004 ، ص 15.
- ¹⁰ [http:// www. Msm. Gov.jo/arabic/standardization](http://www.Msm.Gov.jo/arabic/standardization)
- ¹¹ الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس ، **التقييس والنشاطات ذات الصلة ، المصطلحات العامة** (http://: www.saso.org.sa/standards/program/twg/twgsources/chi.doc)
- ¹² International organization of standardization.
- ¹³ قاسم نايف علوان، مرجع سابق، ص 190، بتصرف.
- ¹⁴ أديجي باديرو، ترجمة فواد هلال، " الدليل الصناعي إلى الايزو 9000"، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، 1999، ص 33.
- ¹⁵ فرانسيس ماهوني، كارل جي ثور، " ثلاثية إدارة الجودة الشاملة"، ترجمة عبد الحكم أحمد الخزامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية 2000، ص 75.
- ¹⁶ Guy Landoyer, « **la certification ISO 9000, un moteur pour la qualité** », édition d'organisation, 2000, P 57.
- ¹⁷ Site web : http://www.ibtesama.com/vb/showthread-t_10032.html.
- ¹⁸ المرسوم التنفيذي رقم 464/05 المؤرخ في 04 ذي القعدة 1426 الموافق لـ 2005/12/06 **المتعلق بتنظيم التقييس وتسييره**، المرجع السابق، ص 03

¹⁹ أمينة أمال بن شهيدة، تنسيق المواصفات القياسية، ([http:// www.aoad.org/stand/papersp/algeria.html](http://www.aoad.org/stand/papersp/algeria.html))

²⁰ المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 04 ذي القعدة 1426 الموافق لـ 06/12/2005 المتعلق بتنظيم التقييس وتسييره ، مرجع سبق ذكره، ص 05 .

²¹ <http://www.elkhabar.com/ar/economie/315041.html>

²² عمر لعلاوي: "دور و أهمية الجودة و التقييس في حماية المستهلك"، (في): الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية و الإدارية، المركز الجامعي بالوادي، 13 و 14 أبريل 2008، ص 153 .

²³ http://www.ech-chaab.net/old/index.php?option=com_content&task=view&id=16885

²⁴ <http://www.elmanaranews.com/eco/552-%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%>