

مقاطعة المنتجات

بين النظرية والتطبيق

الأستاذ الدكتور

محمد إبراهيم عبيدات

رئيس الجمعية الوطنية لحماية المستهلك
رئيس الاتحاد العربي للمستهلك



مقاطعة المنتجات

(بين النظرية والتطبيق)

الأستاذ الدكتور

محمد إبراهيم سلطان عبيدات

رئيس الجمعية الوطنية لحماية المستهلك

رئيس الاتحاد العربي للمستهلك



الطبعة الأولى

2021

رقم الايداع لدى دائرة المكتبة الوطنية : (2020 / 6 / 1742)

عبيدات، محمد ابراهيم

مقاطعة المنتجات بين النظرية والتطبيق / محمد ابراهيم عبيدات. - عمان: دار وائل للنشر والتوزيع ، 2020 .

(215 ص)

ر.إ. : (2020 / 6 / 1742)

الواصفات: / توعية المستهلك // حماية المستهلك // المستهلكون /

* يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

رقم التصنيف العشري / ديوي : 658.8342
(ردمك) ISBN 978-9957-91-734-0

* مقاطعة المنتجات بين النظرية والتطبيق
* الأستاذ الدكتور محمد ابراهيم عبيدات
* الطبعة الأولى 2021
* جميع الحقوق محفوظة للناسر



دار وائل للنشر والتوزيع

دار وائل للنشر عمان - الأردن - الجبيهة - شارع الجمعية العلمية الملكية
مقابل الباب الشمالي للجامعة الأردنية

E-Mail : darwael@yahoo.com - sales.darwael@gmail.com

TEL +962 6 533583 7

FAX: +962 6 5331661

جميع الحقوق محفوظة، لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله أو إستنساخه أو ترجمته بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من الناسر.

All rights reserved. No Part of this book may be reproduced, or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without the prior permission in writing of the publisher.

الفهرس

الموضوع	الصفحة
المقدمة	7
الفصل الأول	
"الإطار النظري للمقاطعة: المعنى والأشكال والأهداف والخطوات والأطراف المنظمة والجهات المستهدفة"	26-9
- المقدمة	11
- طبيعة المقاطعة ومعناها	11
- التأصيل الشرعي والأخلاقي للمقاطعة	11
- أنواع المقاطعة	12
- الأنواع الأخرى للمقاطعة	14
- الضوابط الشرعية للمقاطعة الاقتصادية	16
- خطوات المقاطعة	16
- التطور التاريخي لمفهوم المقاطعة	19
- أسباب المقاطعة	22
- حوافز المقاطعة	22
- الخلاصة	23
- المراجع	24
الفصل الثاني	
تجارب مقاطعة المنتجات في بلدان العالم	68-27
- تجارب المقاطعة في الإسلام	29

الموضوع	الصفحة
- تجارب المقاطعة في الغرب	37
- تجارب المقاطعة في بعض بلدان آسيا	39
- تجارب المقاطعة في بعض بلدان أمريكا اللاتينية	42
- تجارب المقاطعة في العالم العربي	43
- تجارب المقاطعة في الولايات المتحدة الأمريكية	56
- تجربة المقاطعة في جنوب أفريقيا	64
- المراجع	65
الفصل الثالث	
حملات المقاطعة في الأردن 1995 – 2018	
تمهيد	69-160
- الحملة الأولى: حملة مقاطعة شراء البن عام 1995-2010	71
- الحملة الثانية: لمقاطعة شراء واستهلاك البن عام 2010	72
- الحملة الثالثة: حملة مقاطعة شراء وتصنيع الألبان منزلياً عام 2007 .	75
- الحملة الرابعة: حملة مقاطعة شراء واستهلاك اللحوم الحمراء، 2009.	86
- الحملة الخامسة: حملة مقاطعة شراء واستهلاك البطاطا، عام 2017 ..	122
- الحملة السادسة: حملة مقاطعة شراء واستهلاك الدواجن 2017/2018	133
- الحملة السابعة: حملة حماية المستهلك بدعوة المواطنين المستهلكين للامتناع عن شراء بيض المائدة 2017-2018	142
- الخلاصة والاستنتاجات	153
ملحق خاص لبعض التغطيات الاعلامية لحملات المقاطعة التي قامت بها	157
	161

المقدمة

يتركز عمل حماية المستهلك كما هو معروف على ممارسة كافة الأنشطة والفعاليات ذات العلاقة بحقوق المستهلك التي صادقت عليها الأمم المتحدة عام 1985، ذلك أنه من الأمور الحيوية التي تعاني منها مؤسسات وجمعيات واتحادات حماية المستهلك تلك التي ترتبط بمواجهة فقدان أو عدم توفر المنتجات (السلع والخدمات) أو ارتفاع أسعارها بشكل لا يمكن تحمله من قبل المستهلكين المستهدفين بالإضافة إلى تدني أو انخفاض نوعياتها أو جودتها وغيرها من الأمور نتيجة الاحتكار والغش والتدليس وغياب المواصفات لها مع غياب الأجهزة الرقابية.

وبناء على ما تقدم، تعتبر عملية مواجهة كافة الأسباب التي تم الإشارة إليها أعلاه، الشغل الشاغل لكافة المهتمين بالشؤون الاقتصادية والاجتماعية خاصة منظمات المجتمع المدني وعلى رأسها جمعيات حماية المستهلك.

لذا فإن عملية مواجهة الأسباب المذكورة أعلاه كانت وما زالت المهمة الأساسية لجمعيات حماية المستهلك وغيرها من المنظمات المجتمعية وفي معظم بلدان العالم المتقدم والنامي سواء بسواء. وضمن هذا الإطار تتبنى جمعيات حماية المستهلك وباقي منظمات المجتمع المدني مجموعة من الاستراتيجيات الهادفة للتخفيف من الأعباء المالية وغيرها على المستهلكين أو المستخدمين للسلع والخدمات والتي يعتبر أهمها تصميم وتنفيذ حملات توعوية وإرشادية للمستهلكين والمستخدمين تدعوهم لمقاطعة شراء واستهلاك واستخدام السلع والخدمات للأسباب التي تم ذكرها آنفاً كل هذا يحدث بعد استنفاد أو عدم فاعلية الاستراتيجيات الأخرى الممكن اتباعها من

الجهات الداعية للمقاطعة (كالبحث عن البدائل وتخفيض المشتريات والاستهلاك والاستخدام من هذا المنتج أو ذاك).

بشكل عام، يعتبر هذا الكتيب والأول من نوعه محلياً وعربياً إضافة علمية نابعة من أرض الواقع المرير الذي عاشته وتعيشه الأغلبية الساحقة من المستهلكين أو المستخدمين للمنتجات نتيجة محاولات البعض من التجار وغيرهم لاستغلالهم بهذا الجانب أو ذاك. ذلك أن تدني نوعيات ما يطرح بالأسواق من سلع وخدمات من قبل بعض المحتكرين بالإضافة إلى وضع أسعار مرتفعة وظالمة هو الذي دعانا كحماية للمستهلك لتبني وتنفيذ استراتيجيات مدروسة ومبرمجة تدعو المستهلكين والمستخدمين لمقاطعة شراء أو استخدام بعض السلع والخدمات لفترة محددة بهدف تعديل أنماط أو ممارسات المحتكرين من التجار وإشباع سياسات بيعية وترويجية وتسعيرية أكثر قبولاً من المتلقين وبما لا يضر أو يؤذي المسوقين لتلك السلع أو الخدمات.