

Distr.: General  
8 July 2020  
Arabic  
Original: English

# مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية



مؤتمر الأمم المتحدة الثامن لاستعراض جميع جوانب مجموعة  
المبادئ والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف  
من أجل مكافحة الممارسات التجارية التقييدية

جنيف، 19-23 تشرين الأول/أكتوبر 2020

البند 6 من جدول الأعمال المؤقت

تنفيذ مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك ومجموعة المبادئ  
والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف من أجل مكافحة  
الممارسات التجارية التقييدية

## تنفيذ مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك

### مذكرة من أمانة الأونكتاد

موجز

تستعرض هذه المذكرة تنفيذ الدول الأعضاء والمنظمات ذات الصلة لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك منذ التنقيح الأخير للمبادئ التوجيهية في عام 2015. وهي تضع المبادئ التوجيهية في سياقها وتستكشف المسائل الناشئة في حماية المستهلك. وتستعرض المذكرة، على وجه الخصوص، التنفيذ الوطني والإقليمي والدولي للمبادئ التوجيهية في مجالات مختارة، مع تسليط الضوء على القضايا التي أضيفت خلال تنقيح عام 2015، أي مبادئ الممارسات التجارية الجيدة، والبرامج التثقيفية والإعلامية، والتجارة الإلكترونية، والخدمات المالية، والتدابير المتعلقة بمجالين محددتين (المياه والطاقة). وتتناول المذكرة تنفيذ برنامج عمل فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات حماية المستهلك للفترة 2016-2020، وتُختتم باقتراح مجالات للعمل المستقبلي والمسائل المطروحة للمناقشة.



الرجاء إعادة الاستعمال

GE.20-09118(A)



\* 2 0 0 9 1 1 8 \*

## أولاً - مقدمة

1- جددت الجمعية العامة التأكيد، في القرار الذي اعتمده في 22 كانون الأول/ديسمبر 2015 بشأن حماية المستهلك "أن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك تمثل مجموعة قيّمة من المبادئ التي تحدد الخصائص الرئيسية لفعالية تشريعات حماية المستهلك، ومؤسسات الإنفاذ ونظم جبر الضرر، وتتيح مساعدة الدول الأعضاء المهتمة على إعداد وإنفاذ القوانين والقواعد والأنظمة الوطنية والإقليمية الملائمة لظروفها الخاصة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وكذلك لتعزيز التعاون الدولي في مجال الإنفاذ فيما بين الدول الأعضاء وتشجيع تبادل الخبرات في مجال حماية المستهلكين"<sup>(1)</sup>. وطلت المبادئ التوجيهية، منذ اعتمادها لأول مرة عام 1985، الصك الوحيد المتفق عليه دولياً على الصعيد العالمي بشأن حماية المستهلك. وقد نفذتها الدول الأعضاء في الأونكتاد على نطاق واسع<sup>(2)</sup>.

2- واعتمدت الجمعية العامة، في قرارها، المبادئ التوجيهية المنقحة وطلبت إلى أمانة الأونكتاد أن تتبادل المعلومات بشأن التقدم المحرز والخبرات المكتسبة فيما يتعلق بتنفيذ القرار، وأن تستعرض تلك المعلومات، وأن تقدم تقريراً عن هذا الموضوع إلى الجمعية العامة بمناسبة مؤتمر الأمم المتحدة الثامن لاستعراض جميع جوانب مجموعة الأمم المتحدة للمبادئ والقواعد المنقحة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف لمكافحة الممارسات التجارية التقييدية، المقرر عقده في تموز/يوليه 2020. وفي هذا الصدد، طلبت الدورة الرابعة لفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقوانين وسياسات حماية المستهلك إلى أمانة الأونكتاد أن تقدم تقريراً عن تنفيذ المبادئ التوجيهية، ولا سيما عن الإطار القانوني والمؤسسي لحماية المستهلك وبرنامج العمل اللذين وضعهما فريق الخبراء الحكومي الدولي للفترة 2016-2020<sup>(3)</sup>.

3- وتقدم هذه المذكرة تقييماً لتنفيذ المبادئ التوجيهية منذ تنقيحها الأخير في عام 2015، وعمل فريق الخبراء الحكومي الدولي منذ إنشائه من خلال اعتماد القرار 186/70، استناداً إلى مذكرة الأمانة في عام 2013<sup>(4)</sup>، والمعلومات المستمدة من خريطة الأونكتاد العالمية لحماية المستهلك<sup>(5)</sup>، والبحوث التي أجرتها منظمات دولية أخرى وعلماء في هذا المجال، والردود على استبيان أجره الأونكتاد<sup>(6)</sup>. ويستكشف الفصل الثاني تطور المبادئ التوجيهية منذ اعتمادها الأولي عام 1985، باعتبارها معياراً للحكومات وأصحاب المصلحة الآخرين في التعامل مع مسائل حماية المستهلك، وحتى التنقيح الأول عام 1999، الذي يعرض مسألة الاستهلاك المستدام، والتنقيح الأخير عام 2015. ويستعرض الفصل الثالث تنفيذ المبادئ التوجيهية. ويركز الفصل الرابع على بعض المسائل الناشئة المختارة التي تشملها المبادئ التوجيهية، وهي مبادئ الممارسات التجارية الجيدة، والبرامج التثقيفية والإعلامية، والتجارة الإلكترونية، والخدمات المالية، والتدابير المتعلقة بمجالين محددين (المياه والطاقة). ويبين الفصل الخامس بالتفصيل تنفيذ برنامج عمل فريق الخبراء الحكومي الدولي منذ دورته الأولى في عام 2016. وينتهي الفصل السادس باقتراح عن مجالات عمل جديدة لفريق الخبراء الحكومي الدولي حتى مؤتمر الأمم المتحدة التاسع لاستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد، المقرر عقده عام 2025، ويطرح بعض المسائل المطروحة للمناقشة.

(1) A/RES/70/186.

(2) TD/B/C.I/CLP/23.

(3) TD/B/C.I/CPLP/20.

(4) TD/B/C.I/CLP/23.

(5) انظر <https://unctadwcpm.org/map.html> and <https://unctadwcpm.org/answers.html>

ملاحظة: جميع المواقع الشبكية المشار إليها في الحواشي تمت زيارتها في نيسان/أبريل 2020.

(6) شملت الدول المحيية الأرجنتين، وإسبانيا، وإكوادور، وألمانيا، وأوروغواي، والبرازيل، وبلغاريا، وبيرو، وجمهورية كوريا، والسلفادور، وسويسرا، وشيلي، وغواتيمالا، وعمان، وكوستاريكا، وكولومبيا، ولاتفيا، وماكاو (الصين)، والمكسيك، ونيكاراغوا، وهندوراس، واليابان.

## ثانياً- تطور مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك

4- اعتمدت الجمعية العامة لأول مرة مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك في 16 نيسان/أبريل 1985 بوصفها مجموعة غير ملزمة من التوصيات الموجهة إلى الدول الأعضاء تغطي أهم سمات سياسات حماية المستهلك، التي كانت تشمل في ذلك الوقت السلامة المادية، وتعزيز وحماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين، ومعايير سلامة السلع والخدمات الاستهلاكية وجودة تلك السلع والخدمات، وجبر الضرر، وتنقيف المستهلكين، والمعلومات والتدابير المتعلقة بالغذاء والماء والمستحضرات الصيدلانية<sup>(7)</sup>. وتضمنت المبادئ التوجيهية المنقحة، التي اعتمدت في 26 تموز/يوليه 1999، فرعاً جديداً عن الاستهلاك المستدام<sup>(8)</sup>. وفي عام 2013، لاحظ الأونكتاد أن الدول الأعضاء نفذت المبادئ التوجيهية على نطاق واسع منذ اعتمادها في عام 1985 وأن جميع مجالاتها لا تزال صالحة ومفيدة<sup>(9)</sup>. غير أن الأونكتاد حدد أيضاً بعض القضايا الناشئة في مجال استخدام التجارة الإلكترونية والخدمات المالية، من بين مسائل أخرى.

5- وعقب مشاورات جرت في ثلاثة اجتماعات لأفرقة خبراء مخصصة في 2012 و 2013 و 2015، اعتمد مؤتمر الأمم المتحدة السابع لاستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد، ومن ثم الجمعية العامة، في 22 كانون الأول/ديسمبر 2015، المبادئ التوجيهية المنقحة لحماية المستهلك. وبالإضافة إلى الأحكام المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والخدمات المالية، تضمن هذا التنقيح توصيات بشأن مسائل جديدة ذات صلة بسياسات حماية المستهلك، بما في ذلك الحصول على السلع والخدمات الأساسية، وحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين، وحماية البيانات، ومبادئ الممارسات التجارية الجيدة، والسياسات الوطنية لحماية المستهلك، وتسوية المنازعات، والخدمات العامة، والطاقة، والسياحة، والتعاون الدولي.

6- وقررت الجمعية العامة أيضاً إنشاء فريق خبراء حكومي دولي معني بقوانين وسياسات حماية المستهلك في إطار لجنة قائمة من لجان مجلس التجارة والتنمية في الأونكتاد. ويوفر فريق الخبراء الحكومي الدولي الآلية المؤسسية ومنتدى سنوياً للمشاورة والمناقشات المتعددة الأطراف وتبادل الآراء بين الدول الأعضاء بشأن المسائل المتصلة بالمبادئ التوجيهية؛ ويُجري الدراسات والبحوث؛ ويُجري استعراضات الأقران الطوعية للسياسات الوطنية لحماية المستهلك في الدول الأعضاء؛ ويجمع وينشر المعلومات عن المسائل المتعلقة بتحقيق الأهداف المتوخاة من المبادئ التوجيهية بشكل عام؛ ويقدم المساعدة في بناء القدرات والمساعدة التقنية إلى البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية في مجال وضع وإنفاذ قوانين وسياسات حماية المستهلك؛ وينظر في الدراسات والوثائق والتقارير ذات الصلة الصادرة عن المؤسسات المعنية؛ ويقدم التقارير والتوصيات المناسبة بشأن سياسات حماية المستهلك في الدول الأعضاء؛ ويعمل بين مؤتمرات الأمم المتحدة لاستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ ويقدم إليها التقارير؛ ويُجري استعراضاً دورياً للمبادئ التوجيهية عندما يوكل إليه المؤتمر ذلك<sup>(10)</sup>. وسينظر مؤتمر الأمم المتحدة الثامن لاستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف من أجل مكافحة الممارسات التجارية التقييدية، المقرر عقده في تموز/يوليه 2020 في عمل فريق الخبراء الحكومي الدولي لهذا للمرة الأولى.

.A/RES/39/248 (7)

.E/1999/INF/2/Add.2 (8)

.TD/B/C.I/CLP/23 (9)

.A/RES/70/186 (10)

7- وترمي المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك إلى جملة أمور بينها مساعدة البلدان في تحقيق حماية كافية لسكانها كمستهلكين أو في الحفاظ على هذه الحماية. وتقر المبادئ التوجيهية بأن المستهلكين كثيراً ما يواجهون اختلالات في المجالات الاقتصادية وفي مستويات التعليم والقدرة على المساومة، وتسلم بحق المستهلكين في الحصول على منتجات غير خطيرة. وتعزز المبادئ التوجيهية أيضاً التنمية الاقتصادية والاجتماعية وحماية البيئة على نحو عادل ومنصف ومستدام. وتتيح المبادئ التوجيهية للدول تحديد أولوياتها الخاصة لحماية المستهلك وفقاً للظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الوطنية واحتياجات السكان.

### ثالثاً - استعراض تنفيذ المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك.

8- تتمثل الأهداف الثمانية للمبادئ التوجيهية لحماية المستهلك في مساعدة البلدان في تحقيق حماية كافية لسكانها كمستهلكين أو في الحفاظ على هذه الحماية؛ وتمهيد السبيل أمام أنماط الإنتاج والتوزيع التي تلي احتياجات المستهلكين ورغباتهم؛ والتشجيع على التزام المشتغلين بإنتاج السلع والخدمات وتوزيعها على المستهلكين بمستويات رفيعة من السلوك الأخلاقي؛ ومساعدة البلدان على الحد من الممارسات التجارية التعسفية التي تؤثر على المستهلكين تأثيراً ضاراً من جانب أي مؤسسة من المؤسسات العاملة على الصعيدين الوطني والدولي؛ وتيسير تشكيل جهات مستقلة تدافع عن المستهلكين؛ وتعزيز التعاون الدولي في ميدان حماية المستهلك؛ والتشجيع على تهيئة ظروف السوق التي توفر للمستهلكين خيارات أوسع بأسعار أدنى؛ وتشجيع الاستهلاك المستدام<sup>(11)</sup>.

9- ووفقاً للخريطة العالمية لحماية المستهلك والردود على استبيان الأونكتاد، اعتمدت غالبية الدول الأعضاء التي ردت على الاستبيان الأهداف الأساسية للمبادئ التوجيهية. وكرست بعض الدول حماية المستهلك في دساتيرها، مثل الأرجنتين وإسبانيا وبيرو وجنوب أفريقيا والسلفادور وصربيا وغواتيمالا وسويسرا وكوستاريكا وكولومبيا والمكسيك ونيكاراغوا. ففي كينيا، على سبيل المثال، تناول المادة 46 من دستور عام 2010 حق المستهلكين في سلع وخدمات ذات نوعية معقولة، وحقهم في الحصول على المعلومات اللازمة لهم للاستفادة الكاملة من السلع والخدمات، والحماية صحتهم وسلامتهم ومصالحهم الاقتصادية<sup>(12)</sup>.

10- وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن لدى جميع الدول الأعضاء الـ 63 التي ردت على استبيان الأونكتاد إطاراً قانونياً يهدف إلى معالجة قضايا حماية المستهلك<sup>(13)</sup>. وثمة إجماع على الإعراف بهدف الحد من الممارسات التعسفية التي تؤثر سلباً على المستهلكين. غير أن الدول المختلفة تركز على مجموعات مختلفة من الأهداف. ويرد الحق في الحصول على المنتجات غير الخطرة والحق في التنمية الاقتصادية والاجتماعية العادلة والمنصفة والمستدامة وحماية البيئة إما في قوانين حماية المستهلك أو في غيرها من المعايير القطاعية الوطنية، مثل قوانين المنافسة أو قوانين حماية البيئة. ووفقاً للردود على استبيان الأونكتاد، فإن لدى العديد من الدول الأعضاء قانوناً لحماية المستهلك يعترف بحقوق المستهلك، بما في ذلك الأرجنتين، وإسبانيا، وأستراليا، وألمانيا، واندونيسيا، وأوكرانيا، وإيطاليا، والبرازيل، وبنغلاديش، وبيرو، وتايلند، وتركيا، وتشاد، وتونس، وجمهورية كوريا، وجمهورية الكونغو الديمقراطية،

(11) المرجع نفسه.

(12) انظر <http://kenyalaw.org/kl/index.php?id=398>.

(13) طلب الأونكتاد من الدول الأعضاء والمنظمات الدولية وغيرها من أصحاب المصلحة المعنيين المشاركة في عملية وضع المبادئ التوجيهية وسأل عن العمليات التشريعية للدول الأعضاء في هذا الميدان؛ ورد 58 رداً في عام 2013.

وجهورية لاو الديمقراطية الشعبية، وجنوب أفريقيا، والسنغال، والسويد، وشيلي، وغابون، وغيانا، وفرنسا، والكاميرون، وكولومبيا، وكينيا، ولبنان، ومدغشقر، والمكسيك، والمملكة العربية السعودية، والمملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية، وموريتانيا، والنمسا، ونيوزيلندا، والولايات المتحدة الأمريكية، واليابان.

11- وفيما يتعلق بالاستهلاك المستدام، لاحظ الأونكتاد أن مسألة الاستدامة لم تعتمد بالكامل ضمن أحكام قوانين حماية المستهلك في العديد من الدول رغم إضافة الاستهلاك المستدام إلى المبادئ التوجيهية في عام 1999<sup>(14)</sup>. وللتخفيف من حدة هذا الوضع، تطبق وكالات حماية المستهلك أكثر فأكثر ما تنص عليه قوانينها من أحكام في مجالات تثقيف المستهلكين وتقديم التوجيه للأعمال التجارية بشأن الاستهلاك المستدام. وأقر فريق الخبراء الحكومي الدولي "بمساهمة سياسات حماية المستهلك في تعزيز الاستهلاك المستدام" وشجع "هيئات حماية المستهلك على النهوض بتثقيف المستهلكين وإرشاد المؤسسات التجارية على أساس مبدأ تقاسم المسؤولية عن الاستهلاك المستدام وأوصى بإقامة الشراكات المطلوبة بين الدول الأعضاء والمؤسسات التجارية ومنظمات المستهلكين والمنظمات البيئية وسائر المجموعات المعنية، وفقاً لما جاء في المبادئ التوجيهية من 50 إلى 52<sup>(15)</sup>؛ وهذا أمر أكثر أهمية في السياق الأوسع لتنفيذ خطة التنمية المستدامة لعام 2030 وأهداف التنمية المستدامة.

12- وتبنت بعض المنظمات الإقليمية أيضاً أهداف المبادئ التوجيهية ووضعت أدوات وبرامج لمساعدة أعضائها على تحقيقها. فعلى سبيل المثال، ركزت اللجنة المعنية بحماية المستهلك التابعة لرابطة أمم جنوب شرق آسيا، منذ إنشائها في عام 2007، على ضمان وضع تشريعات لحماية المستهلك في جميع الدول الأعضاء في الرابطة، وتعزيز سبل حصول المستهلكين على المعلومات، ووضع آليات لجبر ضرر المستهلكين وسحب البضائع غير المستوفية للشروط. وقد اعترفت اللجنة بثمانية حقوق وخمس واجبات للمستهلك استناداً إلى المبادئ التوجيهية، وأكدت أن للأعمال التجارية أيضاً دوراً هاماً فيما يتعلق بحماية المستهلك، باعتماد ممارسات تجارية جيدة كمبدأ أساسي في نظام حماية المستهلك<sup>(16)</sup>. وفي عام 2019، اعتمدت الجماعة الاقتصادية والنقدية لوسط أفريقيا مبادئ توجيهية إقليمية بشأن حماية المستهلك استناداً إلى مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، وهو ما يتوقع أن يزيد من اعتماد السياسات الوطنية بشأن حماية المستهلك<sup>(17)</sup>. وتتضمن قواعد ولوائح المنافسة في السوق المشتركة لشرق أفريقيا والجنوب الأفريقي أحكاماً لحماية المستهلك من العرض الزائف أو المضلل للسلع والخدمات، والسلوك غير السوي، وتدني معايير السلامة، والسلع غير المأمونة، وهي تحظر أيضاً السلوك المضلل والخادع، ولا سيما في مجال الإعلان والبيع<sup>(18)</sup>. وقد انضم الاتحاد الاقتصادي للمنطقة الأوروبية الآسيوية، وهو اتحاد اقتصادي إقليمي بين الاتحاد الروسي، وأرمينيا، وبيلاوس، وقيرغيزستان، وكازاخستان، إلى جهود رابطة الدول المستقلة بشأن حماية المستهلك<sup>(19)</sup>. وأخيراً، اعترفت الدول الأعضاء في منظمة الدول الأمريكية ببعض مبادئ حماية المستهلك الواردة في ميثاق المنظمة (المادة 39(ب)) وقرارات جمعيتها العامة<sup>(20)</sup>.

(14) TD/B/C.I/CPLP/17

(15) TD/B/C.I/CPLP/20

(16) انظر [https://asean.org/?static\\_post=handbook-asean-consumer-protection-laws-regulations](https://asean.org/?static_post=handbook-asean-consumer-protection-laws-regulations)

(17) انظر <https://unctad.org/en/pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=2133>

(18) انظر [https://www.comesacompetition.org/?page\\_id=294](https://www.comesacompetition.org/?page_id=294)

(19) انظر [www.eurasiancommission.org/en/act/txnreg/depstanmer/consumer\\_rights/Pages/default.aspx](http://www.eurasiancommission.org/en/act/txnreg/depstanmer/consumer_rights/Pages/default.aspx)

(20) AG/RES.2065، الدورة العادية الخامسة والثلاثون؛ AG/RES.2494، الدورة العادية التاسعة والثلاثون؛ AG/RES.2549، الدورة العادية الأربعون؛ AG/RES.2682، الدورة العادية الحادية والأربعون؛ AG/RES.2712، الدورة العادية الثانية والأربعون؛ انظر [www.oas.org/consejo/GENERAL%20ASSEMBLY/Resoluciones-Declaraciones.asp](http://www.oas.org/consejo/GENERAL%20ASSEMBLY/Resoluciones-Declaraciones.asp)

13- وقد أصبحت المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، في توفيرها مبادئ رئيسية وتوصيات رفيعة المستوى تغطي طائفة واسعة من قضايا المستهلك، أداة مفيدة لمقرري السياسات في جميع أنحاء العالم في تحسين قوانين وسياسات حماية المستهلك. ويتجاوز التقييم الدقيق للتنفيذ على الصعيد الوطني نطاق هذه المذكرة. ويتناول الفصل الرابع بالتفصيل بعض المسائل الناشئة منذ التنقيح الأخير للمبادئ التوجيهية.

## رابعاً- مسائل ناشئة مختارة

14- يتناول هذا الفصل المسائل التالية، التي أضيف معظمها إلى المبادئ التوجيهية أو نقح في عام 2015: مبادئ الممارسات التجارية الجيدة؛ والبرامج التثقيفية والإعلامية؛ والتجارة الإلكترونية؛ والخدمات المالية؛ والتدابير المتعلقة بمجالين محددتين (المياه والطاقة). والجدير بالذكر أن المبادئ التوجيهية المنقحة أدخلت حاجة مشروعة جديدة تدعم وتثري بقية التوصيات، وهي حماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين. ولاحظ الفريق العامل المعني بحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين أن مفهوم ضعف المستهلكين هو مفهوم يتغير بحسب السياق وأن التعاريف تختلف بين بلد وآخر<sup>(21)</sup>. غير أن سلطات حماية المستهلك تركز جهودها تقليدياً على الأطفال وكبار السن والمستهلكين الريفيين والأمية والمستهلكين ذوي الإعاقة. وبات يُنظر أكثر فأكثر إلى تلبية الاحتياجات الخاصة للمستهلكين الضعفاء والمحرومين على أنها مساهمة كبيرة في تحقيق خطة عام 2030 وأهداف التنمية المستدامة، وهي بالتالي في صميم استراتيجيات التنمية وتتطلب اهتمام الأونكتاد<sup>(22)</sup>. ولذلك ينبغي أيضاً أن تشمل جميع المسائل المفصلة في هذا الفصل هدف تحسين حماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين.

## ألف- مبادئ الممارسات التجارية الجيدة

15- تشمل أهداف المبادئ التوجيهية التشجيع على التزام المشتغلين في إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها على المستهلكين بمستويات رفيعة من السلوك الأخلاقي؛ وقد أدخل التنقيح في عام 2015 مجموعة من مبادئ الممارسات التجارية الجيدة لضمان أن تتعامل المؤسسات التجارية مع المستهلكين معاملة عادلة ونزيهة في جميع مراحل علاقتهم، لكي تكون جزءاً لا يتجزأ من ثقافة الأعمال التجارية. (المبدأ التوجيهي 11). وتجلى ذلك في وضع مبادئ توجيهية للمسؤولية الاجتماعية في العقد السابق، والمتمثلة في التوجيه المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية الذي أطلقته المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس عام 2010، والذي رعى إلى المساهمة في التنمية المستدامة العالمية من خلال تشجيع دوائر الأعمال التجارية والمؤسسات الأخرى على ممارسة المسؤولية الاجتماعية<sup>(23)</sup>. وقد حُدِّثت المبادئ التوجيهية للمؤسسات المتعددة الجنسيات التي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي عام 2011 لتشمل مراعاة مصالح المستهلك في السلوك التجاري المسؤول في سياق عالمي، بما يتسق مع القوانين السارية والمعايير المعترف بها دولياً<sup>(24)</sup>. وهذه المبادئ، التي توجد في جميع المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة لحماية المستهلك، هي أسس مرجعية للممارسات الجيدة تنطبق على جميع أشكال التجارة، بما في ذلك التجارة الإلكترونية. وتوصي هذه المبادئ التوجيهية أيضاً بأن تضع الدول الأعضاء سياسات لحماية المستهلك تشجع الممارسات التجارية السليمة (المبدأ التوجيهي 14(أ)).

(21) انظر <https://unctad.org/en/pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=1674>

(22) الأونكتاد، 2018، تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال حماية المستهلك (منشورات الأمم المتحدة، نيويورك وجنيف).

(23) انظر <https://www.iso.org/publication/PUB100258.html>

(24) انظر [www.oecd.org/daf/inv/mne/oecdguidelinesformultinationalenterprises.htm](http://www.oecd.org/daf/inv/mne/oecdguidelinesformultinationalenterprises.htm)

16- وتسلم المبادئ التوجيهية بأن حماية المستهلك تتعزز إذا ما عملت من أجلها دوائر الأعمال التجارية بقوة، وهي لذلك تشجع التنظيم الذاتي، من خلال مدونات التسويق والاتفاقات الطوعية وغيرها من الممارسات التجارية، من أجل ضمان حماية كافية للمستهلك. وتلاحظ منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي أن التنظيم الذاتي من جانب دوائر الأعمال التجارية يمكن أن يؤدي دوراً هاماً في معالجة قضايا المستهلكين، ولا سيما إذا كانت هذه الدوائر تطبق معايير ومدونات لقواعد السلوك<sup>(25)</sup>. وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن قوانين المستهلكين في 20 دولة من الدول الأعضاء الـ 63 التي ردت على استبيان الأونكتاد تشير إلى المدونات الطوعية. غير أن 28 دولة عضواً أبلغت عملياً عن مبادرات للتنظيم الذاتي للأعمال التجارية، فيما أبلغت 19 دولة عضواً عن مبادرات للتنظيم المشترك تربط بين دوائر الأعمال التجارية والكيانات العامة. وفي مجال الإعلان، على سبيل المثال، نُفذت عدة مبادرات، بينها مبادرات في إطار غرفة التجارة الدولية، كما نُفذت على الصعيد الوطني، من قبل مجلس التنظيم الذاتي وأخلاقيات الإعلان في المكسيك، وهيئة معايير الإعلان في نيوزيلندا، والشعبة الوطنية للإعلانات في الولايات المتحدة.

17- وشدد فريق الخبراء الحكومي الدولي في دورته الأولى على ضرورة إشراك أصحاب المصلحة في تنفيذ خطة عام 2030، ولا سيما فيما يتعلق بسياسات حماية المستهلك الشاملة للجميع، ورحب بمشاركة رابطات المستهلكين والمجتمع المدني وممثلي دوائر الأعمال التجارية والأوساط الأكاديمية في مداولاته<sup>(26)</sup>. وخلال أسبوع التجارة الإلكترونية للأونكتاد في عام 2018، ناقشت أهمية مشاركة دوائر الأعمال التجارية في حماية المستهلك على الإنترنت، وشدد على أن حماية المستهلك في الاقتصاد الرقمي مسؤولية مشتركة بين جميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك دوائر الأعمال التجارية<sup>(27)</sup>. وبالإضافة إلى ذلك، لاحظ الأونكتاد ضرورة أن تُشرك في هذه المناقشات دوائر الأعمال التجارية الصغيرة والمؤسسات المملوكة للدولة<sup>(28)</sup>.

18- وفي بلغاريا، تدعم وزارة الاقتصاد نهجاً للتنظيم الذاتي لحماية المستهلك، وتعتبر مدونات قواعد السلوك أو مدونات الأخلاقيات بديلاً للتشريعات. وتسترشد المصارف التجارية بمدونة قواعد السلوك لرابطة المصارف التجارية، التي تتمثل مبادئها في ضمان الإنصاف وحسن النية في العلاقات بين المصارف التجارية والعلاقات مع العملاء والعلاقات مع الجمهور<sup>(29)</sup>.

19- وفي البرازيل، أطلقت أول مبادرة للتنظيم الذاتي بعنوان "لا تتصل" في عام 2019 بمشاركة كبرى شركات الاتصالات، وأطلق القطاع المالي المبادرة الثانية عام 2020 بعنوان "لا تتصل للحصول على عروض ائتمانية". وتشرف على كلتا المبادرتين الأمانة الوطنية للمستهلك<sup>(30)</sup>.

20- وفي السلفادور، ينص قانون حماية المستهلك على وجوب أن تشجع وكالة حماية المستهلك الشركات على اعتماد معايير وسياسات تهدف إلى تحسين الخدمات المقدمة للمستهلكين. وتمشياً مع القانون، نُفذت برامج الممارسات الجيدة في مجال الأعمال التجارية في أماكن مختلفة مثل مراكز التسوق والفنادق والمطاعم<sup>(31)</sup>.

(25) Organization for Economic Cooperation and Development, 2015, Industry self-regulation: Role and use in supporting consumer interests, Digital economy papers No. 247

.TD/B/C.I/CPLP/4 (26)

انظر <https://unctad.org/en/conferences/e-week/Pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=1653> (27)

UNCTAD, 2017, *Middle East and North Africa Programme: Guidelines on Consumer Protection* (United Nations publication, New York and Geneva) (28)

ردّ بلغاريا على استبيان الأونكتاد. (29)

ردّ البرازيل على استبيان الأونكتاد. (30)

ردّ السلفادور على استبيان الأونكتاد. (31)

- 21- ونظم مركز حماية حقوق المستهلك في لاتفيا دورات تثقيفية في مجال الأعمال التجارية<sup>(32)</sup>.
- 22- وفي الفلبين، نظمت وزارة التجارة والصناعة مشروع جوائز باغويس، التي تمنح للمؤسسات التي تدعم حقوق المستهلكين وتمارس الأعمال التجارية المسؤولة، حيث يحصل المستهلكون على أفضل قيمة مقابل أموالهم<sup>(33)</sup>.
- 23- وفي جمهورية كوريا، تدير وكالة حماية المستهلك برنامجاً لإصدار شهادات إدارية يركز على المستهلك لتشجيع دوائر الأعمال التجارية على أن تعتمد طوعاً إلى تهيئة بيئة سوقية مواتية للمستهلك. ويجري البرنامج تقييمات عما إذا كانت دوائر الأعمال التجارية تضطلع بأنشطتها من منظور المستهلك، وتضع خططها بحيث يكون المستهلك محور أنشطتها، وتدخل تحسينات على أنشطتها على أساس مستمر. وحتى الآن، حصل ما يقرب من 180 شركة على شهادات تثبت تقييمها الإيجابي<sup>(34)</sup>.
- 24- ولدى الولايات المتحدة قوانين راسخة للتنظيم الذاتي في صناعات متنوعة مثل الإعلان وخدمات دفن الموتى والألعاب الإلكترونية. واستجابة للشواغل العامة بشأن المحتوى العنيف ومدى ملاءمته للأطفال، على سبيل المثال، تعتمد شركات الأفلام السينمائية وتسجيل الموسيقى ومباريات الألعاب الإلكترونية آلية للتنظيم الذاتي لتقييم المنتجات أو تصنيفها، وتنظم وضع الإعلانات، وتنتشر الكشوف عن معلومات التصنيف والتوسيم في الإعلان وفي تغليف المنتجات<sup>(35)</sup>.
- 25- وفي ماكاو (الصين)، وضع مجلس المستهلك برنامجاً لإصدار الشهادات في مجال التجارة الإلكترونية يلزم المتاجر التي يحق لها أن تعرض شعار المتجر المعتمد شبكياً بمجموعة من اللوائح التي وضعها المجلس، والتي تشمل وضع شروط وأحكام واضحة ومفصلة للمعاملات على المواقع الشبكية وتقديم خدمات في الوقت المناسب للمستهلكين<sup>(36)</sup>.

## باء- البرامج التثقيفية والإعلامية

- 26- يمثل تثقيف المستهلكين جزءاً أساسياً من سياسات حماية المستهلك، وهو من المهام الرئيسية لهيئات حماية المستهلك. ويتحرك المستهلكون في أسواق متزايدة التعقيد، يواجهون فيها كميات متزايدة من المعلومات وخيارات واسعة من المنتجات والخدمات المعقدة. ولذلك، يحتاج المستهلكون، لاعتماد خيارات جيدة وحماية مصالحهم مجموعة أوسع من المهارات والمعارف، مما يجعل تثقيف المستهلكين أمراً بالغ الأهمية.
- 27- وفي المبادئ التوجيهية المنقحة، لا ينحصر الحديث عن البرامج التثقيفية والإعلامية الموجهة إلى المستهلكين في جزء مخصص (الفرع زاي) بل يرد ذكرها في عدة نقاط أخرى، هي المبدأ التوجيهي 5 بشأن الاحتياجات المشروعة، والمبدأ التوجيهي 11 بشأن مبادئ الممارسات التجارية السليمة، والمبدأ التوجيهي 14 بشأن السياسات الوطنية لحماية المستهلك، والمبدأ التوجيهي 66 بشأن الخدمات المالية، والمبدأ التوجيهي 69 بشأن التدابير المتعلقة بمجالات محددة. وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن قوانين حماية المستهلك تتناول مسألة تثقيف المستهلك في 50 دولة من الدول الأعضاء الـ 63 التي ردت على استبيان الأونكتاد. وتنفذ الدول الأعضاء العشر المتبقية أيضاً مستوى ما من مبادرات تثقيف المستهلك.

(32) ردّ لاتفيا على استبيان الأونكتاد.

(33) انظر <https://www.dti.gov.ph/konsyumer/bagwis-awards/>.

(34) انظر <https://www.kca.go.kr/eng/main.do>.

(35) ردّ الولايات المتحدة على استبيان الأونكتاد.

(36) ردّ ماكاو (الصين) على استبيان الأونكتاد.

28- وهناك العديد من المبادرات الهامة التي تنفذها دول أعضاء، تشمل حلقات عمل وحلقات دراسية في بلغاريا، وحملات إعلامية في بلغاريا وكولومبيا ولايفيا، وتوزيع كتيبات في ألمانيا، ووضع مناهج دراسية مخصصة في جمهورية كوريا، وغواتيمالا، ونيكاراغوا، واليابان، ومعارض توعوية متنقلة في عمان. وأنشأت الأرجنتين مدرسة لتثقيف المستهلكين في نطاق المديرية الوطنية للدفاع عن المستهلك، يتمثل هدفها الرئيسي في التعريف بحقوق المستهلك. وفي بلغاريا، اضطلعت لجنة حماية المستهلك بتدريب القضاة والمحامين في مجال قانون حماية المستهلك. وفي الولايات المتحدة، ركزت لجنة التجارة الاتحادية على تثقيف المستهلك فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، مثل صد محاولات سرقة الهوية والتعافي منه، وتجنب الادعاءات المضللة بشأن المكملات الغذائية، والممارسات الاحتياطية المتصلة بالوظائف وإرسال الأموال. وفي ماكاو (الصين)، أطلق مجلس المستهلك في العام الدراسي 2015-2016 جائزة للدراسات التي تعنى بحماية المستهلك لطلاب المدارس الثانوية المحلية؛ ويبحث الطلاب المشاركون في هذه الدراسات سلوكيات الاستهلاك التي تؤثر على المجتمع ويختبرونها ويتفكرون فيها ويحلونها ويستكشفونها ويستعرضونها.

29- وفي كثير من الدول الأعضاء، تضطلع منظمات حماية المستهلك بدور بارز في تثقيف المستهلكين. وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن 41 دولة من بين الدول الأعضاء الـ 63 التي ردت على استبيان الأونكتاد تقدم مبادرات لتثقيف المستهلك، ومنها على سبيل المثال الأرجنتين، وإندونيسيا، وبنغلاديش، وبيرو، وتركيا، وشيلي، وصربيا، وفرنسا، وكرواتيا، وكوستاريكا، وكولومبيا، والمملكة المتحدة، والولايات المتحدة.

30- وبما أن 71 في المائة من الشباب في جميع أنحاء العالم متصلون بالإنترنت، لا بد أن تركز الدول الأعضاء جهود تثقيف المستهلكين على البيئة الإلكترونية<sup>(37)</sup>. وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن الأرجنتين، وأستراليا، وألبانيا، وبلغاريا، وبنغلاديش، وجمهورية كوريا، وجنوب أفريقيا، والمكسيك، والولايات المتحدة، واليابان تحركت بالفعل في هذا الاتجاه، لكن هذا الأمر قد يشكل عائقاً جديداً لجهود تثقيف المستهلكين في معظم الدول.

31- وينبغي أن تكون هناك أولوية أخرى تتمثل في تثقيف المستهلكين الضعفاء والمحرومين، بمن فيهم المستهلكون الريفيون والمستهلكون الأميون (المبدأ التوجيهي 47). وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن 25 دولة من الدول الأعضاء الـ 63 التي ردت على استبيان الأونكتاد تنظم مبادرات محددة ذات صلة بتثقيف المستهلكين الضعفاء والمحرومين. وفي عدد من تلك الدول، تُعطي الأولوية لفئات سكانية معينة بينها، على سبيل المثال، السكان الأصليون والأقليات في أستراليا؛ والمستهلكون ذوو الإعاقة في أستراليا وجمهورية كوريا وكولومبيا؛ والأطفال في كولومبيا وألمانيا؛ وكبار السن في ألمانيا وتشيكيا وجمهورية كوريا؛ والمهاجرون واللاجئون في ألمانيا وجمهورية كوريا؛ وسكان الأرياف في جنوب أفريقيا؛ والأشخاص المثقلون بالديون في السويد.

## جيم - التجارة الإلكترونية

32- في عام 2017، استخدم حوالي 1,3 مليار شخص، أو ربع سكان العالم الذين تزيد أعمارهم عن 15 عاماً الإنترنت للتسوق. وتمثل البلدان النامية 90 في المائة من النمو العالمي في استخدام الإنترنت، وتسجل أقل البلدان نمواً أعلى معدل نمو في هذا المجال. وفي عام 2018، استخدم 51,2 في المائة من سكان العالم الإنترنت، بينهم 3,9 مليار شخص اشتروا عن طريق الإنترنت<sup>(38)</sup>.

(37) منظمة الأمم المتحدة للطفولة، 2017، حالة أطفال العالم 2017: الأطفال في عالم رقمي، نيويورك.

(38) UNCTAD, 2019a, *Digital Economy Report 2019: Value Creation and Capture – Implications for Developing Countries* (United Nations publication, sales No. E.19.II.D.17, Geneva); UNCTAD, 2019b, *Business-to-consumer e-commerce index 2019, Technical notes on information and communications technology for development No. 14*.

33- ورأت الجمعية العامة في قرارها 186/70 أن التجارة الإلكترونية أصبحت ذات أهمية متزايدة للمستهلكين في جميع أنحاء العالم، وأن الفرص التي تتيحها ينبغي أن تُستَـخَر للمساعدة على تيسير التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي. وإدراكاً للأهمية المتزايدة للتجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلكين، أُدرج في المبادئ التوجيهية فرع جديد عن هذه المسألة (الفرع الأول)؛ وتنطبق الأحكام الأخرى على التجارة الإلكترونية أيضاً. وأحد الاحتياجات المشروعة في المبادئ التوجيهية هي توفير مستوى من الحماية للمستهلكين باستخدام التجارة الإلكترونية لا تقل عن الحماية المتاحة في الأشكال الأخرى من التجارة.

34- وتقر منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، في توصيتها بشأن حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، التي نُفِـتحت في عام 2016، بالحاجة إلى معالجة عدد من التحديات التي يواجهها المستهلك فيما يتعلق بالإفصاح عن المعلومات، والممارسات التجارية المضللة أو غير المنصفة، والتأكيد والدفع، والاحتيال وسرقة الهوية وحل المنازعات، وجبر الضرر<sup>(39)</sup>. وأضاف التنقيح قضايا جديدة مثل المعاملات غير النقدية، ومنتجات المحتوى الرقمي، والأجهزة المحمولة، والخصوصية والمخاطر الأمنية، وحماية الدفع، وسلامة المنتجات، ووسّع نطاق التوصية ليشمل الممارسات التجارية التي تتيح لدوائر الأعمال التجارية تيسير المعاملات الإلكترونية فيما بين المستهلكين. وبالإضافة إلى ذلك، ترد الإرشادات والأمثلة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في مجموعة أدوات حماية المستهلك الرقمي الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ومجموعة العشرين، وكذلك في دليل الأونكتاد بشأن حماية المستهلك.

35- وفي عام 2017، حدد الأونكتاد التحديات التي يواجهها المستهلكون في البلدان النامية عند الأخذ بطرق التجارة الإلكترونية، وهي تحديات تتعلق بالمعلومات عن السلع، والخدمات والتجار، وإعادة المنتجات والمبالغ المستردة، وخصوصية البيانات وأمنها، والمدفوعات، والممارسات التجارية المضللة وغير المنصفة، وحل المنازعات وجبر الضرر<sup>(40)</sup>. ونظراً لطبيعة التجارة الإلكترونية العالمية والعبارة للحدود، يتزايد الاهتمام منذ عام 2015 على الصعيد الدولي بمعالجة المسائل المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، وظهر ذلك، على سبيل المثال، في العديد من المنتديات الدولية، ومن بينها دورات فريق الخبراء الحكومي الدولي وخلال أسبوع التجارة الإلكترونية للأونكتاد، بما في ذلك أسبوع التجارة الإلكترونية في أفريقيا، وفي اجتماعات الحوار الأفريقي لحماية المستهلك، ورابطة أمم جنوب شرق آسيا، والشبكة الدولية لإنفاذ قوانين حماية المستهلك، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وكذلك في مؤتمرات القمة المعنية بالمستهلك لمجموعة العشرين، والمنتدى الأيبيري - الأمريكي لوكالات حماية المستهلك، والمنتدى الدولي لحماية المستهلك التابع للأونكتاد، وهيئة المنافسة وحماية المستهلك في أمريكا اللاتينية.

36- ويمكن أيضاً ملاحظة هذا الاتجاه على الصعيد الوطني. وفي الولايات المتحدة، على سبيل المثال، في عام 2019، ورداً على أشكال التأييد والاستعراضات المغلوطة، نشرت لجنة التجارة الاتحادية قواعد جديدة تتعلق بتوقيت وكيفية كشف المؤثرين لمتابعيهم على الإنترنت للجهات الراعية لهم<sup>(41)</sup>. ونُشرت أدلة مماثلة في بيرو والمملكة المتحدة<sup>(42)</sup>. وفيما يتعلق بحماية بيانات المستهلك، فرضت لجنة التجارة الاتحادية في عام 2019 عقوبة مالية على إحدى منصات التواصل الاجتماعي قدرها 5 مليارات دولار

(39) انظر [www.oecd.org/sti/consumer/consumersinthedigitaleconomy.htm](http://www.oecd.org/sti/consumer/consumersinthedigitaleconomy.htm)

(40) TD/B/C.I/CPLP/7.

(41) انظر <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/11/ftc-releases-advertising-disclosures-guidance-online-influencers>

(42) انظر <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3979412/Publicidad+Digital.pdf/186e5bc2-42c6-9a30-1d5c-dff598e82358> and <https://www.asa.org.uk/resource/influencers-guide.html>

لإساءتها استخدام المعلومات الشخصية للمستخدمين<sup>(43)</sup>. وفي الاتحاد الأوروبي، دخلت اللائحة العامة لحماية البيانات حيز التنفيذ في أيار/مايو 2018، مما مكن المستهلكين من التحكم أكثر ببياناتهم الشخصية<sup>(44)</sup>. وفي ألمانيا، فُرِضت قيود على إحدى منصات وسائل التواصل الاجتماعي لجمعها بيانات المستخدمين عبر تطبيقات منفصلة لوسائل التواصل الاجتماعي دون موافقة طوعية من المستخدم، في خرق لأنظمة الاتحاد الأوروبي<sup>(45)</sup>.

37- وعلى الرغم من الجهود المتزايدة، لا تزال ثقة المستهلكين في الأسواق الرقمية متدنية. وتبين دراسات استقصائية أن انعدام الثقة يمثل العيب الرئيسي الذي يدفع 49 في المائة من المستهلكين إلى الامتناع عن التسوق عبر الإنترنت، ويشعر 78 في المائة من الذين شملهم الاستطلاع بالقلق إزاء حماية الخصوصية على الإنترنت، وقد ما يفوق نصفهم (53 في المائة) أكثر قلقاً مما كانوا عليه قبل عام<sup>(46)</sup>. ويتجلى ذلك أكثر في التجارة الإلكترونية التي تربط المستهلك بشركات تجارية عابرة للحدود. ويقدر الأونكتاد حجم مبيعات البضائع بين الشركات التجارية والمستهلكين بحسب قيمة صادرات البضائع بحوالي 412 مليار دولار في عام 2017، أي ما يعادل 11 في المائة تقريباً من إجمالي مبيعات الشركات التجارية للمستهلكين، بعد أن كانت 7 في المائة في عام 2015<sup>(47)</sup>. ولتحسين ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية، لا بد من تحسين سياسات حماية المستهلك على الإنترنت على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية. وتوصي المبادئ التوجيهية بأن تستعرض الدول الأعضاء، عند الاقتضاء، سياسات حماية المستهلك السارية، من أجل مراعاة السمات الخاصة بالتجارة الإلكترونية، وضمان إطلاع المستهلكين والمؤسسات التجارية على حقوقهم والتزاماتهم في السوق الرقمية وتوعيتهم بها.

38- وفي عام 2018، وضعت الشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون إرشادات للشركات التجارية بشأن الشروط والأحكام القياسية للمستهلكين في الاقتصاد الرقمي<sup>(48)</sup>. وفي عام 2019، أرسلت السلطات المعنية بحماية المستهلك من 27 ولاية قضائية مثل بولندا، وملاوي، والنرويج، وهولندا، خطاباً مفتوحاً مشتركاً إلى منصات التطبيقات لاقتراح تغييرات في تصميم متاجر التطبيقات وتحسين المعلومات المقدمة حول استخدام بيانات المستهلك<sup>(49)</sup>.

39- وهناك أيضاً حاجة إلى تعزيز التعاون عبر الحدود بين وكالات حماية المستهلك. وفي عام 2018، وصل أكثر من 29,000 شكوى دولية إلى موقع إلكتروني مخصص لجمع الشكاوى عبر الحدود، وهو موقع تصونه الشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون<sup>(50)</sup>. وقد حددت منظمة

(43) ردّ الولايات المتحدة على استبيان الأونكتاد.

(44) انظر <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>.

(45) انظر [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html).

(46) انظر <https://www.cigionline.org/internet-survey-2019> و <https://www.cigionline.org/internet-survey-2017>.

(47) UNCTAD, 2019a.

(48) Organization for Economic Cooperation and Development, 2019, Challenges to consumer policy in the digital age: Background report – Group of 20 international conference on consumer policy تضم مجموعة الأدوات ستة مبادئ عامة رفيعة المستوى، تهدف إلى حماية المستهلكين الرقميين وتعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية، فيما يتعلق بالممارسات التجارية والإعلانية المنصفة، والإفصاح السليم عن المعلومات، وضمان سلامة عمليتي تأكيد المعاملات والدفع، والخصوصية والمخاطر الأمنية، وسلامة المنتجات، والآليات الفعالة لتسوية المنازعات.

(49) المرجع نفسه.

(50) انظر <https://www.econsumer.gov/en/FileAComplaint#crnt>.

التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي عدة عوامل تقوض التعاون الدولي في مجال حماية المستهلك، وهي عدم كفاية الموارد، والافتقار إلى السلطة القانونية، وحماية البيانات الخاصة، والسرية، والحواجز اللغوية<sup>(51)</sup>. ويهدف الفريق العامل المعني بحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية التابع لفريق الخبراء الحكومي الدولي إلى تقديم توصيات، لا سيما للبلدان النامية، بشأن تحسين التعاون في مجال الإنفاذ عبر الحدود في العصر الرقمي، مع مراعاة المناقشات الجارية في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي والشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون.

## دال - الخدمات المالية

40- سلمت الجمعية العامة، في قرارها المتعلق بحماية المستهلك بأن "ثقة المستهلكين وطمأنينتهم في حسن أداء أسواق الخدمات المالية تعززان الاستقرار المالي والنمو، والكفاءة والابتكار على المدى الطويل، وأن الأزمة المالية الأخيرة تقتضي التركيز مجدداً على حماية المستهلك وتتطلب أطراً فعالة للتنظيم والرقابة والإنفاذ في القطاع المالي للإسهام في رفاه المستهلكين"<sup>(52)</sup>. وتشمل المبادئ التوجيهية المنقحة فرعاً جديداً عن الخدمات المالية (الفرع ياء)، يستند إلى أفضل الممارسات الدولية مثل تلك التي وضعها البنك الدولي، والتي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ومجموعة العشرين في أعقاب الأزمة المالية العالمية في 2009/2008<sup>(53)</sup>. ويشير الفرع ياء إلى الإدماج، والتحويلات، والممارسات التجارية المسؤولة، وحماية البيانات، وتهيئة المستهلكين. وينبغي للدول الأعضاء إرساء أو تشجيع هيئات الإنفاذ والرقابة، وتهيئة المستهلكين وتحسين مستوى إلمام المستهلك بالشأن المالي، والإفصاح عن البيانات، والسلوك التجاري المسؤول، وحماية البيانات، وينبغي لها أن تتخذ تدابير لتعزيز وإدماج السياسات المتعلقة بالمستهلكين في مجال الإدماج المالي.

41- وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن قوانين حماية المستهلك تتناول مسألة الخدمات المالية في 32 دولة من الدول الأعضاء الـ 63 التي ردت على استبيان الأونكتاد. وقد خصصت الدول التي اعتمدت قوانين لحماية المستهلك لا تغطي الخدمات المالية قوانين أو أنظمة للقطاع المالي. ومن بين الدول التي اعتمدت قوانين منظمة للقطاع المالي إندونيسيا، وبنما، وتركيا، وتونس، وجزر البهاما، وصربيا، وغواتيمالا، وكولومبيا، وكينيا، والنمسا، واليابان.

42- ومن أولويات الدول الأعضاء ضمان أن تتمتع هيئات الرقابة بالسلطة والموارد اللازمة للاضطلاع بمهامها. فعلى سبيل المثال، توكل بيرو إلى وكالتها المعنية بحماية المستهلك، وهي المعهد الوطني للدفاع عن المنافسة وحماية الملكية الفكرية، المسؤولة عن شكاوى المستهلكين والمخالفات الفردية لقواعد حماية المستهلك، مع السماح لهيئة تنظيم القطاع المالي بالإشراف على سلامة أنشطة مقدمي الخدمات فيما يتعلق بالعملاء. وأنشأت المملكة المتحدة هيئة السلوك المالي في عام 2013، لضمان درجة مناسبة من الحماية للمستهلكين، وأنشأت الولايات المتحدة مكتب الحماية المالية

(51) Organization for Economic Cooperation and Development, 2018, Consumer protection enforcement in a global digital marketplace, Digital economy papers No. 266.

(52) A/RES/70/186.

(53) تشمل المبادئ الرفيعة المستوى المتعلقة بتوفير الحماية المالية للمستهلك والتي وضعتها مجموعة العشرين أطراً قانونية تنظيمية وإشرافية، وتتناول دور هيئات الرقابة، والمعاملة العادلة والمنصفة للمستهلكين، والإفصاح عن البيانات والشفافية، والتثقيف والتوعية الماليين، والسلوك التجاري المسؤول لمقدمي الخدمات المالية والوكلاء المرخص لهم، وحماية أصول المستهلك من التلاعب وسوء الاستخدام، وحماية بيانات المستهلكين وخصوصيتهم، ومعالجة شكاوى المستهلكين وجبر الضرر، وقضايا المنافسة. انظر <https://www.oecd.org/g20/topics/financial-sector-reform/g20-oecd-task-force-financial-consumer-protection.htm>.

للمستهلك في عام 2011، لإعطاء الأولوية لمصالح المستهلكين وتمكين المستهلكين من اتخاذ قرارات مالية مستنيرة أفضل<sup>(54)</sup>. بيد أن وكالات حماية المستهلك لا تتمتع، في حالات كثيرة، بسلطات في مجال وضع السياسات أو الإنفاذ في القطاع المالي، وهي سلطات مخصصة لهيئة تنظيم القطاع، كما هو مبين، على سبيل المثال، في الخريطة العالمية لحماية المستهلك، في الأرجنتين، وأستراليا، وألمانيا، والبرازيل، وجمهورية لاو الديمقراطية الشعبية. ولا بد من التنسيق بين الهيئات المعنية بحماية المستهلك ومنظمي هذا القطاع لتعزيز وإدماج سياسات حماية المستهلك بشأن الإدماج المالي، والتثقيف المالي، وحماية المستهلكين عند الحصول على الخدمات المالية واستخدامها.

43- ومع الوتيرة غير المسبوقة للتغير التقني وانتشار الخدمات المالية في جميع أنحاء العالم، بات التعليم المالي معترف به عالمياً بوصفه أمراً هاماً للغاية في التمكين المالي للأفراد والاستقرار الشامل للنظام المالي. وإقراراً بأهمية محور الأمية المالية من خلال التعليم، أنشأت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، في عام 2002، الشبكة الدولية للتعليم المالي، التي تضم الآن أعضاء من أكثر من 125 بلداً، لتصميم أدوات سياساتية، وتعزيز تنفيذ محور الأمية المالية من خلال التعليم، وتبادل الخبرات وأفضل الممارسات، إلى جانب بحوث وبيانات قابلة للمقارنة لقياس الآثار<sup>(55)</sup>. وفي عام 2019، أجرت وكالة حماية المستهلك في بيرو دراسة حول التفاوت في المعلومات بين دوائر الأعمال التجارية والمستهلكين في النظام المالي، حددت فيها فرص التحسين أمام دوائر الأعمال التجارية في السوق المالية، من أجل الاستخدام الأمثل للمعلومات المتعلقة بالمستهلكين وتعزيز تثقيف المستهلكين<sup>(56)</sup>.

44- وتمثل قواعد السلوك التجاري المسؤول من جانب مقدمي الخدمات المالية والوكلاء المرخص لهم، بما في ذلك الإقراض المسؤول وبيع منتجات ملائمة لاحتياجات المستهلك وإمكاناته (المبدأ التوجيهي 66(و))، عاملاً حاسماً في التنمية السليمة للقطاع المالي، والإدماج المالي، والنمو الاقتصادي الأوسع نطاقاً. وتشجع بعض الدول الأعضاء مبادرات التنظيم الذاتي في القطاع المالي، ومنها بلغاريا، وبيرو، وترينيداد وتوباغو، وجنوب أفريقيا، والسويد، ونيوزيلندا، وهو أمر ينبغي أن يقترن بسياسات تنظيمية وإنفاذية ملائمة بشأن الحماية المالية للمستهلك.

## هاء- التدابير المتعلقة بمجالين محددتين (المياه والطاقة).

45- تنطوي المرافق العامة التقليدية، أي خدمات المياه والطاقة والصرف الصحي والاتصالات، على تحديات خاصة في مجال حماية المستهلك. فهي لا تقدم الخدمات الأساسية والضرورية فحسب، بل تتسم أيضاً بخصائص اقتصادية تجعل من الصعب في كثير من الأحيان فتح خدماتها للمنافسة. ويعتمد معظم موفري الخدمات على شبكة لتقديم الخدمات. ويعني اقتصاد هذه الشبكات الثابتة أن توفير شركة واحدة لهذه الخدمات للسوق بأكملها أقل تكلفة من قيام عدة شركات بذلك، وثمة احتكار طبيعي ينشأ عندما يكون تقديم مشغل واحد للخدمة من خدمات البنى التحتية أكثر كفاءة، من منظور اقتصادي شامل. وهذا الاحتكار الطبيعي يقيد المستهلكين ويربطهم بهذه الشركات. وبمجرد وضع استثمارات كبيرة في شبكة ما، تصبح تكلفة إنشاء شبكة أخرى مرتفعة للغاية بالنسبة للمستثمرين الجدد<sup>(57)</sup>. غير أن صلاحية هذا الافتراض باتت أضعف من ذي قبل. إذ أن ثمة تغيرات تحدث في جوانب كثيرة من الاحتكارات الطبيعية،

(54) انظر [www.legislation.gov.uk/ukpga/2012/21/contents/enacted](http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2012/21/contents/enacted)

و <https://www.cftc.gov/LawRegulation/DoddFrankAct/index.htm>.

(55) انظر <https://www.oecd.org/financial/education/oecd-international-network-on-financial-education.htm>

(56) ردّ بيرو على استبيان الأونكتاد.

(57) TD/B/C.I/CLP/L.7.

فمنذ الانتقال إلى خدمات فردية متنقلة، أصبحت الاتصالات السلكية واللاسلكية خدمة تنافسية ذات آثار أقل على الشبكات، لأن أصولها الرأسمالية غير المكلفة نسبياً يمكن أن تتداخل في نفس الإقليم. غير أن الماء والكهرباء ما زالا من أملاك الدولة، في أكثر الحالات<sup>(58)</sup>.

46- وقد شكل تنقيح المبادئ التوجيهية في عام 2015 إنجازاً كبيراً في هذا المجال حيث أدخلت احتياجات مشروعة جديدة تتعلق بحصول المستهلكين على السلع والخدمات الأساسية وبمماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين. وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن قوانين حماية المستهلك تتناول وصول المستهلكين إلى السلع والخدمات الأساسية في 41 دولة من الدول الأعضاء الـ 63 التي ردت على استبيان الأونكتاد.

47- ويتصل العديد من أهداف التنمية المستدامة وغاياتها بالخدمات، بما في ذلك خدمات المياه والصرف الصحي (الهدف 6) والطاقة (الهدف 7). ولا يعد الحصول على المياه المأمونة والمرافق الصحية والإدارة السليمة للنظم الإيكولوجية للمياه العذبة أمراً أساسياً لصحة الإنسان والاستدامة البيئية فحسب، بل أيضاً لازدهار الاقتصادي، ولذلك يرمي الهدف 6 إلى ضمان توافر المياه والمرافق الصحية وإدارتها المستدامة للجميع، بسبل منها تحقيق الأهداف المتعلقة بالحصول على مياه الشرب المأمونة والميسورة للجميع على نحو عادل. وتعود أسباب تزايد الطلب على الطاقة إلى زيادة عدد سكان العالم والنمو الاقتصادي والتوسع الحضاري. ويؤثر توفير إمدادات موثوقة من الطاقة وخدمات الطاقة بأسعار معقولة تأثيراً كبيراً على الحد من الفقر وتحقيق النمو الاقتصادي. ويولد إنتاج الطاقة عن طريق الفحم والنفط انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، ولذلك ثمة قضية ملحة في العديد من البلدان هي زيادة الكفاءة في استخدام الفحم والنفط والغاز، إلى جانب الحاجة إلى زيادة استخدام الطاقة المتجددة، مثل الطاقة الكهرومائية، والكتلة الأحيائية، والطاقة الشمسية، وطاقة الرياح، والطاقة الحرارية الأرضية، وطاقة الأمواج والمد والجزر<sup>(59)</sup>.

48- وتبين الخريطة العالمية لحماية المستهلك أن قوانين حماية المستهلك تتناول مسألة المياه والطاقة في 26 دولة من الدول الأعضاء الـ 63 التي ردت على استبيان الأونكتاد. وقد خصصت الدول التي اعتمدت قوانين لحماية المستهلك لا تغطي الطاقة أو المياه قوانين أو لوائح لهذه القطاعات، ومنها الأردن، وإندونيسيا، وأوكرانيا، وبنما، وتايلند، وجنوب أفريقيا، وشيلي، وكولومبيا.

49- وتهدف المبادئ التوجيهية، بصيغتها المنقحة التي وضعت عام 2015، إلى ضمان حماية المستهلكين، بمن فيهم المستهلكون في المناطق الريفية، حماية كافية عند استهلاكهم للسلع والخدمات الأساسية مثل المياه والطاقة. ويدعو المبدأ التوجيهي 76 الدول إلى جعل الطاقة النظيفة في متناول الجميع، وإلى وضع أو إدامة أو تعزيز السياسات الوطنية الرامية إلى تحسين إمدادات الطاقة التي توفّر للمستهلكين بكلفة ميسورة تبعاً لظروفهم الاقتصادية وتحسين أنماط توزيعها وجودتها. وفي هذا الصدد، اعتمدت المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس معايير في مجالات عديدة هدفها الرئيسي المساعدة في تحسين حماية المستهلك. وقد اعتمد معيار يتعلق بخدمات الطاقة في عام 2016، يتضمن المبادئ التوجيهية الرامية إلى تقييم وتحسين توفير خدمات الطاقة للمستخدمين، والتي اقترحتها المنظمة الدولية للمستهلكين. ويهدف هذا المعيار إلى ضمان حصول المستهلكين على الطاقة على نحو شامل ومنصف، وهو يوفر مبادئ توجيهية بشأن تلبية احتياجات وتوقعات المستهلكين، ومعايير لتقييم توفير خدمات الطاقة للمستهلكين، وسبباً لتثقيف المستهلكين أو تدريبهم على فهم خدمات الطاقة التي يوفرها مقدم الخدمات.

(58) الأونكتاد، 2017، دليل حماية المستهلك (جنيف).

(59) TD/B/C.I/MEM.4/17.

50- ويدعو المبدأ التوجيهي 72 الدول الأعضاء إلى وضع أو إدامة أو تعزيز السياسات الوطنية لتحسين إمدادات مياه الشرب وأنماط توزيعها وجودتها. واعتمدت المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس العديد من المعايير المتصلة بالمياه، لا سيما فيما يتعلق بمياه الشرب وخدمات الصرف الصحي. وتوفر هذه المعايير مبادئ توجيهية لتقييم وتحسين وإدارة الأنشطة المتصلة بخدمات شبكات مياه الشرب والصرف الصحي، وتساعد السلطات والمشغلين على تلبية توقعات المستهلكين والتقييد بمبادئ التنمية المستدامة<sup>(60)</sup>.

51- وتشكل المبادئ التوجيهية أداة مفيدة للدول الأعضاء في تصميم سياسات حماية المستهلك، وهي لا تزال مناسبة. وتحتاج مجالات مثل المرافق العامة إلى مزيد من البحث. ويشير المبدأ التوجيهي 97 إلى أن من بين مهام فريق الخبراء الحكومي الدولي النظر في الدراسات والوثائق والتقارير ذات الصلة الصادرة عن المؤسسات المعنية في منظومة الأمم المتحدة وغيرها من المنظمات والشبكات الدولية، من أجل تبادل المعلومات المتعلقة ببرامج العمل ومواضيع التشاور، وتحديد المشاريع التي تتيح المجال لتقاسم العمل والتعاون في مجال تقديم المساعدة التقنية. وبالإضافة إلى ذلك، ينشر الأونكتاد نتائج عمل المنظمات الأخرى (الدراسات والتقارير والمبادئ التوجيهية) في دورات فريق الخبراء الحكومي الدولي.

## خامساً - برنامج عمل فريق الخبراء الحكومي الدولي، 2016-2020

52- تنص المبادئ التوجيهية على مهام فريق الخبراء الحكومي الدولي. وقد اعتمد فريق الخبراء الحكومي الدولي في دورته الأولى إجراءاته وأسلوب عمله<sup>(61)</sup>. وستنضم مؤتمر الأمم المتحدة الثامن لاستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف قراراً بشأن برنامج عمل فريق الخبراء الحكومي الدولي للفترة 2020-2025.

53- وقد زادت المشاركة في دورات فريق الخبراء الحكومي الدولي على مر السنين، ويضم المشاركون وكالات وطنية وإقليمية لحماية المستهلك، وسلطات حكومية دولية، وممثلين من البعثات الدائمة في جنيف، فضلاً عن أصحاب المصلحة الآخرين ذوي الصلة من المنظمات الدولية والأوساط الأكاديمية وروابطات المستهلكين والقطاع الخاص<sup>(62)</sup>. واعتمدت كل دورة استنتاجات متفق عليها، توضح توافق الآراء الدولي بشأن مختلف المسائل المتعلقة بحماية المستهلك، وتضع برنامج العمل فيما بين الدورات. ووفقاً للمبادئ التوجيهية، يتمتع فريق الخبراء الحكومي الدولي عن إصدار الأحكام بخصوص أنشطة أو سلوكيات فرادى الدول الأعضاء أو فرادى المؤسسات فيما يتعلق بأي صفقة أعمال (المبدأ التوجيهي 98). ولم تسند إليه ولاية استعراض المبادئ التوجيهية قبل انعقاد مؤتمر الأمم المتحدة الثامن لاستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد.

54- وعقد فريق الخبراء الحكومي الدولي دورات سنوية رفيعة المستوى بشأن تنفيذ المبادئ التوجيهية، ونظر في مختلف الدراسات والبحوث التي أعدها أمانة الأونكتاد، وأجرى مناقشات بشأن حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، وتسوية المنازعات وجبر الضرر، وسلامة المنتجات الاستهلاكية،

(60) انظر <https://www.iso.org/publication/PUB100293.html>.

(61) TD/B/C.I/CPLP/4.

(62) تشمل المنظمات الدولية والإقليمية التي أسندت إليها ولاية حماية المستهلك والتي شاركت في الدورات رابطة أمم جنوب شرق آسيا، والجماعة الاقتصادية والنقدية لوسط أفريقيا، والسوق المشتركة لشرق أفريقيا والجنوب الأفريقي، واللجنة الاقتصادية للمنطقة الأوروبية الآسيوية، والمفوضية الأوروبية، ومنظمة الدول الأمريكية، واللجنة الاقتصادية لأوروبا. انظر TD/B/C.I/CPLP/4 و TD/B/C.I/CPLP/9 و TD/B/C.I/CPLP/15 و TD/B/C.I/CPLP/20.

ومساهمة حماية المستهلك في الاستهلاك المستدام<sup>(63)</sup>. وبالإضافة إلى ذلك، عقد فريق الخبراء الحكومي الدولي مناقشات مائدة مستديرة بشأن التحديات التي تواجه الاقتصاد التعاوني وآفاقه، ومشاركة أصحاب المصلحة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وحماية المستهلك في الخدمات المالية وحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين، فضلاً عن التقارير السنوية عن بناء القدرات والمساعدة التقنية في مجال قوانين وسياسات حماية المستهلك. وحتى الآن، أجرت إندونيسيا والمغرب استعراضات نظراء طوعية لقانون وسياسات حماية المستهلك، وأجري استعراض النظراء الطوعي لقانون وسياسات حماية المستهلك في بيرو عام 2020<sup>(64)</sup>. وأطلق فريق الخبراء الحكومي الدولي أيضاً أداتين رئيسيتين لتبادل أفضل الممارسات، هما الخريطة العالمية لحماية المستهلك والقائمة الافتراضية لأفضل الممارسات الدولية بشأن حماية المستهلك والمنافسة. وأطلقت القائمة الافتراضية بالتعاون مع بيرو وبعد تقديمها لتبرع. وأخيراً، نُظمت أنشطة جانبية مختلفة على هامش كل دورة.

55- وطلب فريق الخبراء الحكومي الدولي، كي يتمكن من مواصلة أعمال دوراته السنوية على مدار السنة، وتسهيل الضوء على أفضل الممارسات وتيسير تبادل المعلومات والمشاورات، إلى الأونكتاد أن ينشئ عدة أفرقة عاملة ترأسها الدول الأعضاء وتدخل في عضويتها على أساس طوعي، دون أن تترتب على ذلك أي آثار مالية على الميزانية العادية للأمم المتحدة. أما الفريق العامل المعني بحماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين فقد جمع في 2017-2018 أفضل الممارسات المتعلقة بهذه المسألة، مسلماً بعدم وجود تعريف وحيد لضعف المستهلك وبأن السياسات الوطنية تلبي الاحتياجات الاجتماعية والاقتصادية الخاصة بالمستهلكين في كل بلد. وقد أنشئ الفريق العامل المعني بحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية عام 2017، وهو يركز حالياً على الممارسات التجارية المضللة وغير المنصفة، وتثقيف المستهلكين وتوجيه الأعمال التجارية، والتعاون في مجال الإنفاذ عبر الحدود. وقد أنشئ الفريق العامل المعني بسلامة المنتجات الاستهلاكية عام 2018 وهو يهدف إلى تعزيز أطر سلامة المنتجات الاستهلاكية على الصعيد الوطني والإقليمي والدولي من أجل حماية المستهلكين من الأخطار التي تهدد صحتهم وسلامتهم؛

56- وهكذا، نجح فريق الخبراء الحكومي الدولي في الوفاء بولايته. وقد وقر، ضمن مهام أخرى، منتدى للمشاورات المتعددة الأطراف والمناقشات وتبادل الآراء بين الدول الأعضاء بشأن المسائل المتصلة بالمبادئ التوجيهية، وجمع المعلومات ونشرها، وأجرى دراسات وبحوثاً، وأجرى استعراضات للأقران في البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية وقدم لها المساعدة التقنية في مجال بناء القدرات وتوصيات تتعلق بسياسات حماية المستهلك.

## سادساً- العمل المستقبلي والمسائل المطروحة للمناقشة

57- في القرار 186/70، تحيط الجمعية العامة علماً بالولاية المسندة إلى مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية فيما يتعلق بإجراء تحليلات وبحوث وتقديم المساعدة إلى جميع الدول الأعضاء على وضع سياسات تتعلق بالمنافسة وحماية المستهلك وتنفيذها، وتشجيع تبادل أفضل الممارسات، وإجراء استعراضات النظراء فيما يتعلق بتنفيذ هذه السياسات. وتمثل دورات فريق الخبراء الحكومي الدولي الاجتماعات السنوية الوحيدة بشأن حماية المستهلك التي تضم عضوية حكومية شبه عالمية. وسيقرر مؤتمر الأمم المتحدة الثامن لاستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد مجالات عمل الأونكتاد

(63) TD/B/C.I/CPLP/17؛ TD/B/C.I/CPLP/12؛ TD/B/C.I/CPLP/11؛ TD/B/C.I/CPLP/7

(64) TD/RBP/CONF.9/7؛ TD/B/C.I/CPLP/18؛ TD/B/C.I/CPLP/13؛ TD/B/C.I/CPLP/6

المتصلة بحماية المستهلك في الفترة 2020-2025. وتقتراح أمانة الأونكتاد التركيز على القضايا الناشئة، على النحو المفصل في هذه المذكرة، ولا سيما ما يلي:

(أ) التحديات الناشئة في مجال حماية المستهلك، مثل تطورات الاقتصاد الرقمي، وسلامة المنتجات ووصول المستهلكين إلى السلع والخدمات الأساسية، والخدمات المالية وحل المنازعات وجبر الضرر؛

(ب) التعاون الدولي بشأن حماية المستهلك؛

(ج) الاحتياجات الخاصة للمستهلكين الضعفاء والمحرومين والتحديات التي تواجههم؛

(د) مشاركة أصحاب المصلحة في حماية المستهلك، أي السلطات الحكومية ورابطات المستهلكين، ودوائر الأعمال التجارية.

58- وقد يود مؤتمر الأمم المتحدة الثامن لاستعراض جميع جوانب مجموعة المبادئ والقواعد النظر في المسائل التالية المطروحة للمناقشة:

(أ) ما هي الاتجاهات والتحديات الناشئة في مجال حماية المستهلك؟

(ب) ما هي مجالات المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك التي تحتاج إلى مزيد من المناقشة والتنفيذ؟

(ج) كيف يمكن تعبئة موارد خارجة عن الميزانية لدعم تنفيذ المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك وولاية الأونكتاد بشأن حماية المستهلك؟