

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

الأونكتاد



برنامج الأونكتاد
لمنطقة الشرق الأوسط
وشمال أفريقيا



المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك:

هيكل الوكالة المختصة وفعاليتها



الأمم المتحدة

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

الأونكتاد



برنامج الأونكتاد
لمنطقة الشرق الأوسط
وشمال أفريقيا



المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك:

هيكل الوكالة المختصة وفعاليتها



الأمم المتحدة
نيويورك وجنيف، ٢٠١٧

© ٢٠١٧، الأمم المتحدة

هذا العمل هو وثيقة متاح الوصول إليها للجميع ويمثل لرخصة المشاع الإبداعي للمنظمات الحكومية الدولية، وهو الأمر المتاح على الرابط <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>.

والنتائج والتفسيرات والاستنتاجات المتوصل إليها والمغرب عنها هنا هي للمؤلفين ولا تعبر بالضرورة عن آراء الأمم المتحدة، أو موظفيها، أو الدول الأعضاء.

وليس في التسميات المستخدمة في هذا العمل ولا في طريقة عرض مادته على أي خريطة فيه ما ينطوي على الإعراب عن أي رأي كان من جانب الأمم المتحدة بشأن المركز القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة، أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين تخومها أو حدودها.

وتولّى تحرير هذا المنشور خارجياً روبرت ميد.

ويُسمح بأخذ صور ضوئية لمقتطفات من المنشور أو باستنساخها مع الإشارة المناسبة إلى المصدر.

وهذا المنشور من منشورات الأمم المتحدة صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد).

شكر وتقدير

أعدّ منشور الأونكتاد المعنون المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك: هيكل الوكالة المختصة وفعاليتها لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الخبير الاستشاري الرئيسي روبن سيمسون، وفريق يتألف من تيريزا موريرا رئيس فرع سياسات المنافسة وحماية المستهلك، وأرناو إيزاغويري، وجولييتا كوكا، وغراهام موت، وأنا كانديدا مونييس.

ويوجّه شكرٌ خاص إلى الحكومة السويدية لتقديمها دعماً مالياً سخياً إلى برنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مما مكّن من إعداد هذا المنشور.

وتولّت إعداد الغلاف ماغالي شتودر.

المحتويات

iii	شكر وتقدير
vii	تصدير
١	١- مقدمة
٢	٢- السياق الدولي ومعايير حماية المستهلك
٢	١-٢ مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك
٤	٢-٢ صكوك أخرى للأونكتاد
٤	٢-٣ منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي
٥	٢-٤ مجموعة العشرين
٥	٢-٥ تنظيم المقاييس الدولية
٧	٢-٦ مفهوم حقوق المستهلك: الاحتياجات المشروعة" في سياق مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك
٧	٢-٧ حماية المستهلك والأحكام الدستورية
٩	٢-٨ حقوق المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
١٢	٣- السياسة الخاصة بالمستهلك وقانون حماية المستهلك
١٢	٣-١ القوانين العامة أم القطاعية
١٣	٣-٢ التشريعات الإطارية
١٤	٣-٣ قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
٢١	٤- الهيكل المؤسسي لوكالات حماية المستهلك
٢١	٤-١ هيكل ومهام وكالات حماية المستهلك: منظور عالمي
٢٤	٤-٢ هيكل ومهام وكالات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
٢٨	٤-٣ الموارد والمساءلة
٢٩	٤-٤ مشاركة أصحاب المصلحة في حماية المستهلك
٣٤	٤-٥ التعاون الدولي
٣٨	٥- الاستنتاجات: التحديات التي تواجه حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا....
٣٨	٥-١ التعليقات الواردة من المنطقة
٣٩	٥-٢ المسائل المستقبلية
٣٩	٥-٢-١ إمكانية الحصول على السلع والخدمات الأساسية، والمستهلكين الضعفاء
٤٠	٥-٢-٢ التجارة الإلكترونية والخصوصية
٤٤	الحواشي

تصدير

تستند هذه المبادئ التوجيهية والتحليل المصاحب لها إلى مجموعة من المصادر وإلى تبادل وجهات النظر مع الزملاء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتشمل المصادر المرجعية التقرير الاستهلاكي لعام ٢٠١٥ وبيانات دراسات استقصائية، قدمتها بعض البلدان إلى أمانة الأونكتاد. وترد هذه المصادر ضمن سياق مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك التي صيغت لأول مرة في عام ١٩٨٥ ثم نُفحت لاحقاً في عامي ١٩٩٩ و٢٠١٥. واستُخدمت مصادر أخرى خاصة بالأونكتاد، وخاصة دليل حماية المستهلك، الذي نُشر لأول مرة في عام ٢٠٠٤ ونُفح لاحقاً في الفترة ٢٠١٦-٢٠١٧. ثم نُشر عندئذ كنسخة مُسبقة مؤقته من أجل المؤتمر الوزاري للأونكتاد الذي عُقد في تموز/يوليه ٢٠١٦. ويركز تحليل التشريعات تركيزاً شديداً على قوانين حماية المستهلك في البلدان المشمولة بالدراسة، وهي الأردن، وتونس، والجزائر، ودولة فلسطين، ولبنان، ومصر، والمغرب. ويُنبّه القراء إلى وجود تشريعات أخرى - تغطي قطاعات معينة - تحتوي أيضاً على أحكام بشأن حماية المستهلك. بيد أنه مع الإشارة هنا إلى مثل هذه التشريعات حيثما كان ذلك ممكناً، فإن إخضاعها لنفس مستويات التحليل التفصيلي يجعل التناول أوسع بكثير مما ينبغي. وتجدر الإشارة إلى أنه قد تحدث بعض أوجه عدم الدقة بسبب ترجمة الوثائق من العربية إلى الإنكليزية و/أو الفرنسية. وهذه اللغات هي اللغات الرئيسية التي يعمل على أساسها فريق حماية المستهلك.

ويرافق هذه المبادئ التوجيهية لوكالات حماية المستهلك مجلّد شقيق بعنوان "المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك: مشاركة قطاع الأعمال". وهي تشكل كذلك جزءاً من سلسلة تشمل أيضاً: "سياسة المنافسة: المبادئ التوجيهية للإدارة الرشيدة: الاستقلالية والشفافية"، وكذلك "المبادئ التوجيهية للمنافسة: برامج التساهل"؛ والأونكتاد، برنامج الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ٢٠١٦. ويوصى القراء بالرجوع إلى هذه المنشورات كلما أمكن ذلك.

1- مقدمة

صاحبة المصلحة مثل المنظمات المعنية بالمستهلك والمؤسسات التجارية والأوساط الأكاديمية ووسائل الإعلام.

وتستند هذه الدراسة إلى عمل وكالات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وإلى خبرات الوكالات المناظرة في أماكن أخرى، عند الاقتضاء. ويعد "هيكل الوكالة" على النحو الوارد في العنوان واضحاً بذاته. ولكن "فعالية الوكالة" هي أمر مفتوح لتفسيرات أوسع نطاقاً تشمل التفسيرات السياسية، وتفسيرات أضيّق نطاقاً تركز على المسائل التشغيلية - بما في ذلك قياسات الأداء. ونحن نعتمد عناصر من كلا النهجين، رغم أنه يصعب، من الناحية العملية، إيجاد التفاصيل التشغيلية. ونهدف إلى صياغة مبادئ توجيهية تتسق مع تحليلنا. ونشير إلى مبادئنا التوجيهية باعتبارها "توصيات" من أجل تمييزها عن تلك الواردة في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك - المتاحة باللغات الإسبانية والإنكليزية والروسية والصينية والعربية والفرنسية على الموقع الشبكي للأونكتاد⁽¹⁾.

يغطي إطار حماية المستهلك مجموعة متنوعة من الآليات المؤسسية التي تضم وكالات حماية المستهلك، وهي موضوع هذه المبادئ التوجيهية. وتؤدي الدولة دوراً هاماً في ضمان أن تعمل حماية المستهلك بفعالية وبأسلوب لا يقيد حرية المؤسسات التجارية في العمل بشكل مشروع، أو يجمع حرية المستهلكين في ممارسة الاختيار الفردي. وفيما يلي العناصر الأساسية لإطار حماية المستهلك⁽¹⁾:

- وجود سياسة وطنية بشأن حماية المستهلك تحدّد النهج الذي تتبعه الدولة في هذا الأمر، وتعّدّد حقوق المستهلكين، وتوزّع المسؤولية عن حماية المستهلك بين الأجهزة الرسمية الملائمة؛
- وجود وكالة مخصصة لحماية المستهلك تتولّى المسؤولية عن تطوير وإنفاذ هذه الحماية، بحيث يمكن للوكالة أن تتعاون بشكل وثيق مع الوزارات المختلفة ذات الصلة، وأن تتشاور مع الجهات الأخرى

٢- السياق الدولي ومعايير حماية المستهلك

٢-١ مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك

لا يوجد "معياري ذهبي" مطلق للسياسة والممارسة الخاصة بالمستهلك. وهناك مصدر مرجعي رئيسي للدراسة المقارنة يتمثل في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. فهي تقدم مجموعة - تم الاتفاق عليها بشكل متعدد الأطراف وبالإجماع - من المبادئ التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة، وهي هيئة عالمية بالفعل تضم جميع البلدان المستفيدة في برنامج حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا^(٣). وتشمل مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك هيئات أخرى مع مبادئها وأهدافها كذلك المتفق عليها في إطار أهداف التنمية المستدامة، ومبادئ توجيهية أخرى صادرة عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن التجارة الإلكترونية، وعن مجموعة العشرين (من خلال منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي) لحماية المستهلك في الخدمات المالية^(٤).

ولا تعد مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك نموذجاً موحداً بأي حال من الأحوال. فهي تقر في المبدأ التوجيهي ٤ بحاجة الدول الأعضاء إلى تحديد أولوياتها "وفقاً لظروف البلد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ولاحتياجات سكانه، مع مراعاة تكاليف التدابير المقترحة وفوائدها".

ومن ناحية هيكل وكالات حماية المستهلك، فإن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك تعد صريحة في توصياتها. فالمبدأ التوجيهي ٨ يحدد أن على الدول الأعضاء "أن توفر ... أو تواصل توفير الهياكل الأساسية الملائمة لوضع السياسات المتعلقة بحماية المستهلك وتنفيذها ورصدها". ويحدد المبدأ التوجيهي ١٤ أهداف سياسات حماية المستهلك وهي كالتالي:

- ألف- ممارسات تجارية سليمة؛
- باء- تقديم معلومات واضحة وفي أوانها تمكن المستهلكين من الاتصال بالمؤسسات التجارية بسهولة، وتمكن السلطات التنظيمية وتلك المختصة بإنفاذ القانون من تحديد هوية ومواقع تلك المؤسسات. وقد يشمل ذلك تقديم معلومات من قبيل ما يتعلق بهوية المؤسسة التجارية واسمها القانوني والاسم الذي تمارس أنشطتها تحته، وعنوانها الجغرافي الرئيسي، وموقعها الشبكي وبريدها الإلكتروني أو غير ذلك من وسائل الاتصال بها، ورقم هاتفها ورقمي تسجيلها أو رخصتها لدى الحكومة؛
- جيم- تقديم معلومات واضحة وفي أوانها عن السلع أو الخدمات التي تقدمها المؤسسات التجارية والأحكام والشروط التي تخضع لها المعاملات ذات الصلة؛
- دال- وضع شروط تعاقدية واضحة ومقتضبة ويسيرة على الفهم وعادلة؛
- هاء- اتباع عملية شفافة لتأكيد المعاملات وإلغائها وإعادة بضاعتها واسترداد مبلغها؛
- واو- وضع آليات دفع مأمونة؛
- زاي- إجراءات عادلة وميسورة التكلفة وسريعة لتسوية المنازعات وجبر الضرر؛
- حاء- خصوصية المستهلك وأمن البيانات؛
- طاء- تثقيف المستهلك ودوائر الأعمال التجارية.

ويهب المبدأ التوجيهي ١٥ بالدول الأعضاء أن تعمل "على ضمان أن تمتلك الوكالات المختصة بإنفاذ حماية المستهلك الموارد البشرية والمالية الضرورية لتعزيز التقيد الفعال وحصول المستهلكين على التعويض أو تيسير حصولهم عليه في الحالات التي تقتضي ذلك". وهذا يشير إلى النقطة البالغة الأهمية المتمثلة في ضمان الموارد مع ترك التفسير الدقيق للآلية مفتوحاً. وبالإضافة

ويضم العديد من هذه الأقسام دون الفرعية تقسيمات إضافية، وخاصة الأخير الذي يميز قطاعات بعينها للنظر فيها بشكل خاص وهي: الأغذية والمياه والمستحضرات الصيدلانية والطاقة والمرافق العامة والسياحة. و"وضع إشارات لعناوين" الفروع يجعل من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك منشوراً يسهل تصفحه نسبياً، رغم أنه يضم ما مجموعه ٩٩ فقرة.

وعلى الرغم من المجموعة المتنوعة من المسائل المأخوذة بعين الاعتبار في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك - بما فيها القطاعات المذكورة في الفرع كاف أعلاه - هناك قطاعات تتلقى اهتماماً ضئيلاً. ومع أن هناك فرعاً جديداً عن التجارة الإلكترونية، فلا يُذكر سوى القليل عن قطاعي الاتصالات والمنتجات الرقمية ذوي الصلة. ولا يظهر القانون التجاري وقانون الملكية الفكرية بشكل بارز على الرغم من أهمية التجارة في مناطق مثل الشرق الأوسط وشمال أفريقيا التي تعمل على تطوير التكامل الإقليمي. وحيث لا تُذكر قطاعات فردية بشكل محدد، فإنه ينبغي تغطيتها بالأحكام الأخرى التي تنسج بطابع "أفقي" أكثر من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. ومن أمثلة ذلك "مبادئ الممارسات التجارية السليمة" في إطار الفرع الرابع.

وكثيراً ما يشار إلى مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك في التشريعات الوطنية. وأحياناً ما يكون ذلك صراحة أو ضمناً عن طريق اعتماد أجزاء من النص أو المفاهيم من هذه المبادئ. ولكن من المهم هنا توضيح أن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية - من الناحية القانونية الفعلية - ليست مجموعة من المبادئ التوجيهية الملزمة قانوناً التي يمكن فرضها على الدول. فهي ناتجة عن قرار اتخذته الجمعية العامة للأمم المتحدة بتوافق الآراء. ومن ثم، فإنها تمثل مرجعية أدبية رفيعة لدى جميع أعضاء الأمم المتحدة. وأثبت هذا الإقناع الأدبي نجاحه البارز نظراً لعدد الدول الأعضاء التي أشارت إلى محتويات مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية واستخدمتها.

التوصية ١: نوصي بأن تستخدم الولايات القضائية بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك باعتبارها قائمة مرجعية للسياسات والقوانين والمؤسسات المعنية بالمستهلك. ولا يعني ذلك بالضرورة استنساخ هذه المبادئ التوجيهية حرفياً، حيث إنها

إلى ذلك، يقتضي الفرع السادس بشأن التعاون الدولي النهوض بالتعاون فيما بين الوكالات، دون أن يحدد الهياكل أيضاً. وهذا يظهر التوقع العام بالالتزام مع ترك العمليات الفعلية المتعلقة بكيفية هيكل الوكالات ذات الصلة إلى الحكومات الوطنية المعنية.

إن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية نفسها لديها هيكل يمكن للتدابير الوطنية محاكاته بالدرجة التي تعتبر ملائمة من قبل صناعات السياسات على الصعيد الوطني، بمن فيهم المشرعون.

والفروع الرئيسية هي كالتالي:

- أولاً- الأهداف؛
 - ثانياً- النطاق؛
 - ثالثاً- المبادئ العامة؛
 - رابعاً- مبادئ الممارسات التجارية السليمة؛
 - خامساً- المبادئ التوجيهية؛
 - سادساً- التعاون الدولي؛
 - سابعاً- الآلية المؤسسية الدولية.
- ويعد الفرع الخامس المعنون "المبادئ التوجيهية" هو الأطول إلى حد كبير، ويجسد الأهداف الأساسية لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. وينقسم إلى العناوين الفرعية التالية:

- ألف- السياسات الوطنية لحماية المستهلك؛
- باء- السلامة المادية؛
- جيم- تعزيز مصالح المستهلكين الاقتصادية وحمايتهم؛
- دال- المعايير المتعلقة بسلامة السلع والخدمات الاستهلاكية وجودتها؛
- هاء- مرافق توزيع السلع والخدمات الاستهلاكية الأساسية؛
- واو- تسوية المنازعات وإنصاف المستهلكين؛
- زاي- برامج التثقيف والإعلام؛
- حاء- تشجيع الاستهلاك المستدام؛
- طاء- التجارة الإلكترونية؛
- ياء- الخدمات المالية؛
- كاف- التدابير المتعلقة بمجالات محددة.

تشارك فيها مصر. وبالإضافة إلى مجموعة متنوعة من ورقات المناقشة في مجال السياسات، تصدر هذه المنظمة توصيات على درجة من القوة القانونية، إذ يعتمد المجلس الوزاري للمنظمة. كما أن لها أثراً فكرياً لا شك فيه يتجاوز عضوية المنظمة. وحسبما يورد موقعها الشبكي: فإن "التوصيات غير ملزمة قانوناً ولكن الممارسة تمنحها قوة أدبية كبيرة باعتبارها تمثل الإرادة السياسية للبلدان الأعضاء، مع توقع قيام البلدان الأعضاء بكل ما في وسعها من أجل تنفيذ أي توصية تنفيذياً تماماً"^(٧). وفيما يلي قائمة بالتوصيات التي أقرتها اللجنة المعنية بسياسات الاستهلاك:

- سلامة المنتجات الاستهلاكية: ست توصيات يرجع تاريخها لما بين عامي ١٩٧٧ و١٩٨٩، كانت آخرها عن أنظمة الإخطار المتعلقة بسلامة المنتجات؛
 - الائتمان الاستهلاكي، ١٩٧٧؛
 - حماية المستهلك، ١٩٩٨، إعلان وزاري بشأن حماية المستهلك في سياق التجارة الإلكترونية، نُفحت عام ٢٠١٦؛
 - توصية المجلس بشأن المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك من الممارسات التجارية الاحتيالية والتضليلية العابرة للحدود؛
 - توصية المجلس بشأن تسوية المنازعات الخاصة بالمستهلكين وإنصافهم؛
 - توصية المجلس بشأن صنع القرار في مجال السياسات الخاصة بالمستهلك.
- ويرد بعض ما جاء أعلاه في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، وتحديد المبادئ التوجيهية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، ومن ثم - بالتبعية - المبادئ التوجيهية المتعلقة بالخصوصية والمذكورة أيضاً في الوثيقة ذاتها. (وهي لم تنشأ من اللجنة المعنية بسياسات الاستهلاك).

وفي عام ٢٠١٠، أعدت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي مجموعة أدوات للسياسة الخاصة بالمستهلك، تعد دليلاً حاسماً للتدخل من قبل وكالات حماية المستهلك. وتمثل الإشكالية التي تواجهها الوكالات في أن النطاق المحتمل للتدخل بالغ الاتساع، في حين أن الموارد المتاحة لها محدودة. ووضعت المنظمة عملية من ست خطوات لاتخاذ القرارات على النحو التالي^(٨):

تقدم - كما يوحي الاسم - نطاقاً واسعاً للمرونة. وفضلاً عن ذلك، فإن لدى الدول الأعضاء حرية الذهاب إلى ما هو أبعد من مقتضيات هذه المبادئ التوجيهية إذا رغبت في ذلك.

٢-٢ صكوك أخرى للأونكتاد

إن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك ليست الصكوك الوحيدة للأونكتاد في مجال حماية المستهلك. فمن الصكوك ذات الصلة بنفس القدر دليل حماية المستهلك الذي صيغ لأول مرة عام ٢٠٠٤، ثم نُفح بشكل موسع في عام ٢٠١٦. وتجري إعادة إصداره حالياً في عام ٢٠١٧، وعُرضت نسخة مسبقة أثناء مؤتمر الأونكتاد الوزاري في نيروبي منتصف عام ٢٠١٦^(٩). ويشمل الدليل جميع المجالات المشمولة بمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية وأكثر، حيث يقدم مزيداً من التفاصيل عن قطاعات مثل المرافق والأغذية والخدمات المالية. وتعد المناقشة على مستوى السياسات بالدرجة الأولى، ولكن توجد أيضاً فصول تشغيلية مكرسة لقانون المستهلك، والوكالات والجمعيات المعنية بالمستهلك، والتنظيم الذاتي، والتعاون الدولي، فضلاً عن فصول جديدة بشأن القضايا الناشئة حديثاً مثل التجارة الإلكترونية والخصوصية.

وبالإضافة إلى ذلك، أتم الأونكتاد مؤخراً بعض الأعمال المبتكرة بشأن التجارة الإلكترونية والحماية الرقمية للمستهلكين. ويشير برنامج الأونكتاد لتتبع قوانين الفضاء الإلكتروني إلى المجالات الرئيسية الأربعة للتنظيم في ميدان التجارة الإلكترونية، وهي قوانين المعاملات الإلكترونية؛ وقوانين الخصوصية وحماية البيانات؛ وقوانين مكافحة الجريمة الإلكترونية؛ وقوانين حماية المستهلك. وفي عام ٢٠١٥، خلص برنامج تتبع قوانين الفضاء الإلكتروني إلى أنه بينما توجد بالفعل تشريعات تغطي تلك المجالات في البلدان المتقدمة، فإن البلدان النامية متأخرة في هذا الميدان^(١٠). ويُناقش هذا الموضوع بمزيد من التفصيل في سياق التحديات المستقبلية في الفرع ٥.

٣-٢ منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

تضم منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ٣٢ بلداً من البلدان المرتفعة الدخل بالدرجة الأولى، ولديها لجنة معنية بالسياسة الخاصة بالمستهلك

المستوى لحماية المستهلك في سياق الخدمات المالية، التي وُضعت في عام ٢٠١١ ويشار إليها في الفرع المعني بالخدمات المالية من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك^(٩). وبالتالي، فإن هذه الإشارة توسع نطاق مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لتشمل مبادئ أخرى متعلقة بالشمول المالي، الناشئة عن مجموعة العشرين، وأيضاً المبادئ التوجيهية للممارسات الجيدة للبنك الدولي^(١٠). وفي المقابل، فإن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية تغطي بعض المسائل، بما فيها التحويلات والإقراض المسؤول وتأمين ودائع البنوك، التي لا تغطيها المبادئ الرفيعة المستوى لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ومجموعة العشرين. وإجمالاً، فإن كل ذلك يمثل قائمة مرجعية معقولة لقطاع كبير للغاية، وإن لم تكن مركزة في وثيقة واحدة.

٢-٥ تنظيم المقاييس الدولية

هناك معايير أكثر دقة نوعاً ما من الوثائق المذكورة أعلاه وهي المعايير التي تضعها المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس وهيئات دولية أخرى معنية بوضع المقاييس بالتعاون مع مؤسساتها الوطنية المختصة بتوحيد المقاييس. وتحث المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس بذكرى تأسيسها السبعين في عام ٢٠١٧ بدراسات تُظهر فوائد المعايير الدولية للمستهلكين والمؤسسات التجارية. وعلى سبيل المثال، خلصت دراسة أجرتها هذه المنظمة بعنوان "الفوائد الاقتصادية للمعايير" إلى أن مزايا استخدام المعايير تراوحت ما بين ١٥,٠ في المائة و ٥٠ في المائة من إيرادات المبيعات السنوية. وهذا من ناحية المساهمات في إجمالي أرباح الشركات ووفقاً لدراسات الحالة التي صدر تكليف بإجرائها^(١١). ويرد مزيد من التفاصيل عن ذلك في المبادئ التوجيهية المتعلقة بقطاع الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وترتبط المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس بعلاقة رسمية بالأمم المتحدة منذ عام ١٩٤٩، بعد عامين فقط من تأسيس الأمم المتحدة. كما تعمل بشكل مشترك مع اللجنة الكهربائية التقنية الدولية. ويبلغ عدد أعضاء المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس ١٦٣ عضواً على مستوى العالم، ثلاثة أرباعهم من البلدان النامية، ولديها حالياً مجموعة من ٥٠٠ ٢١ معيار. وقد تطورت هذه المعايير من التوحيد القياسي المادي للمكونات وأجهزة القياس (مثلاً، لمستويات التلوث)، وأنظمة الإدارة (مثلاً، للمنظمات المعنية بسلاسل الإمداد)، إلى نظم مفاهيمية أكثر مثل خدمات

الخطوة ١ ما هي المشكلة؟ حدّد مشكلة المستهلك ومصدرها؛
الخطوة ٢ ما هي درجة خطورتها؟ قس الضرر اللاحق بالمستهلك؛
الخطوة ٣ هي يلزم اتخاذ إجراء؟ حدّد ما إذا كان الضرر اللاحق بالمستهلك يستحق إجراء سياساتياً؛
الخطوة ٤ ما هي الخيارات؟ ضع هدفاً سياساتياً وحدد نطاق الخيارات السياسية؛
الخطوة ٥ ما هو الخيار الأفضل؟ قيّم الخيارات واختر إجراء سياساتياً؛
الخطوة ٦ ما مدى فعالية هذه السياسة؟ أعدّ عملية لاستعراض السياسات لتقييم فعالية هذه السياسة؟

إن الجانب الذي ربما جذب الاهتمام الدولي الأكبر هو التحليل المتعلق "بالضرر اللاحق بالمستهلك"، الذي أصبح في حد ذاته مصطلحاً فنياً. ويمكن أن يشتمل الضرر على آثار مالية وغير مالية، مثل الخسائر المالية المباشرة، وخسارة الوقت، والتعرض للإجهاد، والإصابة البدنية". ويتعين أن يراعي القرار بشأن التدخل من عدمه مسائل مثل حجم الضرر اللاحق بالمستهلك، ومن الذي يعاني منه، ومدته واتجاهه المتوقعين، وكذلك ما يحتمل وقوعه من تبعات لعدم اتخاذ أي إجراء ومن تكاليف على الاقتصاد بخلاف ما يتكبدته المستهلك. ويركز هذا التحليل الآن على الخطوات ٤ و ٥ و ٦.

التوصية ٢: يلزم أن تحدد وكالات حماية المستهلك مدى خطورة الضرر اللاحق بالمستهلك والنتائج المحتملة للتدخل قبل استخدام مواردها القليلة على حساب إجراءات بديلة أخرى. وتضع مجموعة الأدوات الخاصة بمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي الخيارات في هيكل تقييمي منطقي، وهي بالتالي تستحق النظر كعنصر معاون لمساعدة وكالات حماية المستهلك على البت فيما يخص نطاق التدخل وفعاليتها.

٢-٤ مجموعة العشرين

تمثل مجموعة العشرين تجمعاً للاقتصادات العشرين الرئيسية في العالم، وقد برزت في السنوات الأخيرة - وخاصة عند مواجهة أي أزمة مالية. وعلى سبيل المثال، فقد كلفت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بإعداد المبادئ الرفيعة

لتوحيد المقاييس وهيئة الدستور الغذائي. فهي تشكل أساساً للمعايير التنظيمية ويشار إليها في المبدأ ٧٠ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك.

وهناك إقرار منذ وقت بعيد بالحوافز المبررة أمام التجارة بموجب المادة ٢٠ ("بند الإعفاءات") من الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة، الذي يسمح للدولة العضو بمنع واردات السلع التي يرجح أن تكون مضرّة بصحة الإنسان أو الحيوان أو النبات. وذلك بشرط أن تعامل كل البلدان على قدم المساواة وأن تطبق المعايير بشكل متكافئ على الواردات والسلع المنتجة محلياً.

ومن بين مميزات المعايير - غير الملزمة قانوناً - هو أنه في غياب لائحة أو نظام أساسي موجود مسبقاً، فإن من الممكن أن تعتمد الحكومات باعتبارها لوائح "جاهزة" وتكييفها حسبما تراه مناسباً. وقد يُنظر إلى المعايير أحياناً باعتبارها طريقاً سريعاً نسبياً إلى وضع شكل ما من أشكال التنظيم، وفي غياب البدائل، يمكن تكييفها في الوقت المناسب من قبل المشرعين من أجل فرض الممارسة الجيدة. وفي واقع الأمر، فإن من الصعب عادة التمييز بين اللوائح القانونية والمعايير من النوع الذي تضعه المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس.

وقد تم التشديد على أهمية متطلبات التجارة الدولية لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ليس فقط من أجل حماية المستهلكين، بل أيضاً لكون المنتجين في هذه المنطقة - باعتبارهم مصدرين - يتعين عليهم في الغالب التكيف مع متطلبات البلدان المستوردة مثل بلدان الاتحاد الأوروبي. وعلى سبيل المثال، ينص قانون الغذاء الأردني لعام ٢٠١٥ على منح الشهادات لصادراته. وحتى عندما تكون المعايير طوعية، فإنها تصبح جزءاً من هيكل حماية المستهلك.

التوصية ٣: من أجل تعزيز المستوى الرفيع من الاهتمام بالمعايير الوطنية في تشريعات حماية المستهلك بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ومن أجل المساعدة في مجالي التجارة الدولية والتعاون الإقليمي، يتعين مراعاة القيام - كلياً أو جزئياً - باعتماد المعايير الصادرة عن المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس واللجنة الكهربائية التقنية الدولية. ويجوز للجهات التنظيمية الحكومية أن تعتمد المعايير

العملاء التي تضم إجراءات معالجة الشكاوى والالتزامات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. وتمثل بعض المعايير علامات بارزة مثل معيار ISO 9001 (1987) المتعلق بإدارة الجودة والذي تطور ليكون أول معيار في العالم لنظم الإدارة يصدر بشأنه مليون شهادة على مستوى العالم. ومن بين المعايير الأخرى ISO 14001 (1996) بشأن الإدارة البيئية الصادر بشأنه ٣٢٠.٠٠٠ شهادة؛ و ISO 26000 (2010) بشأن المسؤولية الاجتماعية؛ و ISO 50001 (2011) بشأن كفاءة الطاقة^(١٢).

وتُبدل حالياً جهود كبيرة في مجال السلع والخدمات الرقمية، وأيضاً بشأن المساهمة التي يمكن أن تقدمها المعايير في سبيل تحقيق أهداف التنمية المستدامة. وقد أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بهذه الإمكانيات في القرار الذي اعتمد الصيغة المنقحة لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك في عام ٢٠١٥. وفضلاً عن ذلك، فإن النص الرئيسي للمبادئ التوجيهية يؤيد استخدام المعايير الصناعية في المبدأ التوجيهي ٣٣.

وفي عام ١٩٧٨، أنشئت اللجنة المعنية بسياسات الاستهلاك التابعة للمنظمة الدولية لتوحيد المقاييس ولا تزال تشجع مساهمات المستهلكين في وضع المعايير. فعلى سبيل المثال، وبدعم من اللجنة المذكورة، اعتمدت المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس المعيار الدولي المنشور حالياً بشأن رعاية المستهلك في خدمات الطاقة^(١٣).

وتعد معايير المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس طوعية، وبالتالي فهي غير ملزمة قانوناً، بخلاف المعايير التنظيمية التي يمكن إنفاذها بقانون إداري من خلال الهيئات العامة مثل وكالات حماية المستهلك أو عن طريق إجراءات قضائية. فالمنظمة الدولية لتوحيد المقاييس لا تعتمد مستخدم المعيار، وإنما تضع المعايير التي تختبرها بعد ذلك هيئات اعتماد مستقلة. وتغطي معايير تقييمات الامتثال مسائل مثل معامل الاختبار، وشهادات الامتثال، والاعتماد، والاعتراف المتبادل بنتائج تقييم الامتثال. وقد توسع دور المعايير الطوعية على مدى السنوات حيث تجتهد التشريعات في مجارة التغييرات التقنية. وبناء على ذلك، أقر القانون الدولي التجاري، من خلال معاهدات منظمة التجارة العالمية، بمشروعية المعايير التي تضعها هيئات مثل المنظمة الدولية

- زاي- توفير وسائل فعالة لتسوية منازعات المستهلكين وحصولهم على تعويض؛
- حاء- حرية تشكيل جماعات أو منظمات للمستهلكين وغير ذلك من التنظيمات ذات الصلة، وإتاحة الفرصة لها لكي تعبر عن آرائها في عمليات اتخاذ القرارات التي تمس المستهلكين؛
- طاء- تشجيع أنماط الاستهلاك المستدام؛
- ياء- توفير مستوى من الحماية للمستهلكين مستخدمي التجارة الإلكترونية لا تقل عن الحماية المتاحة في الأشكال الأخرى من التجارة؛
- كاف- حماية خصوصية المستهلك، والتدفق الحر للمعلومات على نطاق عالمي.

وتجدر الإشارة إلى أن الفرع ٢-٨ يناقش مدى تطبيق بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا "للاحتياجات المشروعة".

٢-٧ حماية المستهلك والأحكام الدستورية

في عام ٢٠١٣، أفاد الأونكتاد بأنه في "حالات كثيرة، كُرست حماية المستهلك في الدستور واعترفت بعض البلدان بحقوق المستهلك باعتبارها من حقوق الإنسان"^(١٤). وأشار الأونكتاد تحديداً إلى مصر وإلى الإقرار بالبعد الخاص بحقوق الإنسان من قبل المحكمة المكسيكية العليا في عام ٢٠١٢. وفي منشور صدر في عام ٢٠١٦ برعاية رابطة القانون الدولي، خلص الفصل الافتتاحي عن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك إلى أنه "من غير الممكن إنكار أن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك تمثل مرجعاً دولياً لحماية المستهلك والمعايير السياسية المتعلقة به".

وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، تشير المادتان ٨٥ و ١٢٥ من الدستور الجزائري إلى المستهلكين، وتشير المادة ٢٧ من الدستور المصري لسنة ٢٠١٤ إلى الالتزام "... بمعايير الشفافية والحوكمة ... مع مراعاة ... ضبط آليات السوق ... [وتحقيق] التوازن بين مصالح الأطراف المختلفة، بما يحفظ حقوق العاملين ويحمي المستهلك".

باعتبارها اشتراطات قانونية أو أن تشجع على اعتمادها من قبل الشركات - وخاصة في غياب معايير وطنية.

ويرجع اختيار مسار لاعتماده من بين هذه المسارات إلى صناع القرار على الصعيد المحلي، ولكن هذا الأمر يتطلب أيضاً تقديراً للمجموعة المتنوعة من المعايير. فهناك ما يصلح منها للتشريع مثل القيود المتعلقة بالسلامة، فيما تعتبر أخرى من الممارسات الجيدة مثل مبادئ رعاية المستهلك.

٢-٦ مفهوم حقوق المستهلك: الاحتياجات المشروعة" في سياق مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك

يعد المبدأ التوجيهي ٥ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك هو الذي يشار إليه أكثر من غيره ويعرف عموماً بـ "الاحتياجات المشروعة" للمستهلكين. وهو يرد في الفرع الثالث المتعلق بالمبادئ العامة، وكثيراً ما يشار إلى هذه "الاحتياجات المشروعة" بشكل غير رسمي على أنها "حقوق المستهلك".

و"الاحتياجات المشروعة" التي ترمي المبادئ التوجيهية إلى تلبيتها تتمثل فيما يلي:

- ألف- حصول المستهلكين على السلع والخدمات الأساسية؛
- باء- حماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين؛
- جيم- حماية المستهلكين من الأخطار التي تهدد صحتهم وسلامتهم؛
- دال- تعزيز مصالح المستهلكين الاقتصادية وحمايتهم؛
- هاء- توفير سبل حصول المستهلكين على المعلومات الوافية التي تمكنهم من الاختيار عن اطلاع وفقاً لرغبات كل منهم واحتياجاته؛
- واو- تثقيف المستهلكين، بما في ذلك التثقيف بشأن الآثار البيئية والاجتماعية والاقتصادية المترتبة على اختياراتهم؛

طعن الاتحاد المصرفي في قابلية تطبيق هذا القانون إزاءه، ولكن المحاكم قضت في عام ٢٠٠٦ بأن الأحكام الدستورية ذات الصلة قابلة للتطبيق بالفعل. وفي سياق خصخصة المرافق العامة، طُبق قانون حماية المستهلك أيضاً على الخدمات العامة "التجارية" (مثل المرافق العامة) على الرغم من الحجج بخلاف ذلك^(١٦).

وعلى المستوى الإقليمي، تستخدم الجماعة الكاربية (اتفاق التجارة الحرة لمنطقة البحر الكاريبي) والاتحاد الأوروبي عناصر من "الاحتياجات المشروعة" بالمبادئ التوجيهية لأحكام اتفقاتهما التجارية الإقليمية الشاملة^(١٧). وتفيد معاهدة الاتحاد الأوروبي الموحدة بشأن سير عمل الاتحاد بأنه "من أجل تعزيز مصالح المستهلكين وضمان مستوى رفيع من حماية المستهلك، يساهم الاتحاد في حماية صحة المستهلكين وسلامتهم ومصالحهم الاقتصادية، وكذلك في تعزيز حقهم في الحصول على المعلومات والتعليم وتنظيم أنفسهم من أجل صون مصالحهم"^(١٨).

ويبين الميثاق الأوروبي للحقوق الأساسية في المادة ٣٨ - تحت بند التضامن - شرط المستوى الرفيع من حماية المستهلك. فيرد أنه "يتعين على سياسات الاتحاد أن تكفل مستوى رفيعاً من حماية المستهلك". وتظهر حقوق أخرى ذات صلة بالاحتياجات المشروعة في مواضع أخرى من الميثاق تحت بنود احترام الخصوصية (المادة ٧)؛ وحماية البيانات الشخصية (المادة ٨)؛ وحرية تكوين الجمعيات (المادة ١٢)؛ وإمكانية الحصول على الخدمات الصحية (المادة ٣٥)؛ وخدمات المرافق العامة (المادة ٣٦). وكثيراً ما تعتبر هذه المبادئ الرفيعة المستوى هي الأكثر ملاءمة للمحتوى الدستوري.

وأحياناً تغطي الدساتير قضايا هامة تتعلق بالمستهلكين ولكن قد لا يشار إليها بالضرورة على أنها "حقوق للمستهلكين". ومن بين الأمثلة النمطية لذلك إمكانية الحصول على الخدمات العامة الأساسية في دستور جنوب أفريقيا حيث لا تظهر كلمة "مستهلك" في البنود ذات الصلة^(١٩). وتُكلف المادة ١٨٤ من الدستور لجنة حقوق الإنسان بأن تطالب "أجهزة الدولة المعنية" بتقديم معلومات عن التدابير المتخذة لحماية حقوق المواطنين عندما تتعلق بالإسكان والرعاية الصحية والغذاء والمياه والضمان الاجتماعي والتعليم والبيئة. ويشار إلى هذه الأمور بالحقوق

ويشير الدستور أيضاً إلى قطاعات بعينها بأسلوب يمكن تفسيره على أنه يُنشئ حقوقاً للمستهلكين، مثل إمكانية الحصول على الرعاية الصحية الشاملة (المادة ١٨)؛ وحقوق كل المصريين في الحماية القانونية في مجال الملكية الفكرية (المادة ٦٩)؛ والحق في الغذاء والماء النظيف (المادة ٧٩). ويكرس الدستور آليات تنظيمية مثل الهيئة العامة للرقابة المالية (المادة ٢٢١)، والحق في إنشاء جمعيات - مثل جمعيات المستهلكين - يكون لها "الشخصية الاعتبارية بمجرد الإخطار" ولا يجوز حلها إلا بحكم قضائي. وتجدر الإشارة إلى أن بلداناً أخرى في المنطقة عموماً تشير أيضاً إلى حقوق المستهلك في دساتيرها بما فيها تركيا (٢٠١١) والسودان (٢٠٠٥).

ووفقاً للإكز وغينسبرغ وملتون، فإن ٤٧ دستوراً وطنياً تتضمن نوعاً من حقوق المستهلك، رغم أنها لا تناظر بالضرورة الاحتياجات المشروعة على النحو المبين في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك^(٢٠). ويشير تحليل الأحكام الدستورية إلى تفاوتات كبيرة في المحتوى. وهي تؤكد على مبادئ "رفيعة المستوى" مثل:

- الحقوق العامة للمستهلك التي يتعين حمايتها بالقانون، وهي غالباً ما تستند إلى "الاحتياجات المشروعة"؛
- وحرية تكوين جمعيات مستقلة للمستهلكين ومنحها المركز القانوني المطلوب (حق المثل أمام المحكمة) لتمثيل المصالح الفردية والجماعية للمستهلكين في عملية صنع القرار وفي المحاكم.

وأوجه الاعتراف هذه ليست مجرد تجميل، حيث يمكن أن يكون لها آثار عملية. فالدستور، باعتباره القانون الأعلى في أي ولاية قضائية، له الأسبقية على سائر القوانين، مما يعزز أي حقوق يكفلها الدستور، ويضفي الشرعية عليها ويعطيها الأولوية. ومن ثم، فبالإمكان تعزيز حجة حماية المستهلك عندما ترسخها أحكام دستورية. وعلى سبيل المثال، أُدرجت حماية المستهلك في البرازيل في الدستور الاتحادي في عام ١٩٨٨، على الرغم من أن هذا البند - وفقاً لـ C. L. Marques - لم يكن فعالاً في الواقع إلا عندما وُضع قانون حماية المستهلك في عام ١٩٩٠. وفي عام ٢٠٠١،

٢-٨ حقوق المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

يتمثل تحليلنا المقارن الأول في تحديد مدى الإشارة إلى حقوق المستهلك في قوانين حماية المستهلك والديساتير، ومدى تواتر الإشارة إلى مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك في تشريعات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وترد هذه المعلومات في الجدول ١ أدناه. وبإيجاز، فإن كل الولايات القضائية في المنطقة المذكورة تورد حقوق المستهلك ولكنها غير كاملة بالدرجة المشار إليها في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية^(٢٠).

الاجتماعية - الاقتصادية التي يجب على الدولة "احترامها وحمايتها وتعزيزها وإعمالها".

وليس للأونكتاد أن يوصي بما يتعين على الدول إدراجه في دساتيرها. ومع ذلك، فإنه يشير إلى ما يلي استناداً إلى استنتاجاته.

الملاحظة ١: يمكن استخدام القانون الدستوري لإرساء حقوق المستهلكين الأساسية أو تعزيزها، وكذلك لتوفير بعض المبادئ التوجيهية. وعلى وجه الخصوص، يمكن استخدام الأحكام الدستورية كأداة لتحقيق التحسين المطلوب بشدة في مستويات الحصول على السلع والخدمات الضرورية.

الجدول ١: حقوق المستهلك في التشريعات الوطنية بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

الجزائر

القانون رقم ٠٣-٠٩ المؤرخ ٢٥ شباط/فبراير ٢٠٠٩ بشأن حماية المستهلك وقمع الغش

المواد: التزامات الموردين عوضاً عن حقوق المستهلكين. كل التزام مشمول بفصل من الفصول: النظافة الصحية وسلامة الغذاء؛ سلامة المنتج؛ التوقعات المشروعة للمستهلكين: الأصول والجودة والتكوين والامتثال للأنظمة؛ الضمان وخدمة ما بعد البيع؛ المعلومات؛ المصالح المعنوية والمادية.

مصر

القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك؛

المادة ٢- الحق في الصحة والسلامة؛ المعلومات والبيانات الصحيحة؛ الاختيار الحر للمنتجات؛ الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية؛ المعلومات المتعلقة بالحقوق؛ الحق في الانضمام لمنظمات حماية المستهلك؛ إمكانية إقامة الدعاوى؛ التعويض عن الأضرار.

القانون المنقح المقترح لسنة ٢٠١٤

٣ حقوق جديدة: الحماية في سياق البيع عن بعد؛ الحماية في سياق الخدمات المالية؛ الحماية في سياق البيع عبر الحدود.

الأردن

القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٧، بشأن قانون حماية المستهلك

المادة ٣: حق المستهلك فيما يلي: توفر السلع والخدمات دون ضرر؛ إمكانية الحصول على "المعلومات الكاملة والصحيحة" عن السلع أو الخدمات؛ "معلومات واضحة وكاملة قبل إتمام عملية التوريد"؛ الاختيار دون ضغط غير مبرر؛ إثبات الشراء؛ الملاحقة عن الخروقات، والتعويض؛ المعلومات عن الموردين.

لبنان

القانون المؤرخ ٤ شباط/فبراير ٢٠٠٥، بشأن قانون حماية المستهلك

المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك: هيكل الوكالة المختصة وفعاليتها

المادة ٣: صحة المستهلك وسلامته؛ المعاملة العادلة غير التمييزية؛ المعلومات؛ الاستبدال أو الإصلاح أو استرجاع الثمن إن لم تكن السلع مطابقة للمواصفات؛ التعويض عن الأضرار عند الاستخدام وفق الظروف السليمة؛ الحق في إنشاء جمعيات لحماية المستهلك أو الانضمام إليها؛ الحق في المقاضاة أو الدفاع عن الحقوق من خلال جمعيات حماية المستهلك أو بشكل مستقل.

المغرب

القانون رقم ٣١-٠٨ بشأن حماية المستهلك

تبين الديباجة حقوق المستهلك: المعلومات؛ حماية الحقوق الاقتصادية؛ التمثيل؛ الانسحاب من العقود؛ الاختيار؛ الحق في الإصغاء إليه.

تونس

القانون رقم ٩٢-١١٧ المؤرخ ٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢ بشأن حماية المستهلك

السلامة؛ النزاهة؛ المعلومات؛ الضمان؛ الاختيار؛ الاسترداد؛ التعويض؛ الفاتورة/الإيصال.

دولة فلسطين

القانون رقم ٢١-٢٠٠٥ بشأن حماية المستهلك

المادة ٣: حقوق المستهلك: ١- الصحة والسلامة؛ ٢- المعاملة العادلة دون تمييز؛ ٣- إنشاء جمعيات لحماية المستهلك والانتساب إليها؛ ٤- العيش في بيئة نظيفة وسليمة والحصول على السلع والخدمات المطابقة للمواصفات؛ ٥- الاختيار الحر للسلع أو الخدمات؛ الصفقات العادلة مع ضمان الجودة والسعر المعقول والحق في رفض الصفقات الإجبارية؛ ٦- الحصول على المعلومات الصحيحة؛ ٧- الجبر بالتقاضي المباشر أو من خلال جمعيات المستهلك؛ ٨- استبدال السلع أو إصلاحها أو استرداد ثمنها، والتعويض عن عدم الامتثال؛ ٩- دليل الشراء.

المصدر: التقرير الاستهلاكي لعام ٢٠١٥ لبرنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتشريعات وطنية.

ويغطي المبدأ التوجيهي ه(د) "تعزيز مصالح المستهلكين الاقتصادية وحمايتهم". وهو مذكور بشكل غير متسق ودون استخدام نفس المصطلحات بالضرورة. فعلى سبيل المثال، يشار إليه في الجزائر باسم "المصالح المادية" بينما تُستخدم في المغرب عبارة "الحقوق الاقتصادية". ولكن مغزى معظم التشريعات يتمثل في أن المبادئ التوجيهية يفترض أن تدافع عنها قوانين حماية المستهلك. ويعد ذلك أمراً هاماً لأن الولايات القضائية لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا قد احتفظت بحق الدول في التدخل، وغالباً من خلال المقاضاة عند تصحيح فرادى العقود غير العادلة عوضاً عن الاعتماد على "الإفصاح" كشكل من أشكال حماية المستهلك. ونظراً للعيوب التي ظهرت خلال الأزمة المالية، فإن هذا الموقف الذي ربما بدا عتيقاً منذ بضع سنوات، قد عاد للزواج حالياً.

المبدأ التوجيهي ه(هـ): "توفير سبل حصول المستهلكين على المعلومات الوافية التي تمكنهم من الاختيار عن اطلاع وفقاً

إن إدراج أربعة "احتياجات مشروعة" جديدة في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك في عام ٢٠١٥ يعد أحدث من أن يتم التعبير عنه حتى الآن في قوانين حماية المستهلك. ومن ثم، فإن الاحتياجات المشروعة الجديدة غير المدرجة صراحة هي المبدأ التوجيهي ه(أ): "حصول المستهلكين على السلع والخدمات الأساسية"، والمبدأ التوجيهي ه(ب): "حماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين". وفي المقابل، فإن أحد أشهر الاحتياجات المشروعة هو المبدأ التوجيهي ه(ج) الذي يغطي "حماية المستهلكين من الأخطار التي تهدد صحتهم وسلامتهم". وقد وضع هذا المبدأ عام ١٩٨٥ وهو مذكور من بين حقوق المستهلك في الأردن وتونس ودولة فلسطين ولبنان ومصر. ويشار إليه في الجزائر كالتزام على الموردين، بينما لا يظهر في المغرب في قانون حماية المستهلك بل في قانون منفصل عن سلامة المنتجات يبين التزاماً عاماً على الموردين.

قال الأمين العام للأمم المتحدة إن "عصر الاستهلاك دون عواقب قد ولى". وهذه الرسالة القوية تبدأ لتوها في التأثير على السياسة الخاصة بالمستهلك.

والاحتياجان المشروعان الأخيران هما: (ي): "توفير مستوى من الحماية للمستهلكين باستخدام التجارة الإلكترونية لا تقل عن الحماية المتاحة في الأشكال الأخرى من التجارة"، و(ك): "حماية خصوصية المستهلك، والتدفق الحر للمعلومات على نطاق عالمي". ولا يظهر أي منهما صراحة كحق من حقوق المستهلك في قوانين حماية المستهلك في المنطقة بأسرها - وهو إغفال مفاجئ نظراً للزيادة السريعة في التجارة الإلكترونية. وبالإمكان، بل ويتعين، أن يظهر بشكل غير مباشر في الإشارات إلى البيع عن بعد وفي الإشارات العامة المتعلقة بالمعاملات، ولكن المتطلبات المحددة لحماية البيانات والخصوصية المثارة في هذا السياق لا تظهر في التشريعات بوجه عام.

الملاحظة ٢: بوجه عام، فإن أثر مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية المعنية بحماية المستهلك - وخاصة "الاحتياجات المشروعة" التي كثيراً ما تُدرج باسم "حقوق المستهلك" - يتسم بالأهمية ولكنه يظل غير كامل فيما يتعلق بـ "الاحتياجات المشروعة" المنقحة حديثاً والتي استُحدثت في عام ٢٠١٥.

وحتى على أساس هذا المسح الموجز، يمكن أن نخلص إلى أن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك قد أسهمت بشكل إيجابي في قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وكذلك في تشريعات أخرى أُضيق نطاقاً. وبالفعل، كما يشار إليه أدناه في حالة التجارة الإلكترونية وحماية البيانات، أثبتت بعض التشريعات الوطنية أنها تسبق مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية - على الأقل قبل تحديثها في عام ٢٠١٥.

التوصية ٤: إن بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إذ خلصت إلى أن "الاحتياجات المشروعة" الواردة في المبدأ التوجيهي ٥ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك تعتبر نقطة مرجعية مفيدة لتشريعاتها الإطارية، يتعين أن تواصل تطبيق تلك المبادئ وتحديث نصوصها في ضوء تنقيح عام ٢٠١٥ وأن تلتزم موافقة الجمعية العامة.

لرغبات كل منهم واحتياجاته". يُشار إلى هذا المبدأ من ناحية المعلومات في جميع الولايات القضائية موضع الدراسة، وعلى نحو أقل من حيث الاختيار - وخاصة في تونس ودولة فلسطين والمغرب. وتجدر الإشارة إلى أن الاختيار لم يدون في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك بشكل مطلق.

ولا يُدرج المبدأ التوجيهي ٥(و): "تثقيف المستهلكين" كحق على نطاق واسع، ولكنه كثيراً ما يشار إليه في التشريعات على أنه يعتمد على وكالات حماية المستهلك (دولة فلسطين)، أو جمعيات المستهلك (تونس)، أو كليهما (الأردن ولبنان)، بينما تشير مصر والمغرب إلى الحاجة إلى نشر "ثقافة المستهلك".

والمبدأ التوجيهي ٥(ز): "توفير وسائل فعالة لتسوية منازعات المستهلكين وحصولهم على تعويض"، يشار إليه كثيراً من ناحية إمكانية الحصول على الجبر القضائي أو الإداري (الأردن، دولة فلسطين، لبنان، مصر)، وفي ولايات قضائية أخرى (تونس، الجزائر، المغرب) في سياق قوانين حماية المستهلك. وهناك إشارات قليلة للبدائل - غير القضائية - لتسوية المنازعات، ولكن العديد من الولايات القضائية تشير إلى دور جمعيات المستهلك كأطراف في التقاضي وإلى دور الممثلين. وعلى سبيل المثال، يرد في إطار المبدأ التوجيهي ٥(ح): "حرية تشكيل جماعات أو منظمات للمستهلكين وغير ذلك من التنظيمات ذات الصلة، وإتاحة الفرصة لها لكي تعبر عن آرائها في عمليات اتخاذ القرارات التي تمس المستهلكين". وتؤدي جمعيات المستهلك في الأردن دوراً بارزاً للغاية، على الرغم من عدم ظهوره في قائمة حقوق المستهلكين في قانون حماية المستهلك. ويرد الحق في تشكيل جمعيات المستهلك أو الانتساب إليها في مصر ولبنان إلى جانب "الحق في الإصغاء" في المغرب، حيث تنشط بقوة حركة المستهلكين (وكذلك في دولة فلسطين). وهو غير مدرج في تونس؛ ولكن ذلك لم يحل دون تطور المشاركة الواسعة النطاق في المؤسسات المعنية بالمستهلكين.

وقلما يظهر المبدأ التوجيهي ٥(ط): "تشجيع أنماط الاستهلاك المستدام"؛ وترد الإشارة الأوضح في القانون الفلسطيني لحماية المستهلك كحق في العيش في بيئة نظيفة وسليمة. ويظهر الاستهلاك المستدام في أماكن أخرى أحياناً كعنصر من عناصر تثقيف المستهلك في النصوص ذات الصلة. وفي كلمته التي ألقاها في حفل توقيع اتفاق باريس المناخي في ٢٢ نيسان/أبريل ٢٠١٦،

٣- السياسة الخاصة بالمستهلك وقانون حماية المستهلك

العامة للغذاء والدواء في الأردن. ومن الأمثلة الأخرى وجود بند عن هيئة للرقابة على الخدمات المالية - على النحو المبين في الدستور المصري.

ويمكن إصدار قانون لحماية المستهلك من خلال تشريع إداري يحدد مبادئ وممارسات عامة معينة ويمكن أن يتبعه تشريع محدد لقطاعات بعينها. وقد أُقرت قوانين إدارية في عدد من البلدان خلال أواخر القرن العشرين من بينها اليابان وكندا وجمهورية فنزويلا البوليفارية والمكسيك والهند والاتحاد الروسي والصين وفرنسا. وقد حققت بعض الحكومات أيضاً تقدماً سريعاً خلال الفترة ما بين عامي ١٩٩٠ و ٢٠٠٠ بشأن إدراج حقوق المستهلك في قطاعات منها بشكل خاص المرافق العامة التي كانت تعاني من الإهمال. وغالباً ما كان ذلك في سياق الإصلاحات التي أجريت بعد إنشاء مكاتب تنظيمية قطاعية في أعقاب زيادة المشاركة من القطاع الخاص. وتعد شيلي من الحالات التي توضح تلك النقطة، حيث أنشئت مكاتب تنظيمية قطاعية كما أُخذت تدابير لمساعدة المستهلكين من ذوي الدخل المنخفض.

وقد دُوِّنت بعض تشريعات حماية المستهلك في شكل قانون موحد، وهي تشمل المجموعة الكاملة من أشكال حماية المستهلك. ومن بين أفضل الأمثلة المعروفة هو القانون الموجود في البرازيل الذي احتُفل بالذكرى الخامسة والعشرين لوضعه في عام ٢٠١٥^(٢٢). وتبرز الأستاذة كلوديا ليما ماركيز تأكيدها القوي على الحماية الشاملة، حيث تقول إن "هذه المساواة بين المختلفين، والعامة وليس المهنيين (فقط)، والضعفاء، والاعتراف بضعف المستهلكين يشكّلان المحك... وحجر الزاوية للذين ساعدوا على نجاح هذه السنوات الخمس والعشرين"^(٢٣). ويبين القانون أربعة تعاريف "للمستهلك" باعتباره طرفاً اقتصادياً فاعلاً، بما يشمل "المستخدم النهائي"؛ أو الجماعة؛ أو فئة بعينها؛ أو الأجيال المقبلة. وتمثل الأجيال المقبلة مفهوماً يستخدم أحياناً في القانون البيئي وتستند إليها أهداف التنمية المستدامة. ويعتبر القانون إطاراً كلاسيكياً من ناحية عدم تدخله في إدارة

إنها خطوة كبيرة من المبادئ السامية للدساتير وحقوق الإنسان إلى التفاصيل العادية للتشريعات وغيرها من القوانين. وتوضح مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك أن التشريعات ليست الطريق الوحيد وأن السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين قد شهدت جهوداً متنامية للسعي إلى إيجاد سبل أخرى إلى جانب التشريعات، بما فيها التنظيم الذاتي، والتنظيم المشترك، والمعايير ومدونات القواعد الطوعية، و"المحفزات غير المباشرة"، وتمكين المستهلك. ويمكن طرح سؤال "هل أضحي التشريع بالياً؟".

٣-١ القوانين العامة أم القطاعية

إن وجود قانون لحماية المستهلك ليس شرطاً مسبقاً كافياً لوجود حماية للمستهلك. وفي المقابل، عندما لا تقرر الحكومة قانوناً شاملاً لحماية المستهلك، فإن ذلك لا يعني بالضرورة أن المستهلكين لا يحظون بالحماية. وهناك ولايات قضائية ناجحة للغاية ليس فيها قانون لحماية المستهلك (وخاصة ألمانيا؛ وهونغ كونغ، الصين)، وأخرى لديها قوانين لحماية المستهلك ذات نطاق ضيق للغاية (المملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وأيرلندا الشمالية). وليس من الضروري تغطية كامل حياة المستهلك بقانون واحد. ففي هذه المرحلة من القرن الحادي والعشرين، وفي سياق انضمام أعضاء جدد، تمثل نهج الاتحاد الأوروبي في التحقق من توافق التشريعات الوطنية مع تشريعات الاتحاد عوضاً عن البحث عن قانون لحماية المستهلك على وجه التحديد^(٢٤).

وقد وُجدت فكرة القانون الشامل لحماية المستهلك في إطار مفهوم لقانون نموذجي عُمم على نطاق واسع خلال التسعينيات، وخاصة في المناطق ذات التجانس اللغوي والقانوني مثل أمريكا اللاتينية. أما في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فقد أدت التقاليد القانونية الفرانكوفونية والأنغلوفونية إلى اتجاهات مختلفة خلال القرن العشرين. ولكن مفهوم القانون النموذجي، وإن لم يتم التخلي عنه تماماً، قد تم تجاوزه بوضع تشريعات قطاعية مدعومة في الغالب بهيئات تنظيمية مخصصة، مثل المؤسسة

- قطاعات معينة وإنما يبين حقوقاً عامة للمستهلكين عبر جميع السلع والخدمات.
- واو- التسجيل والترخيص لموردي سلع وخدمات معينة، بما في ذلك جهات التوريد ذات الملكية العامة؛
- زاي- الصلاحيات التي تتمتع بها السلطات لاتخاذ تدابير وقائية من أجل حماية المستهلكين؛
- حاء- الآليات الخاصة بالعقوبات والامثال والإنفاذ لمواجهة الجرائم؛
- طاء- تسمية وكالة لحماية المستهلك وتحديد أدوارها؛
- ياء- وضع آليات لتمكين السلطات من تلقي شكاوى المستهلكين والتحقيق فيها واتخاذ إجراءات بشأنها، وكذلك مساعدتهم على تقديم ومتابعة الشكاوى.
- التوصية ٥: إن النهج المتبع في تقييم تشريعات حماية المستهلك على الصعيد الوطني يجب ألا يقتصر على تحليل وجود قانون لحماية المستهلك أو محتواه. فيلزم النظر إلى الصورة الأوسع نطاقاً بما في ذلك التشريعات و/أو اللوائح القطاعية.**
- ٢-٣ التشريعات الإطارية**

وتتضمن هذه القائمة، على سبيل المثال، تفاصيل بشأن المعايير الخاصة بقطاعات معينة وتسجيل ممارسين معينين والترخيص لهم. وبالمثل، هناك تفاصيل محددة بشأن حقوق المستهلكين تندرج في التشريعات القطاعية، وأحكام أكثر عمومية مثل السلوك التجاري العادل وتنظيم الاتفاقات. ويندرج تنظيم الاتفاقات في التشريعات الإطارية.

إن الاتجاهات التي يمكن اتباعها عند تحليل تشريعات حماية المستهلك هي الرأسي (القطاعي) والأفقي (العام). وتبين العناصر الأفقية المبادئ الرفيعة المستوى في التشريعات الإطارية، وخاصة فيما يتعلق بالمعاملات المنصفة عبر جميع القطاعات، فيما تتصل التشريعات الرأسية بالمسائل التقنية للقطاعات الاقتصادية.

ونظراً للنطاق الواسع للإطار وتشريعاته المتنوعة، فإن وجود هذا الهيكل يعد مفيداً. وكما نوقش سابقاً، فإن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحقوق المستهلك تذكر أهدافها ونطاقها ومبادئها العامة.

وأحياناً ما يشتمل قانون واحد على نهجين. وعلى سبيل المثال، في القانون المغربي لحماية المستهلك، فإن المبادئ العامة بشأن التجارة العادلة تتبعها أحكام تفصيلية عن الخدمات المالية، مع إيلاء اهتمام وثيق بشكل خاص للائتمان الاستهلاكي. ومبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك هي نفسها في واقع الأمر مزيج من المبادئ الرفيعة المستوى، حيث تضم "الاحتياجات المشروعة" المتعددة الجوانب وكذلك فرادى القطاعات مثل الخدمات المالية والمرافق العامة. ويمكن أن يؤدي ذلك إلى بعض الارتباك.

النطاق: يبين هذا الأمر الإمكانية العملية لتطبيق التشريع. فعلى سبيل المثال، يضم المبدأ التوجيهي ٢ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك الشركات المملوكة للدولة - ويعد امتداداً حيوياً لنطاق هذه المبادئ. وقد يرى المرء أنه من الواضح أن النطاق يهدف إلى حماية المستهلكين، ولكن ذلك يفترض مسبقاً وجود تعريف للمستهلك يتسم بالتغير وبمرونة التفسير في الوقت نفسه. ومن ثم، فإن النطاق يمكن أن يحمل معاني شتى، بينما يرد تعريف "المستهلك" في المبدأ التوجيهي ٣ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية^(٢٤). وكثيراً ما تفتقر تشريعات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تعريفاً واضحاً للنطاق، وسيتعين تحديد ذلك بتوليف مجموعة متنوعة من الاحتمالات.

ويورد دليل الأمم المتحدة لحماية المستهلك المجالات البالغة الأهمية التي يتعين أن تشملها قوانين حماية المستهلك، ومن بينها ما يلي:

الأهداف: تعبر الأهداف عن السياسة العامة للمؤسسة. وتضم مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك مجموعة

- ألف- تعريف "المستهلك"؛
- باء- حقوق المستهلكين؛
- جيم- المعايير الخاصة بالسلع والخدمات؛
- دال- حظر سلوك المؤسسات التجارية الذي يحول دون تمتع المستهلكين بحقوقهم، وتنظيم السلوك بحيث لا يتعدى على تلك الحقوق؛
- هاء- تنظيم الاتفاقات التي يبرمها المستهلكون والموردون؛

وفي الممارسة العملية، يصعب على الحكومات اعتماد نهج نظري بحت. فعندما تواجه فيود التوقيت التشريعي، ستحاول تسوية مجموعة متنوعة من القضايا العاجلة المتعلقة بالمستهلكين في نفس التشريع. وعلى سبيل المثال، تعتبر الصين واحدة من الولايات القضائية الرئيسية التي أقرت مؤخراً قانوناً إطارياً لحماية المستهلك، حيث اعتمدت نسخة جديدة من قانونها لحماية المستهلك في عام ٢٠١٣. ويجمع ذلك ما بين المسائل المبدئية (حيث ينقل عبء الإثبات من المستهلكين إلى التجار)؛ والجوانب العملية من الناحية القانونية (حيث يحمي المستهلكين عن بعد من خلال إتاحة الحق في الانسحاب)؛ والمبادئ التوجيهية القضائية (حيث يزيد من التعويض العقابي لثلاثة أمثال مدفوعات المستهلك، وضعف الأضرار الواقعة)؛ والمؤسسات (حيث يعزز وضع جمعية المستهلكين الصينية)^(٢٥). ولكن التركيز العام يعد أفضياً لا قطاعياً.

٣-٣ قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

ما هو موقف القوانين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا إزاء هذا التحليل؟ لقد رأينا في الفقرة ٢-٨ أن العديد من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك قد اعتمدها بلدان هذه المنطقة. ونركز هنا على الأهداف والنطاق.

الأهداف: يبين الجدول ٢ تفصيلاً مدى قيام قوانين حماية المستهلك في المنطقة بتحديد الأهداف. ففي مصر والأردن، لا تُدرج أي أهداف. وتضمن مشروع قانون حماية المستهلك لسنة ٢٠١٣ في الأردن ديباجة ضمت "دوافع محدّدة" أشارت بدورها إلى "الممارسات الدولية"، و"مبادئ الأمم المتحدة"، وكذلك المؤسسات الرئيسية لحماية المستهلك والرقابة القضائية عليها. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الديباجة قد حُذفت عند إقرار قانون سنة ٢٠١٧. أما القانون الجزائري لحماية المستهلك فيذكر ببساطة أن القانون يضع القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك وقمع الغش. ويضع لبنان نفس ما تبينه الجزائر، مع الخوض في تفاصيل أكثر عند الإشارة للسلامة والجودة، وشفافية المعاملات، والإعلان الخادع. أما تونس فتضع مجموعة مماثلة للأهداف، وكذلك دولة فلسطين - دون أن يذكر أي منهما على وجه التحديد مسألة الإعلان.

بالغة الوضوح من الأهداف في المبدأ التوجيهي ١ الذي يتيح التأكيد على عوامل بعينها. ومن المهم للغاية إقراره بأن المستهلكين غالباً ما يواجهون اختلالات في علاقاتهم مع المنتجين بسبب التفاوتات المتعلقة بالقدرة على المساومة، والمعرفة التقنية، والموارد المالية وغيرها. ويشير المبدأ التوجيهي ١ إلى الحاجة لوجود المستوى "الكافي" من الحماية وكذلك أنماط الإنتاج التي "تلي الاحتياجات"، و"المستويات الرفيعة من السلوك الأخلاقي"، و"قيام جماعات مستهلكين مستقلة"، و"التنمية الاقتصادية والاجتماعية العادلة والمنصفة والمستدامة وحماية البيئة". والقرار الذي يمثل مدخلاً للمبادئ التوجيهية يشير أيضاً إلى أهداف التنمية المستدامة. وبعبارة أخرى، فإن الأهداف توضح الغايات العامة للتشريعات مع تقديم السياقات ذات الصلة. وذلك يساعد عامة الجمهور وكذلك المسؤولين في الجهاز القضائي عن تفسير مقاصد المشرعين.

وكمثال توضيحي لكيفية تعبير التشريعات عن الأهداف السياسية، فإن الأمر التوجيهي الصادر عن الاتحاد الأوروبي بشأن المستهلكين يشير صراحة إلى المادتين ١١٤ و١٦٩ من المعاهدة الأوروبية بالتشديد على وجود "مستوى رفيع من حماية المستهلك" في إطار إتمام السوق الموحدة (وهو ما يشار إليه أيضاً في المادة ٢٦). ومن ثم، فإن هذا الأمر التوجيهي موضوع في سياق هدف سياساتي رئيسي.

المبادئ: تعبر المبادئ عن القيم، وربما يكون هذا هو سبب كون "الاحتياجات المشروعة" الواردة في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك هي الأكثر تناولاً بالنقاش. فهي تضم مبادئ عالمية الشمول (إمكانية الوصول)؛ والاختيار والشفافية (المعلومات)؛ والاستدامة (في الاستهلاك)؛ والخصوصية؛ وتكافؤ الحماية للأشكال المختلفة من المعاملات؛ والتدابير الخاصة للفئات الضعيفة؛ وحرية تكوين الجمعيات. وكل هذه العناصر لديها أبعاد أخلاقية.

التوصية ٦: تتحسن فعالية قانون حماية المستهلك عندما تكون أهداف التشريع المذكورة، والنطاق معرفاً، والمبادئ المنظّمة لكيفية تحقيق هذه الأهداف موضوعة بوضوح. ويسري ذلك بشكل خاص على التشريعات الإطارية وينطبق عبر كامل نطاق حماية المستهلك. وقد تحتاج التشريعات القطاعية عدداً أقل من المبادئ الواسعة النطاق حيث يعتبر النطاق أكثر وضوحاً، ويبرز مضمون التشريع في الأهداف.

الجدول ٢: قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأهدافها

الجزائر

القانون رقم ٠٩-٠٣ المؤرخ ٢٥ شباط/فبراير ٢٠٠٩، حماية المستهلك وقمع الغش؛
المادة ١: يهدف هذا القانون إلى تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك وقمع الغش.

مصر

القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك، مع قانون منقح مقترح لسنة ٢٠١٤؛ لم تحدد أي أهداف.

الأردن

القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٧، بشأن قانون حماية المستهلك؛

لم تحدد أي أهداف

لبنان

القانون المؤرخ ٤ شباط/فبراير ٢٠٠٥، بشأن قانون حماية المستهلك؛

المادة ١- الأهداف: تحديد قواعد حماية المستهلك لأغراض السلامة وجودة السلع والخدمات؛ صون حقوق المستهلك
وضمان شفافية المعاملات؛ حماية المستهلك من الغش والإعلان الخادع؛ منع استغلال المستهلك.

المغرب

القانون رقم ٣١-٠٨ بشأن حماية المستهلك؛

المادة ١- الأهداف: ضمان إعلام المستهلك إعلاماً ملائماً وواضحاً بالمنتجات أو السلع أو الخدمات التي يقتنيها
أو يستعملها؛ ضمان حماية المستهلك فيما يتعلق بالشروط الواردة في العقود ولا سيما المتعلقة بالائتمان الاستهلاكي، والقروض
العقارية (الرهن العقاري)، والإعلان، والبيع عن بعد، والبيع من الباب إلى الباب؛ تحديد الضمانات القانونية والتعاقدية بشأن المنتجات
والخدمة بعد البيع والتعويض عن العيوب؛ تعزيز حركة المستهلكين من خلال السماح بالاعتراف بجمعيات حماية المستهلك باعتبارها
من المرافق العامة وكأطراف في التقاضي.

تطبق كل التشريعات المتعلقة بما ورد أعلاه بما يكون أكثر فائدة للمستهلك.

تونس

القانون رقم ٩٢-١١٧ المؤرخ ١٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢، بشأن حماية المستهلك؛

الفصل الأول- تتمثل الأهداف في وضع القواعد المنظمة لسلامة المنتجات وعدالة المعاملات الاقتصادية وحماية المستهلك.
وينطبق القانون على الموردين والمعلنين سواء بسواء.

دولة فلسطين

القانون رقم ٢١-٢٠٠٥ بشأن حماية المستهلك؛

المادة ٢- يهدف هذا القانون إلى ما يلي: حماية وصون المستهلكين من التعرض لأية مخاطر صحية أو غبن أو خسائر
اقتصادية؛ توفير السلع والخدمات من دون استغلال وتلاعب في الأسعار؛ حماية حقوق المستهلكين في الحصول على سلع وخدمات
مطابقة للمواصفات، وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية؛ ضمان إجراء المعاملات الاقتصادية على وجه السرعة والدقة مع ما يكفله
القانون من حماية.

المصدر: التقرير الاستهلاكي لعام ٢٠١٥ لبرنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتشريعات وطنية.

أن المبادئ المبينة في قانون حماية المستهلك تنطبق فعلاً. وهذا من أسباب أهمية المبادئ. ومن الأمثلة الواضحة على ذلك حالة التجارة الإلكترونية التي لا تغطيها صراحة العديد من قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (وهي حالة تمثل أزمة عالمية كذلك). ويجب ألا يُفترض أن عدم الإشارة الصريحة للتجارة الإلكترونية يعني أنها غير مشمولة بقانون حماية المستهلك.

التوصية ٧: في غياب أحكام محددة بشأن حماية المستهلك - في قطاعات معينة أو أشكال بعينها من المعاملات - يتعين افتراض سريان المبادئ المبينة في القوانين العامة لحماية المستهلك.

ويعرض الجدول ٣ أدناه أحكام قوانين حماية المستهلك في المنطقة حسب ما أُرسِل إلى أمانة الأونكتاد وورد في التقرير الاستهلاكي. ويلاحظ أنها تتسم بالتباين ولكن يمكن تحديد عناصر مشتركة معينة. ومن بينها أن قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تنحو إلى التركيز بشدة على المؤسسات إلى درجة يتجاوز فيها هذا الأمر العديد من الولايات القضائية الأخرى - وخاصة حيث تكون عضوية مجالس إدارة وكالات حماية المستهلك غير خاضعة بالضرورة لتشريع أولي بهذا الشكل. وتُنقَش هذا الأمر في الفرع ٤. وهناك مسألة "تقليدية" تلتفت اهتماماً أقل في المناطق الأكثر ثراءً - ولكنها تتمتع بأهمية متزايدة حالياً لأسباب بيئية - وهي خدمة ما بعد البيع، وهي تحظى بتشديد واسع النطاق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وهناك اعتماد كبير على معايير سلامة المنتجات مع تشديد أقل على أحكام المسؤولية عن المنتج مقارنة بالاتحاد الأوروبي بأسره حيث يوجد حالياً قبول واسع النطاق للمسؤولية الصارمة. وهذا يعني اشتراطات أقل لإثبات الإهمال أو سوء النية من جانب المورد. وتُنقَش هذه المسألة بمزيد من التفصيل في المبادئ التوجيهية الموازية المعنية بقطاع الأعمال التجارية.

وترد أكثر قوائم الأهداف تفصيلاً في المغرب، حيث تشير إلى المعلومات الواضحة وأحكام التعاقد التي تخص بالذكر الشروط الائتمانية، والبيع من الباب إلى الباب والبيع عن بُعد. ويرد أيضاً ذكر الضمان وخدمة ما بعد البيع والتعويض عن العيوب. وتجدر الإشارة إلى أن الأهداف تشمل تعزيز حركة المستهلكين. ويعد المبدأ المذكور بأن التشريع يجب تفسيره بما يكون أكثر فائدة للمستهلك هو الامتداد المنطقي للمبدأ التوجيهي ١ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك الذي يتناول الاختلافات في العلاقة بين المورد والمستهلك.

الملاحظة ٣: تبين هذه الأمثلة كيف أن أهداف مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك - مثل تحقيق التوازن في المصالح بين المستهلكين والمنتجين، وتعزيز الأخلاقيات التجارية، والاستهلاك المستدام، والتعاون الدولي، وتطوير جماعات المستهلكين - كلها موجودة في مراحل مختلفة في تشريعات بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ويتسم إدراجها بالتفاوت، ومن المؤكد أنها ستحظى بمزيد من الأهمية إذا عزز الدعم السياسي من إدراجها في مجموعة صريحة من الأهداف في التشريعات الوطنية.

النطاق: لا يحظى النطاق بتعريف واسع بصورة كبيرة في قوانين حماية المستهلك في كامل مناطق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ويرد وصفه أحياناً باختصار بالغ، كما هو الحال في القانون الجزائري لحماية المستهلك، ولكنه يرد ضمناً بشكل عام في قوائم التعاريف. والأمر ليس مجرد مسألة متعلقة بمعاني الكلمات أو بالعرض. فحيث يوجد تشريع قطاعي أو تشريع محدد آخر يسري بالتوازي مع قانون عام لحماية المستهلك، يكون من المهم توضيح أن قانون حماية المستهلك يعد منطبقاً. ويتعين الحرص على عدم تقويض مزايا معينة ربما يكون المستهلكون قد اكتسبوها في التشريعات القطاعية (وخاصة التشريعات الأخيرة).

ويُفترض أنه عندما يكون قطاع ما أو بُعد معين من أبعاد حماية المستهلك غير مذكور أساساً، يلزم توضيح

الجدول ٣: نطاق قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

الجزائر

القانون رقم ٠٩-٠٣ المؤرخ ٢٥ شباط/فبراير بشأن حماية المستهلك وقمع الغش؛

المادة ٢- النطاق العام: السلع والخدمات، المشتراة أو الممنوحة، على امتداد سلسلة الاستهلاك؛ المواد من ٤ إلى ٨ بشأن سلامة الغذاء؛ المادتان ٩ و ١٠ عن أمن المنتج؛ المادتان ١١ و ١٢ عن مطابقة المعايير؛ المواد من ١٣ إلى ١٦ عن الضمان وخدمة ما بعد البيع؛ المادتان ١٧ و ١٨ عن المعلومات؛ المادتان ١٩ و ٢٠ عن المصالح المعنوية والمادية (خاصة الائتمان)؛ المواد من ٢١ إلى ٢٤ عن جمعيات المستهلك؛ المواد من ٢٥ إلى ٢٨ عن المفتشين التابعين للجهة المعنية بحماية المستهلك؛ المواد من ٢٩ إلى ٣٤ عن إجراءات الرقابة؛ المواد من ٣٥ إلى ٣٨ عن معاملات الاختبارات؛ المواد من ٣٩ إلى ٤٢ عن العينات؛ المواد من ٤٣ إلى ٥٢ عن أدلة الخبراء؛ المواد من ٥٣ إلى ٦٧ عن التدابير التحفظية ومبدأ الاحتياط؛ والمواد من ٦٨ إلى ٩٣ عن العقوبات؛

القوانين الأخرى ذات الصلة: قانون الصحة؛ قانون الشؤون البيطرية؛ قانون الصحة النباتية؛ قانون المقاييس؛ قانون المواصفات.

مصر

القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك؛

لا يوجد نطاق محدد: المادة ٢ عن حقوق المستهلك (انظر الجدول ٢)؛ المادة ٣ عن الوسم؛ المادة ٤ عن بيانات المورد؛ المادة ٥ عن دليل الشراء؛ المادة ٦ عن الإعلان؛ المواد من ٧ إلى ٩ عن عيوب المنتج والمسؤولية؛ المادة ١١ عن الدفع بالتقسيط؛ المواد من ١٢ إلى ٢٢ عن جهاز حماية المستهلك؛ المادة ٢٣ عن جمعيات المستهلك؛ والمادة ٢٤ عن العقوبات؛

القانون المنقح المقترح لعام ٢٠١٤؛

٣ حقوق جديدة مقترحة: الحماية في البيع عن بُعد؛ الخدمات المالية؛ البيع عبر الحدود.

الأردن

القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٧. قانون حماية المستهلك؛

لا يوجد نطاق محدد: المادة ٣ عن حقوق المستهلك (الجدول ٢)؛ المادة ٤ عن التزامات المورد؛ المادة ٥ عن خدمة ما بعد البيع؛ المادتان ٦ و ٧ عن عيوب المنتج؛ المادة ٨ عن الإعلان؛ المادتان ٩ و ١٠ عن مجلس حماية المستهلك؛ المواد من ١١ إلى ١٣ عن مديرية حماية المستهلك؛ المواد من ١٤ إلى ١٦ عن جمعيات المستهلك؛ المادتان ١٧ و ١٨ عن التمثيل القانوني؛ المواد من ١٩ إلى ٢١ عن المسؤولية عن المنتج؛ المادة ٢٢ عن العقود غير المنصفة؛ المادة ٢٣ عن القانون الجنائي؛ المادة ٢٤ عن قانون حماية المستهلك الساري على القطاعات المنظمة؛ المادة ٢٥ عن الغرامات.

قانون الصناعة والتجارة؛

يكفل الرقابة على الأسواق، وينظم ويراقب التجارة المحلية والخارجية، ويشمل المواصفات السعرية وغير ذلك؛

قانون المنافسة؛

يضمن تحديد أسعار السلع والخدمات وفقاً لآلية السوق الحرة؛

قوانين المواصفات والمقاييس؛

تحمي صحة الإنسان وسلامته والبيئة؛

قوانين الغذاء والدواء؛

تضمن سلامة وجودة الغذاء والدواء للاستهلاك البشري.

لبنان

القانون رقم ٦٥٩ المؤرخ ٤ شباط/فبراير ٢٠٠٥، بشأن قانون حماية المستهلك؛

المادة ٣ عن حقوق المستهلك؛ المواد من ٤ إلى ١٠ عن المعلومات؛ المواد من ١١ إلى ١٤ عن الإعلان؛ المادتان ١٥ و١٦ عن العروض الخاصة؛ المواد من ١٧ إلى ٢٧ عن العقود المنصفة بما يشمل الائتمان؛ المواد من ٢٨ إلى ٣٤ عن الضمان وقطع الغيار والعيوب؛ المواد من ٣٥ إلى ٤٧ عن سلامة المنتج؛ المادتان ٤٨ و ٤٩ عن النواهي بما يشمل الموازين والتقليد؛ المواد من ٥١ إلى ٥٩ عن البيع عن بُعد والبيع من الباب إلى الباب؛ المواد من ٦٠ إلى ٦٤ عن مجلس حماية المستهلك؛ المادتان ٦٥ و ٦٦ بما يشمل المادة ٨ الجديدة عن مديرية حماية المستهلك؛ المواد من ٦٧ إلى ٧٠ عن جمعيات حماية المستهلك؛ المواد من ٧١ إلى ٨١ عن إجراءات المديرية؛ المواد من ٨٢ إلى ١٠٤ عن تسوية المنازعات؛ المواد من ١٠٥ إلى ١٢٧ عن العقوبات؛ والمادة ١٢٨ عن توزيع الغرامات.

المغرب

القانون رقم ٣١-٠٨ بشأن حماية المستهلك

المادة ٢- تصرف المستهلكين بصفة شخصية؛ المواد من ٣ إلى ١١ عن المعلومات ودليل الشراء؛ المواد من ١٢ إلى ١٤ عن التسليم؛ المواد من ١٥ إلى ٢٠ عن شروط التعاقد غير المنصفة؛ المواد من ٢١ إلى ٢٤ عن الإعلان؛ المواد من ٢٥ إلى ٤٤ عن البيع عن بُعد، بما في ذلك المادة ٢٩ عن التجارة الإلكترونية؛ المواد من ٤٥ إلى ٥٢ عن البيع من الباب إلى الباب؛ المواد من ٥٣ إلى ٥٦ عن العروض الخاصة؛ المادة ٥٧ عن البيع المعلق؛ المادة ٥٨ عن البيع الهرمي؛ المادة ٥٩ عن استغلال أوجه الضعف؛ المواد من ٦٠ إلى ٦٤ عن المسابقات الإخبارية؛ المواد من ٦٥ إلى ٧٣ عن الضمان وخدمة ما بعد البيع؛ المواد من ٧٤ إلى ١١١ عن الائتمان الاستهلاكي؛ المواد من ١١٢ إلى ١٤١ عن القروض العقارية؛ المواد من ١٤٢ إلى ١٥١ عن قواعد الائتمان العامة؛ المواد من ١٥٢ إلى ١٦٥ عن جمعيات حماية المستهلك؛ المواد من ١٦٦ إلى ١٧٢ عن إجراءات التفتيش؛ المواد من ١٧٣ إلى ١٩٥ عن العقوبات؛

القوانين الأخرى ذات الصلة: القانون رقم ٤٢-٩٠ بشأن سلامة المنتجات والخدمات
القانون رقم ٨٢-٧٠ بشأن السلامة الصحية للمنتجات الغذائية
القانون رقم ٩٠-٨٠ بشأن حماية البيانات الخاصة للأشخاص الطبيعيين

تونس

القانون رقم ٩٢-١١٧ المؤرخ ٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢ بشأن حماية المستهلك؛

لا يوجد نطاق بل تعاريف. الفصول من ٣ إلى ١٠ عن سلامة المنتجات؛ الفصول من ١١ إلى ١٤ عن المعاملات المنصفة والغش والإعلان؛ الفصول من ١٥ إلى ٢٠ عن المعلومات والضمان؛ الفصول من ٢١ إلى ٣١ عن إجراءات الجهة المعنية؛ الفصول من ٣٢ إلى ٤٨ بشأن العقوبات؛ والفصل ٤٩ بشأن أدلة الخبراء.

القوانين الأخرى ذات الصلة: القانون رقم ١٩-٤٦ المؤرخ ٩٢ تموز/يوليه ١٩٩١ بشأن المنافسة والأسعار؛
القانون رقم ٩٠٠٢-٩٦ المؤرخ ٢١ آب/أغسطس ٩٠٠٢ بشأن تجارة التوزيع؛
القانون رقم ٨٩-٠٤ المؤرخ ٢ حزيران/يونيه ٨٩٩١ بشأن طرق البيع والإعلان التجاري؛
القانون رقم ٨٩-٩٣ المؤرخ ٢ حزيران/يونيه ٨٩٩١ بشأن البيع بالأجل؛
القانون رقم ٠٠٠٢-٣٨ المؤرخ ٩ آب/أغسطس ٠٠٠٢ بشأن التجارة الإلكترونية؛
القانون رقم ٤٩-١٤ المؤرخ ٧ آذار/مارس ٤٩٩١ بشأن التجارة الخارجية؛
قرار وزير التجارة المؤرخ ٣ أيلول/سبتمبر ٨٠٠٢ بشأن تأشير وعرض المواد الغذائية المعبأة؛
قوانين قطاعية أخرى: النقل، الاتصالات، التأمين، الأعمال المصرفية.

دولة فلسطين

القانون رقم ٢١-٢٠٠٥، حماية المستهلك؛

لا يوجد نطاق مذكور. المواد من ٤ إلى ٦ والمادة ٢٣ بشأن مجلس حماية المستهلك؛ المواد من ٧ إلى ١٤ بشأن السلامة؛ المواد من ١٥ إلى ٢٢ بشأن نزاهة المعاملات؛ المواد من ٢٤ إلى ٢٦ بشأن المعاملات المنصفة والتزامات المورد؛ المواد من ٢٧ إلى ٣١ بشأن العقوبات؛ المادة ٣٢ بشأن الفترة الزمنية لرفع الدعاوى القانونية؛

القوانين الأخرى ذات الصلة: قانون المواصفات الفلسطينية رقم ٦-٢٠٠٢؛

قانون الصحة العامة رقم ٠٢-٢٠٠٢.

المصدر: التقرير الاستهلاكي لعام ٢٠١٥ لبرنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتشريعات وطنية.

ويشمل مشروع القانون قيماً يمكن أن يكون ذا تأثير، يتمثل في عدم جواز تعميم إعلانات عن أي منتج قبل الحصول على ترخيص من الهيئة المختصة. ومن أجل منح هذا الترخيص، يتعين أن يكون المنتج مطابقاً للمواصفات المصرية. ويزيد مشروع القانون من فترة إعادة واستبدال السلع المعيبة من ١٤ يوماً إلى ٣٠ يوماً. ويُطلب إلى موردي السلع المعمرة والمركبات أن يوفرُوا قطع الغيار ومراكز الصيانة المؤهلة خلال دورة الحياة المفترضة للمنتج. ويُطلب إلى الموردين القائمين بالبيع عن بُعد إضافة معلومات توضح بدقة ما تتضمنه حقوق المستهلك. ويُسمح للمستهلكين بالمثل بإعادة أية أشياء مشتراة، مع فترة سماح مدتها ثلاثة أيام، ودون التزام بالثبرير. وتجدر الإشارة أن أية شروط تعاقدية يتقرر أنها "تعسفية" تعد باطلة ولاغية.

الأردن: أقر في أوائل عام ٢٠١٧ قانون جديد لحماية المستهلك. وهو لا يتناول فرادى القطاعات وإنما يظل جامعاً. ولتجنب أي تعارض محتمل بين التشريعات، يضم القانون بنداً رئيسياً وهو المادة ٢٤. وترد فيها تفاصيل نطاق تغطية قانون حماية المستهلك على النحو التالي: "بالإضافة إلى التشريعات ذات العلاقة، تسري أحكام هذا القانون على الموردين الخاضعين للجهات التنظيمية القطاعية". وهذا الإدراج يتسم بأهمية بالغة إذ يعني أن أوجه الحماية غير المدرجة صراحة في التشريعات القطاعية يمكن الاستناد إليها بموجب قانون حماية المستهلك. وهذا يبين الطابع التكاملية وحالة الترابط بين التشريعات الأفقية والرأسية^(٢٦).

لبنان: يغطي القانون اللبناني لحماية المستهلك أيضاً المؤسسات والمسائل العامة لحماية المستهلك من دون الدخول في تفاصيل قطاعية.

وهذا المسح للنطاق أطول من أن يتم استعراضه بالتفصيل. وترد أدناه نقاط اهتمام محددة في التشريعات الوطنية.

الجزائر: يبين قانون حماية المستهلك صلاحيات الجهة المعنية بحماية المستهلك ويشير بوضوح إلى السلع والخدمات على امتداد سلسلة الاستهلاك. وهو يتناول بعض التفاصيل القطاعية بشأن سلامة الغذاء، وتشير المواد من ٥٣ إلى ٦٧ إلى مبدأ الاحتياط، وهو ما يظل مسألة رئيسية في مجال حماية المستهلك على مستوى العالم ولا يرد في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. ويرد مبدأ (أو نهج) الاحتياط في اتفاق منظمة التجارة العالمية بشأن التدابير الصحية وتدابير الصحة النباتية، ويتيح للدول اتخاذ تدابير إزاء منتجات معينة عندما يكون هناك قلق علمي معقول إزاء المخاطر المحتملة المتعلقة باستهلاك المنتج أو استخدامه. ويشمل ذلك الظروف التي تكون فيها المخاطر غير أكيدة.

مصر: في مصر، يضم القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك أحكاماً تتعلق ببيانات الوسم والتعريف. وعلى وجه التحديد، تغطي المادة ٤ التسجيل والعلامات التجارية والمعلومات غير المعلنة. ونص القانون على إنشاء جهاز حماية المستهلك، الذي يعمل حالياً.

وقد أعدَّ جهاز حماية المستهلك مشروعاً جديداً لقانون حماية المستهلك لم يتم إقراره بعد. ويوسع مشروع القانون من مستجدات "حقوق المستهلك" وكذلك من تعريف "المستهلك". ويضم التعريف حالياً صغار التجار والحرفيين. وفضلاً عن ذلك، فإنه يضيف تعريفاً "للبيع عن بُعد"، بما يشمل الإنترنت.

المؤرخ ٩ آب/أغسطس ٢٠٠٠ والمتعلق بالتجارة الإلكترونية. فقد أقر في تونس قبل العديد من البلدان الأخرى بكثير، بل وقبل إدراج التجارة الإلكترونية في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. وهناك على وجه الخصوص العديد من القوانين القطاعية بشأن النقل والاتصالات والتأمين والعمل المصرفي، بما في ذلك قانون عام ١٩٩٨ الذي يغطي البيع بالأجل. وتعتبر هذه القوانين ناجحة نسبياً في توفير حماية شاملة للمستهلك، وقد أنجزت باتباع نهج استراتيجية قطاعية عوضاً عن وضع قانون عام جديد لحماية المستهلك.

دولة فلسطين: وبالمثل، فإن القانون الفلسطيني لحماية المستهلك لا يدخل في القانون القطاعي، ويعزز قانون الصحة العامة وقانون المواصفات.

المغرب: من بين القوانين الأخرى المتعلقة بحماية المستهلكين، وخاصة بشأن الإقرار بالحاجة إلى تحديث حماية المستهلك، يأتي القانون رقم ٠٩-٠٨ بشأن حماية البيانات الخاصة للأشخاص الطبيعيين.

تونس: يعد القانون الإطاري التونسي مختصراً نسبياً، إذ تمت صياغته عندما كانت قوانين حماية المستهلك في مرحلة مبكرة عالمياً خارج بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. ومع ذلك، فإنه يتعزز بقائمة طويلة من القوانين والقرارات المتعلقة بحماية المستهلك، إضافة إلى القانون العام لحماية المستهلك رقم ٩٢-١١٧ المؤرخ ٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢. ومن الجدير بالذكر على وجه الخصوص لهذا التقرير القانون رقم ٢٠٠٠-٨٣

٤- الهيكل المؤسسي لوكالات حماية المستهلك

المنتجات وفق قوانين محددة مثل قوانين الصحة أو الغذاء. وقد سُجلت تحسينات هامة منذ استحداث هذا الترتيب التنظيمي في عام ٢٠١١^(٢٧). وهذا مثال جيد على الإدراج الإضافي لعمل هيئات غير الوكالات المعنية بحماية المستهلك.

وفي المقابل، في ماليزيا، وبموجب قانون حماية المستهلك لسنة ١٩٩٩، يمكن للجهة التنظيمية العامة أن تطبق معايير لجميع السلع باستثناء مجالي الغذاء والرعاية الصحية - حتى وإن كانت تنظمها بشكل آخر قوانين وجهات تنظيمية أخرى. وبعبارة أخرى، فإن الوكالة المعنية بحماية المستهلك يمكن أن تكون لها الأسبقية على الجهات التنظيمية القطاعية. وفي الممارسة العملية، لم يُحدّد سوى عدد ضئيل جداً من معايير الأداء لأن المهمة ببساطة بالغة الضخامة. وتحاشياً لهذه المشاكل، تفرض المادة ٢١ من القانون الماليزي لحماية المستهلك "شرطاً عاماً للسلامة"، دون الإشارة إلى المعايير الدولية^(٢٨).

وكطريقة لتبسيط المشاكل الناشئة عند التعامل مع معايير قانونية متعددة، اعتمد الاتحاد الأوروبي في عام ١٩٧٩ مبدأ الاعتراف المتبادل. فالسلع المنتجة وفقاً لمعايير السلامة المطلوبة في بلد من بلدان الاتحاد تُعتبر مستوفية للمعايير في بلد مستورد آخر. واقتضى الأمر التوجيهي للمسؤولية عن المنتج لعام ١٩٨٥ إجراءً أكثر اتساقاً واستحداث مسؤولية أكثر صرامة. وتطور الاتساق الأولي "الأدنى" نحو اتساق "الأقصى". ووُصف ذلك باعتباره نقلة للمعايير من "الحد الأدنى إلى الأقصى"، حيث يصبح الاعتراف المتبادل زائداً إذا تلاقت المعايير داخل السوق الموحدة للاتحاد الأوروبي^(٢٩). وهذه المسألة المعقدة لم تُحل بعد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ولا يزال مفهوم المسؤولية عن المنتج محدوداً إلى حد ما في بعض الولايات القضائية.

ضوابط ما بعد الطرح في الأسواق: يوجد لدى العديد من الولايات القضائية - وبعض الرابطة الإقليمية مثل رابطة أمم جنوب شرق آسيا - صلاحيات واسعة النطاق لحظر المنتجات بعد دخولها إلى السوق، أو فرض سحبها من السوق. ورغم

٤-١ هيكل ومهام وكالات حماية المستهلك: منظور عالمي

تندرج مهمة حماية المستهلك في إطار الهيئات العامة والخاصة على السواء وقد يصدر بها تكليف بناء على قوانين معينة، أو يُضطلع بها بناء على هذه القوانين، بمقتضى مركزها. وترد أدناه قائمة بالمهام المطلوبة لحماية المستهلكين على امتداد سلسلة الإنتاج، ومعلومات عن أنواع الهيئات التي استُحدثت للاضطلاع بهذه المهام. وتشارك في هذا الأمر مجموعة متنوعة من الهيئات، ويلزم أن تسلم وكالات حماية المستهلك بهذه المشاركة وأن تطلع على الخبرات ذات الصلة التي قد تكون متاحة. على سبيل المثال، عند الدخول في العملية ذات الخطوات الست المبينة في الفرع ٢-٣ من مجموعة أدوات منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي.

المهام:

يتعين وجود آليات للامتثال أو الإنفاذ فيما يتعلق بقوانين أمان المنتج وسلامته، تمتد من عمليات ما قبل الإنتاج إلى مستوى التجزئة. ويمكن للآليات الوقائية أن تشمل الترخيص والتسجيل، فيما تتضمن آليات ما بعد الطرح في الأسواق عمليات سحب المنتج إلى جانب خيار اللجوء إلى المحاكم، عند الاقتضاء. وهذه العناصر واردة في تشريعات منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

ضوابط ما قبل الطرح في الأسواق: يعد النطاق

الممكن لإنفاذ حماية المستهلك بالغ الاتساع؛ وسيتعين القيام دائماً بتحديد أولوياته، وسيلزم استدعاء عمل الهيئات الشقيقة. ولا يتعين أن تكون كل الهيئات المعنية بهذه العمليات مشاركة في الآلية الحكومية؛ فهي غير ملزمة فعلاً بتكريس نفسها تماماً لحماية المستهلك. ففي سنغافورة على سبيل المثال، يتعين الإقرار بالمعايير الدولية للسلع، كتلك الصادرة عن المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس، وإخضاعها للتعديلات الوطنية أو الإقليمية، وتنظيم

وتشرح أكثر في المبدأ التوجيهي ١٤ (ز): "إجراءات عادلة وميسورة التكلفة وسريعة لتسوية المنازعات وجبر الضرر". ومبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لا تتوخى بالضرورة وجود آليات تنظمها الدولة لتسوية المنازعات، ولكنها لا تستبعدا. وعلى سبيل المثال، يطلب المبدأ التوجيهي ٣٧ إلى الدول أن "تشجع إنشاء آليات منصفة وفعالة وشفافة ومحايطة لمعالجة شكاوى المستهلكين عبر تسوية المنازعات بسبل إدارية وقضائية وبسبل تسوية بديلة، بما في ذلك فيما يتعلق بالقضايا العابرة للحدود". وهناك تصور لمجموعة متنوعة من الخيارات الممكنة، مثلاً في إطار التنظيم الذاتي الذي يشمل الآليات غير الرسمية والطوعية. فليس من الضروري أن تمر جميع آليات الجبر من خلال وكالة حماية المستهلك أو المحاكم. ومن بين الأشكال الأساسية للتقدم المحرز في مجال حماية المستهلك في السنوات الأخيرة هو استحداث آليات بديلة لتسوية المنازعات. ولم يتم التعبير بعد بشكل واسع النطاق عن الاعتراف بهذه الآليات في التشريعات في كامل أنحاء المنطقة.

وينبغي أن تتاح للمستهلكين برامج للتثقيف وتوفير المعلومات لكي يتمكنوا من حماية أنفسهم ومن أن يصبحوا مستهلكين مسؤولين. ويمكن إدراج تثقيف المستهلك في المناهج الدراسية. ويجوز دعم برامج توفير المعلومات من خلال برامج وطنية لحماية المستهلك، ويمكن إجراؤها من خلال وسائل الإعلام وغيرها من الأنشطة المجتمعية، وكثيراً ما يكون ذلك بمساعدة المنظمات المعنية بالمستهلكين ذات الخبرة في هذا المجال. وتتصور معظم التشريعات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أن يتم تشجيع هذه البرامج من قبل وكالات حماية المستهلك ومجالسها الاستشارية. وتجدر الإشارة أيضاً إلى وجود حاجة إلى تثقيف الموردين والمصنعين كذلك بشأن مقتضيات قانون ومعايير المستهلك، وبشأن إمكانية استحداث آليات صديقة للمستهلك من أجل تحسين العلاقات. ويتضمن ذلك مثلاً آليات الشكاوى.

ويعتبر التعاون وإقامة الشبكات على الصعيد الدولي ضرورياً فيما بين وكالات حماية المستهلك في مختلف البلدان من أجل ضمان تحاور منتظم بشأن تقاسم المعلومات وعمليات الإنفاذ المتبادلة للاتفاقات المتعددة الأطراف في المسائل المتعلقة بحماية المستهلك. ويعد التعاون الإقليمي والدولي ضرورياً أيضاً من

ذلك، خلصت دراسة استقصائية أجرتها الرابطة المذكورة أن الدول الأعضاء كثيراً ما تفتقر إلى اشتراط قانوني على الشركات بإبلاغ الجهة التنظيمية في حالة السحب الطوعي، بخلاف أستراليا التي يُشترط فيها القيام بهذا الإجراء^(٣٠). وليس من المستصوب تبييط عمليات السحب الطوعية عن طريق فرض عقوبات على الشركات التي تطبقها، ولكن اشتراط الإخطار يبدو ملائماً ويمكن أن يساعد في توفير المعلومات للمستهلكين في حالة إعادة فرض السحب وتعميمه من خلال وكالة حماية المستهلك المعنية. وتشترط المادة ٧ من القانون المصري لحماية المستهلك لسنة ٢٠٠٦ بالفعل الإخطار بالعبء الذي يكتشفه المورد من دون تحديد مفهوم السحب الطوعي. وبالمثل، يتضمن التشريع اللبناني أحكاماً مماثلة.

ويتعين وجود أنظمة للرصد والمراقبة فيما يتعلق بمشاكل المستهلكين في السوق. ويشمل ذلك كامل نطاق الأضرار التي تلحق بالمستهلك - والعديد منها قد لا يلحظه المستهلكون أنفسهم مثل المنتجات المعيبة أو شروط التعاقد غير المنصفة. وبالتالي ثمة حاجة إلى إجراء دراسات استقصائية للسوق/الأسر المعيشية بهدف تحديد مشاكل المستهلك. ولا تزال العديد من البلدان في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تطبق لوائح سريعة لمجموعة متنوعة من المنتجات. ويُعتبر ذلك في بعض الأحيان أمراً قديماً الطراز، ومع ذلك ينبغي الأخذ في الاعتبار أن العديد من الولايات القضائية في بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي تنظم الأسعار في قطاعات الاحتكار الطبيعي - مثل المياه أو الكهرباء - ويمكنها أن تفرض عقوبات على مقدمي الخدمات المالية من خلال قوانين الربا، وأيضاً في حالة المغالاة في التسعير. ويوجد لدى كل بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا موضع الدراسة هذه الآليات في تشريعاتها.

ويتعين أن تكون آليات جبر المستهلكين في حالة شكواهم يسيرة التكلفة ومتاحة ومستقلة وأن توفر الجبر السريع للمستهلكين المتضررين. وتعد آليات التوفيق والوساطة والتحكيم مفيدة في ضمان المعالجة الفعالة لمشاكل المستهلكين. وتدرج بعض تشريعات بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا آليات لتسوية المنازعات في إطار وكالات حماية المستهلك. وبذلك، فإنها تتبع بشكل وثيق مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك التي تنص على "الاحتياج المشروع" العام في المبدأ التوجيهي ٥ (ز)،

برنامج حماية المستهلك لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أعضاء في الهيئة العربية الإقليمية المعنية بالمواصفات.

أجل بناء مواقف مشتركة عند التفاوض بشأن المعايير وغيرها من التدابير. وتناقش هذه النقطة بعض التفاصيل في الفرع ٤-٥ أدناه.

المؤسسات:

إن تعبير أمين المظالم مصطلح متداول استُحدث أول مرة في البلدان الاسكندنافية. وفي البلدان الناطقة بالإسبانية، يشار إليه بتعبير *El Defensor del Pueblo* (محامي الشعب)، وهو يزود الجمهور بالمعلومات والمشورة بشأن حقوق المستهلك. وبالمثل، فإنه يساعد على تسوية المنازعات من خلال الوساطة والتحكيم. وفي عام ١٩٧٤، عرفته رابطة المحامين الدولية على أنه "مكتب ينص عليه الدستور أو إجراءً تشريعي أو برلماني ويرأسه موظف عام مستقل رفيع المستوى يتلقى الشكاوى من الأشخاص المتضررين ضد الوكالات الحكومية والمسؤولين وأرباب العمل الحكوميين، أو يتصرف من تلقاء نفسه، ولديه صلاحيات التحقيق والتوصية بإجراءات تصحيحية وإصدار تقارير".

يمكن أن تتمثل الوكالات الحكومية في إدارات لشؤون المستهلك داخل الوزارات أو وكالات مستقلة منشأة خصيصاً لإدارة وإنفاذ قوانين حماية المستهلك. وفي بعض البلدان، يوجد أيضاً مجالس استشارية للمستهلك ذات تمثيل واسع النطاق وتؤدي دور آلية التشاور لتقديم المشورة إلى الحكومات بشأن سياسات حماية المستهلك. وفي العديد من بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، تُنشأ هذه المجالس بموجب تشريعات وتكون مهامها مدونة فيها.

وبداية، وكما يبرز الاقتباس السابق، فإن منصب أمين المظالم استُحدث من أجل مواجهة سوء الإدارة في الخدمات العامة. ومنذ ذلك الحين، انتشر الأمر ليشمل القطاع الخاص - وهو ما تفرضه الحكومة أحياناً، وتستحدثه الصناعة طوعاً في أحيان أخرى. وهناك شكل آخر من أشكال النموذج لا يزال في إطار القطاع العام ولكنه يتصور مسؤولية عامة في مجال حماية المستهلك في منطقة محلية بعينها - ومن أمثلة ذلك الحكومة المحلية البولندية.

ومن بين الأسباب الرئيسية للحاجة إلى المجالس الاستشارية لأصحاب المصلحة المتعددين أن الوكالة المعينة لحماية المستهلك لا تدير كل المسائل التي تهم المستهلكين. وكما يبين المثال الجنوب أفريقي، فإن بعض حقوق المستهلك بالفعل لا يُستخدم فيها حتى تعبير "المستهلك". فالمسائل المتعلقة بالغذاء والصحة والتغذية قد تديرها وزارة الصحة؛ والائتمان الاستهلاكي قد يكون تحت رعاية وزارة المالية أو البنك المركزي؛ وتثقيف المستهلك في إطار وزارة التعليم؛ والمسائل المتعلقة بالاستدامة في إطار وزارة البيئة؛ والمرافق في إطار الوكالات المحلية أو التابعة للولايات أو الاتحادية. وبصرف النظر عن الوكالة المكلفة بمسؤولية إدارة مجالات اهتمام المستهلك، فإن من المنتظر وجود آليات برعاية حكومية لتوفير التشاور والتعاون. وهذه التدابير ستضمن مراعاة مصالح المستهلك خلال عملية صنع القرار.

ومن خلال دوره الفريد كوسيط مستقل بين الحكومة والمواطن، فإن لأمين المظالم إمكانية إضافة قيمة كبيرة لإطار المساءلة العام في بلد ما^(٣١). ويسر ذلك قيام أمناء المظالم بتسجيل إجمالي عدد القضايا مع مراعاة حفظ السرية، وإصدار تقارير سنوية، وتنبية الجهات التنظيمية وعمامة الجمهور بشأن مسائل محددة تنشأ عن القضايا المعروضة عليهم.

وقد تكون الهيئات النظامية/غير النظامية المعنية بالمعايير هيئات حكومية أو غير حكومية منشأة لوضع معايير لسلامة المنتجات ومراقبة الجودة وإصدار علامات التصديق. ويوجد لدى معظم البلدان هيئات وطنية للمعايير ذات مركز مستقل - غالباً ما تكون منتسبة للمنظمة الدولية لتوحيد المقاييس - تتفاوض بشأن المعايير بين ممثلي الصناعة وغيرهم من أصحاب المصلحة، بمن فيهم المستهلكون.

ودون استخدام التعبير الاسكندنافي، يوجد لدى بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مؤسسات مناظرة لأمين المظالم، بما في ذلك الأردن وتونس والجزائر والمغرب. وهي تضطلع عموماً بالدور الكلاسيكي لمعالجة الشكاوى المتعلقة بالممارسات والقرارات التي تتخذها الإدارة العامة. وفي تونس، يعمل الوسيط الإداري (*Mediateur Administratif*) في إطار ولاية إزاء الإدارات العامة - كما يفعل المناظر

وكل البلدان موضع هذا الدراسة أعضاء في المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس ومن ثم لديها الحق في بيع واعتماد معايير هذه المنظمة على الصعيد الوطني. وكل الهيئات المشاركة في

المستقلة حالياً جيدة التنظيم في العديد من أنظمة حماية المستهلك باعتبارها ممثلاً شرعياً لمصالح المستهلكين.

ومن ثم يُدعى ممثلو المستهلكين للمشاركة في لجان معترف بها حكومياً ليعبروا عن آراء المستهلكين. ويتزايد عدد الولايات القضائية التي تُمنح فيها جمعيات المستهلك المركز القانوني الذي يمكنها من إقامة دعاوى نيابة عن المستهلكين. ويمكنها أيضاً تزويد المستهلكين بمشورة مستقلة وموضوعية بشأن السلع والخدمات استناداً إلى ما تجرّبه من اختبارات ودراسات استقصائية. ويعتبر استحداث مجالس حماية المستهلكين سمة مميزة للولايات القضائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حيث تنص عليها قوانين حماية المستهلك في كل البلدان.

٤-٢ هيكل ومهام وكالات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

في مواجهة مجموعة متنوعة من المهام المبينة في الفرع ٤-١-١ أعلاه، أي منها يتعين إدارته من قبل وكالات حماية المستهلك على وجه التحديد؟ يورد دليل الأونكتاد لحماية المستهلك ما يلي:

عندما تفوّض وكالة بوضع القواعد وكذلك بصلاحيات إدارية، فإن صلاحياتها قد تخولها القيام بما يلي:

- ألف- إنفاذ قوانين حماية المستهلك وقوانين المنافسة؛
- باء- تسجيل وإصدار تراخيص لأنواع معينة يتم تحديدها من أنشطة الأعمال التجارية؛
- جيم- إصدار قواعد إدارية لتنظيم سلوك الكيانات التجارية وضمان حماية مصالح المستهلك؛
- دال- تقديم المشورة إلى الحكومة بشأن التدابير المناسبة لحماية المستهلك؛
- هاء- تمثيل مصالح المستهلك في اللجان الحكومية الدولية الأخرى؛
- واو- تقديم المشورة للمستهلكين والمؤسسات التجارية بشأن حقوقهم والتزاماتهم بموجب قوانين حماية المستهلك ذات الصلة؛

الأردني الذي يعالج الشكاوى التي تتناول أي "مرسوم أو إجراء أو ممارسة أو تصرف رافض من قبل الإدارة العامة". ومن أمثلة ذلك نشر الأوامر التوجيهية التنفيذية للضمان الاجتماعي. وفي المغرب، يقدم أمين المظالم (الوسيط) تقارير إلى الملك ويعمل بشكل رئيسي في مجال حقوق الإنسان - وكذلك أمين المظالم الجزائري لحقوق الإنسان الذي يستهدف "تحسين العلاقات بين الإدارة والمواطنين".

الربط المهنية والصناعية: يمكن للربطات المهنية والصناعية أن تقوم بأعمالها الخاصة في مجال معالجة الشكاوى والإجراءات التأديبية ضد أعضائها وأن تضع مدونات لقواعد السلوك - غالباً بالتفاوض مع وكالات حماية المستهلك. ويمكن للمستهلكين المتضررين أن يحيلوا مشاكلهم إلى هذه الآليات لتسويتها. وكبدل عن ذلك، فإن بعض الشركات قد تضع للمستهلكين آلياتها الخاصة لمعالجة الشكاوى ليتسنى لهم إحالة شكاوهم بشأن ما اشتره من منتجات أو خدمات. وأحياناً ما يشار إلى هذه الهيئات التابعة للصناعة بأمين المظالم. وتناقش هذه الآليات في المجلد المصاحب بشأن تقديم التوجيه لقطاع الأعمال التجارية.

التنظيم الذاتي والمشارك: يتضمن دور التنظيم الذاتي بعض المهام المذكورة أعلاه. ولطالما وُجدت عملية "التسجيل" للمهن الحرة بضوابط تحد من دخول مهن بعينها. ومع ذلك، فإن هذا المفهوم قد تطور باعتباره فرعاً من فروع السياسة العامة وكذلك شكلاً من أشكال حوكمة الشركات، ولم يعد يشير ببساطة إلى تنظيم المنتجات والخدمات أو إلى الشكاوى. وبما أن الحكومات تجذب مجموعة أوسع نطاقاً من أصحاب المصلحة مقارنة بالشركات الفعلية، فإنها قد تختار الاعتماد على هذه البرامج التنظيمية المشتركة من أجل نشر اللوائح التي قد تصدرها الدولة في ظروف أخرى. وهذه البرامج التنظيمية لها صلاحيات القيام بما يلي: (أ) إضفاء الطابع الإلزامي على مدونات القواعد الطوعية؛ أو (ب) اشتراط وجود مدونات قواعد للصناعة؛ أو (ج) فرض أو إقرار مدونات قواعد إلزامية مع التوضيح أن التقييد بها يشكل امتثالاً قانونياً.

جمعيات المستهلك: يمكن لمجموعة من فرادى المستهلكين تتسم بالتنظيم الجيد والتمثيل الواسع النطاق أن تشكل قوة مساهمة متينة في السياسة العامة. وتعتبر حركة المستهلكين

وتثير القائمة المذكورة أعلاه مسائل متعلقة بالهيكل، إذ توجد مخاطر ممكنة للنزاع بشأن المهام والحاجة إلى تحديد الفروق بين السياسات، والفصل في القضايا، والإدارة. وكما يرد في منشور الأونكتاد المتعلق بالمبادئ التوجيهية للإدارة الرشيدة في مجال المنافسة بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فإن "هناك اختلافات كبيرة في هيكل أنظمة الإنفاذ، ففي بعض البلدان، تُنشأ الجهة المكلفة بالتحقيقات من هيئة... كإدارة داخل وزارة، وتُشكل الجهة المكلفة بالفصل في القضايا من الهيئة إما باعتبارها جهازاً مستقلاً جماعياً في شكل مجلس مفوضين أو باعتبارها هيئة استشارية. وقد تختلف الولايات القضائية في درجة الأهمية التي تعلقها على منح الاستقلالية عبر مهام محددة في إنفاذ..."^(٣٧). ورغم أن ذلك قد يُطبق على المنافسة، فإن المسائل نفسها تعتبر مع ذلك ذات صلة بحماية المستهلك. ويسترسل التقرير قائلاً إن "التوجه في معظم الولايات القضائية في المناطق المتقدمة والنامية على السواء يتمثل في إنشاء... أنظمة إنفاذ تتضمن مؤسسات منفصلة لديها استقلال إداري كبير عن الوزارات التي تتكامل تقليدياً بشكل رأسي. وهذه هي الحالة في معظم الاقتصادات المتقدمة وكذلك في غالبية البلدان النامية والبلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية".

ومن بين أوجه الاختلاف بين المنافسة وحماية المستهلك أن حماية المستهلك تغطي مجالاً أوسع نطاقاً من ناحية القطاعات والمعاملات والتشريعات.

زاي- إجراء، أو إصدار تكليف بإجراء، دراسات استقصائية وبحوث سوقية في مجال مشاكل حماية المستهلك؛
حاء- إجراء، أو إصدار تكليف بإجراء، اختبارات للمنتجات لأغراض السلامة والجودة، وتعميم المعلومات على المستهلكين؛
طاء- إدارة و/أو رصد أداء محاكم قضايا المستهلكين أو غيرها من آليات الوساطة في ادعاءات المستهلكين؛
ياء- التشاور مع أصحاب المصلحة المعنيين من أجل فهم المسائل المتعلقة بالمستهلكين ووضع سياسات لمعالجة المجالات الإشكالية؛
كاف- تنظيم برامج عامة للتثقيف وتوفير المعلومات بشكل مستقل أو بالتعاون مع منظمات المستهلكين أو الكيانات التجارية؛
لام- تمثيل مصالح المستهلك الوطني في المفاوضات الدولية المتعلقة بالقضايا الفردية ومناقشات السياسات الدولية. ولا تعتمد كل وكالات حماية المستهلك جميع المهام المذكورة أعلاه. ومع ذلك، فإن معظم هذه النقاط ستكون في إطار مجال عملها المحتمل. ويختتم الدليل بالقول إن "مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك تُظهر درجة كبيرة من المرونة، نظراً للاختلافات في التقاليد الوطنية والظروف الجغرافية، مع التركيز على النتائج أكثر من السمات الخاصة بالهيكل. وبناء على ذلك، هناك مجموعة متنوعة من النهج في تناول الموقع الدقيق لحماية المستهلك في إطار الهيكل المؤسسي للحكومة".

الجدول ٤: الولاية القضائية وصلاحيات وكالات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

الجزائر

القانون رقم ٠٩-٠٣ المؤرخ ٢٥ شباط/فبراير ٢٠٠٩ بشأن حماية المستهلك وقمع الغش؛

المادة ٢٤- المجلس الوطني - لم يتم تحديد الصلاحيات والأعضاء؛ المادة ٢٥- يعمل موظفو وكالة حماية المستهلك على متابعة المخالفات المشمولة بالقانون؛ اشتراط إذن قضائي محدد؛ اختبار مطابقة المنتج للمواصفات، والتفتيش بما يشمل أعمال الرقابة على الحدود؛ تحرير محاضر سليمة لعمليات التفتيش؛ إمكانية دخول عناصر الجهة المعنية إلى الأماكن على مدار الساعة؛ المعامل المعتمدة المرخص لها؛ العينات؛ تطبيق التدابير الاحترازية؛ الغرامات التي تفرضها المحاكم.

مصر

القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك؛

المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك: هيكل الوكالة المختصة وفعاليتها

المادة ١٢- جهاز حماية المستهلك له الشخصية الاعتبارية العامة المستقلة ويتبع الوزير المختص، ويمكن أن يكون له "فروع أو مكاتب بالمحافظات". وتمثل مهامه في: (أ) وضع خطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك؛ (ب) تلقي الشكاوى والتحقيق فيها؛ (ج) التنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة لتطبيق القانون؛ (د) دراسة الاقتراحات والتوصيات التي ترد إلى الجهاز.

القانون المنقح المقترح لسنة ٢٠١٤:

مهام جهاز حماية المستهلك: تلقي الشكاوى؛ تقديم الدعم التقني للوزارات؛ دعم المنظمات غير الحكومية واستعراض عملها في مجال حماية المستهلك؛ التعاون مع الجهات التنظيمية.

الدستور المصري الجديد لسنة ٢٠١٤؛

تكفل المادة ٢٧ الإطار القانوني لجهاز حماية المستهلك.

الأردن

القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٧، بشأن قانون حماية المستهلك؛

المادة ٩- يُشكّل مجلس حماية المستهلك حسب توجيهات وزير التجارة والصناعة والتموين. وتكون المديرية مسؤولة عن مراقبة الأسواق وتلقي الشكاوى وتقديم المعلومات للهيئات القطاعية ذات الصلة. ويكون للموظفين صفة الشرطة القضائية بصلاحيات الدخول والتفتيش.

لبنان

القانون رقم ٦٥٩ المؤرخ ٤ شباط/فبراير ٢٠٠٥، بشأن قانون حماية المستهلك؛

المادة ٦١- مجلس حماية المستهلك؛ المادة ٦٣- مديرية حماية المستهلك في وزارة التنمية الاقتصادية والتجارة. تُدقق المديرية في الإعلانات وتقوم بإنفاذ التصحيح؛ الموازين والمقاييس؛ عقود المستهلك؛ اختبار السلع في المعامل المعتمدة؛ تعليق البيع في حال الضرورة، وتطبيق المبادئ الاحترازية. المادة ٦٠- يمكن لمجلس حماية المستهلك تقديم مقترحات. المادة ٨ الجديدة- تتحقق المديرية من الجودة والسلامة؛ وتراقب الأسعار؛ وتُعد مواد تنقيف المستهلك؛ وتجرى الأبحاث. المادة ٨٢- آلية تسوية المنازعات؛ الوسيط يعينه الوزير. الغرامات والعقوبات تصدر عن المحاكم، ولكن يمكن للمفتشين تقاسم العوائد، حتى عند عدم التكاليف.

المغرب

القانون رقم ٣١-٠٨ بشأن حماية المستهلك؛

إدارة حماية المستهلك في وزارة الاستثمار والتجارة والاقتصاد الرقمي. محققون في ٢٩ وفداً على مستوى الأقاليم. مفتشون لمراقبة الأسواق المحلية ووحدة مراقبة للمواقع الشبكية التجارية. المادة ١٨- يُرجع في الحدود السعرية إلى الجهات التنظيمية القطاعية.

تونس

القانون رقم ٩٢-١١٧ المؤرخ ٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢، بشأن حماية المستهلك؛

الفصل ١٥- يجتمع المجلس الوطني لحماية المستهلك مرتين سنوياً بمبادرة من الرئيس، وهو تابع لوزارة التجارة والصناعات التقليدية. الأمانة، ووزارة التجارة، ومديرية الجودة وحماية المستهلك. صلاحيات جهة التفتيش بالدخول والتفتيش.

دولة فلسطين

القانون رقم ٢١-٢٠٠٥ بشأن حماية المستهلك

المادة ٤- مجلس حماية المستهلك. يتمتع المجلس بسلطة تنفيذية. المادة ٥-١- التواصل فيما بين جميع الهيئات المعنية بحماية المستهلك؛ ٢- دعم دور المستهلك في الاقتصاد الوطني؛ ٣- المشاركة في صنع السياسات بشأن السلامة والجودة؛ ٤-

اعتماد برامج تنفيذية بما في ذلك المتعلقة بالبيئة؛ ٥- وضع خطط وبرامج خاصة في مجال حقوق المستهلك؛ ٦- متابعة السياسات الحكومية ورصد السلطات المختصة؛ ٧- المشاركة في المنظمات ذات الأهداف المماثلة على الصعيدين العربي والدولي؛ ٨- مراقبة الاحتكار وتقديم التوصيات للوزارة؛ ٩- مواصفات وجودة السلع؛

وزارة الاقتصاد الوطني هي السلطة المختصة، بما يشمل تسجيل جمعيات حماية المستهلك. وكذلك رصد المنتجات الإسرائيلية الواردة من المستوطنات؛ ومكافحة التقليد؛ وتمتع المحاكم بسلطات تنفيذية.

المصدر: التقرير الاستهلاكي لعام ٢٠١٥ لبرنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتشريعات وطنية.

وتسمح التشريعات النمطية للوزارة بأن تحصل على المشورة من مجلس تشمل عضويته المؤسسات التجارية وجمعيات المستهلك بل وأيضاً الوزارات "الشقيقة" المعنية المسؤولة عن القطاعات الخاصة بفرادى المنتجات. ومن ثم، فإن لكل من المجلس والمديرية هوية مستقلة. والبلد الأقل بروزاً في هذا الصدد - من منطلق قانون حماية المستهلك - هو دولة فلسطين، حيث يبدو أن مجلس حماية المستهلك يتمتع بسلطة تنفيذية، مثل المحاكم إلى حد ما. ودور "الوزارة المختصة" (وهي وزارة الاقتصاد الوطني) غير مذكور بوضوح فيما يتعلق بمراقبة الأسواق.

وحتى عندما يكون دور المجلس والمديرية واضحاً، يظل هناك ارتباك محتمل بشأن دور أعضاء الحكومة. ومن المهم النظر فيما إذا كان يتعين على المشاركين في الوزارة الاضطلاع بدور المراقب لا بدور العضو الكامل في هذه المجالس الاستشارية. فهذا من شأنه أن يخفف على الأقل من مفارقة إعطاء ممثلي الوزارة ما يسمى بالمشورة "المستقلة" للهيئات التي يعتبرون أعضاء كاملين فيها. وفي سياق ذلك، فإن من المذهل أن نرى نطاق الهياكل الاستشارية، رغم أنها لا تعمل كلها بعد. ويجري العمل في الأردن، مثلاً، على إنشاء مجلس حماية المستهلك؛ ويذكر التقرير الاستهلاكي أن الجزائر تسعى إلى إنشاء مجلسها الوطني. ويسمح حضور الوزارات القطاعية ذات الصلة بالتشاور وجهاً لوجه بين أصحاب المصلحة والحكومة، ويعد ذلك متدي هاماً كما تفيد التقارير. وتنطوي المنتديات الأخرى لتبادل الأفكار والتي تضم المؤسسات التجارية والمستهلكين - كما يبين التقرير الاستهلاكي - على إنشاء لجان شراكة مع القطاع الخاص، وكثيراً ما يكون ذلك على امتداد الخطوط القطاعية.

ويعد نطاق تدخّل المجالس في الاختصاص القضائي بشأن فرادى الحالات من المسائل المثيرة لشواغل محتملة. وقد أشرنا إلى وجود غموض في التشريع الفلسطيني. ويبدو أن

وفضلاً عن ذلك، يتعين على العديد من الجهات التنظيمية القطاعية أيضاً مراعاة المستهلكين، بما يؤدي إلى تشتت معين في المسؤولية. وتعتبر معاملات كثيرة في مجال حماية المستهلك بالغة الصغر مقارنة بأنواع الحالات التي عادة ما تُعرض على الهيئات المعنية بالمنافسة - ومن المرجح أن يتم التعامل مع المخالفات الصغيرة من قبل جهات التفتيش المحلية. ومع ذلك، وكما يرد في النقاش أدناه، ينحو التوجه العالمي إلى زيادة إبراز المكانة العامة لوكالات حماية المستهلك - حتى داخل الوزارات - واستحداث قنوات اتصال مستقلة مع الجمهور.

وقبل الشروع في التوصيات، يُطرح السؤال التالي: كيف تُقارن مهام وكالات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مع القائمة المتوافق عليها للمهام المبينة أعلاه، وما هي الخطوات المتخذة إزاء الفصل المستقل في القضايا؟

إن المهام المذكورة أعلاه وفي دليل الأونكتاد تظهر كلها في عمل وكالات حماية المستهلك في المنطقة. وتعد أقلها ظهوراً بعد التمغن في قوانين حماية المستهلك المهمة الأخيرة التي تتناول التعاون الدولي بالتفصيل. ومع ذلك، فإنها تظهر في برنامج الشرق الأوسط وشمال أفريقيا - رغم أنها ليست بارزة في التشريعات.

ويتمثل الهيكل السائد في المنطقة في قيام الدول الأعضاء بإنشاء شبكة من جهات التفتيش المحلية التي يعمل فيها موظفون حكوميون يقيمون غالباً في المحافظات، وتحت توجيه الوزارة المعنية. وعادة ما يتمتع موظفو وكالات حماية المستهلك بصلاحيات دخول وتفتيش أماكن الأعمال التجارية وفرض العقوبات أو التماس فرضها من خلال المحاكم. وهذا هو النموذج الجغرافي الذي تطور في إطار الولايات القضائية الفرانكوفونية - أي الدائرة الوطنية ذات الحضور المحلي كما هو حال المديرية العامة الفرنسية للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش.

وهونغ كونغ - الصين، وكلاهما مؤسستان تتسمان بفعالية بالغة ومكانة بارزة لمعالجة الشكاوى.

وهناك شاغل متعلق بالميزات ومرتبطة بالممارسة المتبعة في بعض البلدان، وهو يتمثل في التمويل الجزئي لوكالات حماية المستهلك من عوائد الغرامات المفروضة من قبل مفتشيها في الميدان. ومن الواضح أن هذا الأمر يثير عدة مسائل، منها الحاجة الحتمية التي تنشأ عن هذا الأمر إلى وجود عدد معين من الغرامات التي يتعين فرضها. ويشير دليل الإدارة الرشيدة بشأن المنافسة، على سبيل المثال، إلى أنه "بينما يمنح عدد قليل من البلدان هيئة... نسبة من الغرامات التي تجمعها في سياق إجراءات الإنفاذ، فإن ذلك يُنظر إليه بارتياح في معظم البلدان، حيث يمكن أن يحفز تلك الهيئة على اتخاذ إجراءات غير سليمة لفرض غرامات كبيرة من أجل زيادة ميزانيتها"^(٣٢). ومن الممكن جداً أنه إذا أرادت حكومة ما تحويل استراتيجيتها بعيداً عن العقوبات الجزائية وبتجاه الدعاية المضادة، مثلاً، فقد تمتنع عن ذلك بسبب أي خسارة في الإيرادات.

وهناك شاغل آخر يتمثل في خطر الفساد إذا كان المفتشون - الذين بحصولهم على دخل من فرض الغرامات - سيكون لديهم حافز أكبر لفرضها بينما يتعين أن يتمثل الهدف الفعلي من الخدمة في الحد من المخالفات. ويمكن أن يؤدي ذلك إلى تدهور الوضع ليلبغ فرض غرامات "غير رسمية" أو حتى طلب دفع مبالغ مقابل عدم إقامة الدعاوى. ومن المعروف أن هذا السيناريو يحدث في بعض الولايات القضائية حول العالم. وهذا لا يعنى الانتقاص من الحاجة إلى العقوبات ولكنه يعني إبراز القلق العام بشأن الصلة بين العقوبات والتمويل المؤسسي، التي قد تسفر عن تثبيط النماذج الأخرى.

الملاحظة ٥: ثمة قلق، يُعرب عنه أيضاً في دليل المنافسة، بشأن تمويل وكالات حماية المستهلك من الغرامات.

التوصية ٩: تكرار الإعراب عن النتيجة المذكورة في وثيقة الإرشاد المتعلقة بالمنافسة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: "يتسم دور الوزارة الأم، و/أو وزارة المالية أو وزارة الخزانة، و/أو المراجع العام للحسابات، والبرلمان في نهاية المطاف، بأهمية خاصة عندما يتعلق الأمر بالمساءلة

ذلك هو ما تنطوي عليه أيضاً الأحكام التي لم يتم إقرارها بعد بشأن مجلس جهاز حماية المستهلك في مصر، التي تخوله إصدار قرارات إلزامية بشأن أية منازعات بين المؤسسات التجارية والمستهلكين. فمن غير المتوقع عادة إقرار تسوية المنازعات هذه على مستوى المجلس. وفي المقابل، فإن المعالجات التي يجريها المجلس بشأن مسائل حقيقية تثيرها قضية ما، تبدو مهمة مقابل أي قرارات تُتخذ بشأن القضية.

الملاحظة ٤: إن وضع نماذج ذات أصحاب مصلحة متعددين لغرض التشاور مع وكالات حماية المستهلك يدعم الاعتقاد بأن الروح الجامعة لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك تحظى بالاعتراف في كافة أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ومع ذلك، فإن هناك مخاطر بشأن تداخل المهمتين الاستشارية والتنفيذية والمهمتين التنفيذية والخاصة بالفصل في القضايا.

التوصية ٨: يتعين إيلاء الاهتمام بالفصل الضروري للأدوار في وضع هياكل الوكالات، مع الحفاظ في الوقت نفسه على مشاركة نطاق متنوع من أصحاب المصلحة في الأدوار المتعلقة بإسداء النصح والمشورة.

٤-٣ الموارد والمساءلة

إن من النادر ذكر التقارير السنوية في تشريعات وميزانيات وكالات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وقد يرجع ذلك إلى المركز المشترك للوكالات باعتبارها مديريات داخل الوزارات. ويبدو أن الوكالات الوزارية لا تحظى بالأضواء أمام الجمهور، وأحياناً أقل من المنظمات الأخرى المعنية بالمستهلكين مثل جمعيات المستهلك التي تنتم بالحيوية في المغرب والجزائر والمعهد الوطني للاستهلاك في تونس.

وينحو التوجه العالمي إلى مزيد من الاستقلالية، ليس بالقدر الكبير من ناحية المركز الإداري - ففي النهاية، تعد المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش في فرنسا جزءاً من وزارة الاقتصاد والصناعة والشؤون الرقمية - وإنما من ناحية الشكل العام ودرجة الاستقلالية التشغيلية. وتُنشأ بعض الهيئات العامة باعتبارها مجالس للمستهلكين ممولة من الحكومة، ولكن دون صلاحيات الإنفاذ. وهذا هو حال مجالس المستهلكين في فيجي

التوصية ١٠: يتعين على وكالات حماية المستهلك، سواء العاملة منها داخل الوزارات أو بشكل أكثر استقلالية، أن تطور صورتها العامة من خلال الإفادة عن أنشطتها وعن "حالة الأمة" من حيث شؤون المستهلك. ومع تزايد هذا الأمر في جميع أنحاء العالم - وكذلك في حالة أمناء المظالم - يتعين عليها الإبلاغ عن المسائل الناشئة عن تحليل المشاكل المعروضة عليها من دوائر إحالة الشكاوى التابعة لها. وينبغي أن يكون لها عندئذ الحق في اقتراح حلول إدارية أو تنظيمية. ويمكن أن يتم ذلك إما من خلال المجالس الاستشارية التي تقدم إليها التقارير أو بنفسها. وعلى أية حال، يتعين نشر هذه التقارير التي قد تأخذ شكل عرض للخيارات.

٤-٤ مشاركة أصحاب المصلحة في حماية المستهلك

كما يبين الجدول ٥ أدناه، فإن مشاركة أصحاب المصلحة في عمل وكالات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يبدو أنه متطور للغاية، كما أنه مدون صراحة في قوانين حماية المستهلك في بعض الولايات القضائية. وهذا هو الحال تحديداً في مصر وتونس والأردن، حيث تُخصص بتحديد دقيق أماكن في اللجان الاستشارية لوكالات حماية المستهلك. وتشمل عضوية هذه المجالس ممثلين عن الوزارات وكذلك عن المنظمات غير الحكومية مثل جمعيات المستهلك، والمؤسسات التجارية، والصناعة (الغرف التجارية مثلاً)، والرابطات المهنية.

في سياق عملية الميزانية... وفي بعض البلدان، يعد وجود استراتيجية تشغيلية مفصلة شرطاً إضافياً مرتبطاً بتخصيص اعتمادات ميزانية الهيئة". وبالإضافة إلى ذلك، فإن هذه الشفافية مهمة أيضاً كعامل مساعد في المشاركة البناءة لجمعيات المستهلك ولجموع المستهلكين من خلال هذه الجمعيات.

ويختتم دليل الأونكتاد فصله المتعلق بوكالات حماية المستهلك كالتالي: "ليس هناك نموذج أمثل واحد لوكالات حماية المستهلك، حيث يعد التاريخ والجغرافيا عاملين مشروعين مؤثرين على الهياكل. ومع ذلك، يمكن ملاحظة اتجاهات معينة... فالتشغيل المستقل لوكالة حماية المستهلك يتيح لها تكوين صورة بارزة أمام الجمهور مما يجذب المستهلكين للتواصل معها ويسمح لتجارهم بالتأثير مباشرة على السياسات. وفي هذا الخصوص، فإن درجة ما من التواجد على الصعيد المحلي تمثل ميزة كبيرة، حيث إن العديد من الأسواق لا تزال محلية الطابع، خاصة بالنسبة للفقراء، رغم تطور العلاقات التجارية الإلكترونية الحديثة. ومن المثير للاهتمام ملاحظة أن العديد من الوكالات الموجودة داخل الوزارات تحظى بصورة بارزة أمام الجمهور، مثل ما تحظى به وكالات أخرى ذات مركز أكثر استقلالية من الناحية الرسمية أو القانونية. ويبدو أن الشكل الدقيق للهيكل المؤسسي لا يمثل العامل المحدد في الاعتراف العام - فما يهم هو أن هذا الاعتراف ممكن".

الجدول ٥: عضوية وكالات حماية المستهلك والمؤسسات ذات الصلة

الجزائر

القانون رقم ٠٣-٠٩ المؤرخ ٢٥ شباط/فبراير ٢٠٠٩ بشأن حماية المستهلك وقمع الغش؛

المادة ٢٤ - مجلس وطني لحماية المستهلكين يقدم مقترحات سياسية؛ يرد ذكره في نفس الباب من هذا القانون (الفصل السابع) الذي ترد فيه جمعيات حماية المستهلك. وتبين اللوائح العضوية والاختصاصات.

مصر

القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك؛

المادة ١٣ - يتألف مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك من خمسة عشر عضواً يحددهم الوزير، وعضوين من وزارة التجارة والصناعة؛ وأحد نواب رئيس مجلس الدولة؛ وعضوين من جمعيات المستهلك؛ وعضو من اتحاد جمعيات المستهلك؛ وعضو من

المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك: هيكل الوكالة المختصة وفعاليتها

الاتحاد التعاوني الاستهلاكي؛ وعضو من الغرف التجارية؛ وعضو من اتحاد الصناعات المصرية؛ وثلاثة أعضاء من ذوي الخبرة ذات الصلة؛ وتكون مدة العضوية ثلاث سنوات تجدد لمرة واحدة.

الأردن

القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٧، بشأن قانون حماية المستهلك؛

المادة ٩ ألف- يكون مجلس حماية المستهلك برئاسة الوزير وعضوية أمين عام الوزارة؛ مدير عام مؤسسة المواصفات والمقاييس؛ مدير عام المؤسسة العامة للغذاء والدواء؛ وزارة البيئة؛ وزارة السياحة؛ بلدية عمان؛ غرفة تجارة الأردن؛ غرفة صناعة الأردن؛ رئيس اتحاد جمعيات حماية المستهلك؛ ممثل عن جمعيات حماية المستهلك؛ مؤسسات التعليم العالي؛ الاتحاد العام للمزارعين؛ ممثلين اثنين عن القطاع الخاص؛ أربع فئات؛ تكون مدة العضوية سنتين تجدد لمرة واحدة.

لبنان

القانون المؤرخ ٤ شباط/فبراير ٢٠٠٥، بشأن قانون حماية المستهلك؛

المادة ٦٠- في إطار وزارة الاقتصاد والتجارة؛ مدير عام كل من الاقتصاد والتجارة، والصناعة، والزراعة، والصحة العامة، والبيئة، والسياحة، والاتصالات، والإعلام، والتربية؛ رئيس مجلس إدارة مؤسسة المقاييس والمواصفات؛ غرف التجارة والصناعة والزراعة، جمعية الصناعيين، نقابة وكالات الدعاية والإعلان، ممثلين عن جمعيات حماية المستهلك يعينهما الوزير.

المغرب

القانون رقم ٣١-٠٨ بشأن حماية المستهلك؛

المادة ٢٠٤- مجلس استشاري مستقل؛ المادة ٢٠٥- يحدد التشريع العضوية والأدوار في المجلس ويوصف بأنه "حديث النشأة" (في عام ٢٠١٥)؛ وتجدر الإشارة إلى الأهمية المحتملة للدور القضائي للجامعة الوطنية لجمعيات المستهلك - انظر الجدول ٦ أدناه.

تونس

القانون رقم ٩٢-١١٧ المؤرخ ٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢ بشأن حماية المستهلك؛

الفصل ١٥- إنشاء مجلس وطني لحماية المستهلك؛ السلامة والمعلومات والجودة؛ المهام والعضوية يحددها مرسوم. تُنظّم عضوية المجلس بموجب قانون عام ٢٠٠٤: ممثلون عن ثلاث عشرة وزارة؛ خمس مؤسسات علمية؛ خمس عشرة منظمة وطنية.

دولة فلسطين

القانون رقم ٢١-٢٠٠٥ بشأن حماية المستهلك؛

يرد في التعريف: المادة ٤ من قانون حماية المستهلك: تتألف عضوية المجلس من: وزارات الاقتصاد والمالية والصحة والزراعة، وسلطة البيئة، ومؤسسة المواصفات والمقاييس، والرابطات المهنية بما فيها غرفة التجارة وجمعيات المستهلك (٥ ممثلين)؛ وتكون سلطة الالتماس لدى الوزير.

المصدر: التقرير الاستهلاكي لعام ٢٠١٥ لبرنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتشريعات وطنية.

حكومية أخرى. ويكتسب هذا العمل طابعاً مؤسسياً عندما يكون الوزراء أعضاء في مجالس حماية المستهلك، ولكن ذلك قد

ومن الممكن جداً أن تكون وكالة حماية المستهلك، باعتبارها مديرية في الوزارة المختصة، ملزمة بالتشاور مع إدارات

وبالمثل، فلا مفر من أن تنطوي المناقشات بشأن السياسات على قدر من الارتباط بالعملية السياسية، وقد يُتوقع بالفعل من جمعيات المستهلك أن تكون مناصرة للمستهلكين دون الانحياز لحزب من الأحزاب. ويمكن أن تتسم هذه المسائل بالحساسية.

وفي بعض الحالات، تمنح الحكومة دعماً مالياً لجمعيات المستهلك. وبالمثل، يوجد نفس الشاغل المتعلق بالإيرادات من الغرامات في حالة جمعيات المستهلك - كما ورد أعلاه في حالة وكالات حماية المستهلك. فالدعم الحكومي لجمعيات المستهلك مقبول على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم، ولكن التمويل المرتبط تحديداً بعوائد الغرامات يمكن أن يكون له أثر فاسد حيث يدفع المنظمات نحو اتباع الحلول القضائية. ويعد منح الجمعيات حق المثل أمام المحكمة (مركزاً قانونياً) موضع ترحيب، حيث يمكنها من الشروع في العمليات القضائية وتمثيل المستهلكين في المحافل القانونية - وهو أمر شائع في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ولكن من المثير للقلق أيضاً أن الآليات البديلة لتسوية المنازعات لا يجري تطويرها بقدر ما تشهده البلدان في أماكن أخرى من العالم. وبينما لا يمكننا أن نحدد بوضوح السبب والتأثير، فهناك احتمال واضح أنه في حالة إعادة توجيه جمعيات المستهلك جهودها نحو الآليات البديلة لتسوية المنازعات عوضاً عن المحاكم، فقد يؤدي ذلك إلى تقليل عوائد الغرامات. وما هو أدق من ذلك احتمال أنه إذا اعتمدت وكالات حماية المستهلك على المحاكم عوضاً عن تشجيع الآليات البديلة لتسوية المنازعات، فإن ذلك قد يؤثر ليس على عوائد هذه الوكالات فقط، بل أيضاً على عوائد جمعيات المستهلك بالدرجة التي ترتبط بها بعوائد الغرامات المخصصة للوكالات.

الملاحظة ٦: تعتبر استقلالية جمعيات المستهلك مبدأً حيويًا مذكوراً في مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك في إطار الأهداف (المبدأ التوجيهي ١-هـ). وترد إقامة الصلات مثل "حرية التشكيل" في "الاحتياجات المشروعة" (المبدأ التوجيهي ٥-ح). ومع ذلك، هناك ضوابط ممكنة مختلفة يمكن ممارستها عليها من قبل الحكومة. وهي قد تكون مالية مثل إمكانية سحب التمويل الحكومي، أو قانونية من خلال عملية التسجيل، أو قضائية مثل خطر فقدان حق المثل أمام المحكمة. ومن الأمور الإيجابية جداً أن حق المثل أمام المحكمة وارد في التشريع بوجه عام. ومن الممكن للتسجيل والتمويل أن يؤديا إلى الضغط (أو الضغط المفترض) من أجل

لا يكون المنتدى الأنسب أو الأكثر فعالية للتشاور بشأن مسائل محددة، وخاصة تلك المتعلقة بالتحقيق في الخروقات الجسيمة للقوانين.

وكثيراً ما تُذكر كيانات بعينها على نحو خاص. وعلى سبيل المثال، فإن القانون اللبناني لحماية المستهلك يأمر بالتشاور مع مجلس الاعتماد (للهيئات القائمة بالفحص)، ويشير التشريع الفلسطيني إلى مؤسسة المواصفات والمقاييس بهدف وضع "تعليمات فنية إلزامية". وبالمثل، يأمر القانون التونسي بالتعاون مع المعهد الوطني للمواصفات والمجلس الوطني لمكافحة التقليد والمجلس الوطني للخدمات.

التوصية ١١: ليس من الضروري تكليف الوزارات الحكومية بأن تسدي المشورة إلى وكالة حماية المستهلك أو أن تتلقى منها المشورة. ومن البديهي أن يكون لكل هيئة - باعتبارها هيئات حكومية شقيقة - الحرية والواجب بإسداء المشورة وتلقيها حسب الاقتضاء. ويتعين أن يكون هذا الحق مذكوراً بوضوح في ولاية وكالة حماية المستهلك التي تغطي المشهد الاستهلاكي بأسره. ومع ذلك، ليس من الضروري وضع أحكام تفصيلية مثل عدد معين من الاجتماعات في السنة، وهو ما يمكن أن يصبح بسهولة سلسلة احتفالية من الحوارات دون جدول أعمال موضوعي.

دور جمعيات المستهلك: يبين الجدول ٦ أدناه المواد ذات الصلة في القوانين الوطنية لحماية المستهلك، التي تنظم إنشاء جمعيات حماية المستهلك والحقوق والمهام. وتمنح قوانين حماية المستهلك المختلفة مستويات عالية من الاعتراف للجمعيات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا - وكلها تقر بالحق في تشكيل وتسجيل هذه الجمعيات. ويتطلب التسجيل درجة من الرقابة، بما يشمل إمكانية عدم التسجيل أو إلغائه. وهناك قواعد تنظم التسجيل مثل الطابع غير التجاري والأهداف غير السياسية - من ناحية عدم الارتباط بأحزاب سياسية معينة. وفيما يتعلق بهذه الشروط، يلزم أن تكون هناك درجة من الحرية. وعلى سبيل المثال، يُتوقع أن جمعيات المستهلك ربما يكون لها أنشطة تشمل عنصراً لجمع الإيرادات، مثل النشر. ولكنها يجب أن تعمل في إطار عام لا يهدف للربح ويكون مقبولاً على نطاق واسع كممارسة عادية مثل العمل بموجب قواعد المنظمة الدولية للمستهلكين - التي ينتسب إليها العديد من جمعيات المستهلك.

المستهلك، ومن ثم يمكن لمشاركتها أن تمثل شكلاً إضافياً من أشكال التعاون مع الحكومة.

ومن باب الحيطة، يتعين أن نحذر من التوقعات المفرطة بشأن تثقيف المستهلك. فإنها لم تمنع، حسب التجربة، من تطور الأزمة المالية في الاقتصادات الغنية. وقد حذرت توصيات منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي لعام ٢٠٠٥ بشأن المبادئ والممارسات الجيدة للتثقيف والتوعية الماليين من أن "تعزيز التثقيف المالي يتعين ألا يستعاض به عن التنظيم المالي، الذي يعد ضرورياً لحماية المستهلكين (من الاحتيال مثلاً) والذي يُتوقع أن يكمله التثقيف المالي"^(٣٤). وعززت دراسة أجراها البنك الدولي ذلك الرأي في عام ٢٠١٠، وخاصة في سياق البلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية، حيث أفادت بأن "التثقيف المالي لا يمكن أن يستعاض به عن التنظيم المالي الكافي"^(٣٥).

اتباع توجيهات الحكومة. ومع ذلك، فإن حكومات منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا قد اتخذت إجراءات لاحترام استقلاليتها من خلال إقرارها لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك المذكورة أعلاه.

تثقيف المستهلك: إن من الأشكال البالغة الأهمية للتواصل بين وكالات حماية المستهلك والمستهلكين هو تثقيف المستهلك، الذي أقرت أهميته في المبدأ التوجيهي ٥-و، ودور الوكالات الحكومية وجمعيات المستهلك المذكور في المبدأ التوجيهي ٤٢. ويرد في الإطار ١ أمثلة لبرامج تثقيف المستهلك. ويمكن لهذه البرامج أن تكون ذات فائدة مزدوجة بتحسين إعداد المستهلكين للسوق وكذلك بإبراز صورة وكالات حماية المستهلك. وهناك فائدة محتملة أخرى تتمثل في أن جمعيات المستهلك يمكنها في كثير من الأحيان أن تكون عاملاً مؤثراً رئيسياً في تثقيف

الجدول ٦: حقوق ومهام جمعيات المستهلك

الجزائر

القانون رقم ٠٣-٠٩- المؤرخ ٢٥ شباط/فبراير ٢٠٠٩ بشأن حقوق المستهلك وقمع الغش؛

المادة ٢١- التسجيل القانوني؛ المادة ٢٢- إمكانية اللجوء للقضاء؛ المادة ٢٣- التمثيل الجماعي؛ المادة ٢٤- المجلس الوطني.

مصر

القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك؛

مذكورة في التعاريف؛ المادة ٢- الحق في المشاركة في المؤسسات والمجالس واللجان؛ المادة ٢٣- مباشرة الدعاوى وإجراء أعمال المسح بشأن الأسعار والجودة والمعلومات والمخالفات ذات الصلة بما ورد أعلاه، والإبلاغ عن المشاكل إلى جهاز حماية المستهلك؛ نشر "ثقافة المستهلك"؛ يُمنع تلقي عائدات من الموردين.

الأردن

القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٧، بشأن قانون حماية المستهلك؛

المادتان ١٣ و ١٤- الحماية والإشراف على جمعيات حماية المستهلك؛ المادة ١٥- المهام: التثقيف/التوعية؛ المشورة والإرشاد؛ تلقي الشكاوى واتخاذ الإجراءات؛ إقامة الدعاوى أو التدخل في عملية التقاضي؛ تمثيل المستهلكين لدى الهيئات التي تتلقى الشكاوى ضد الموردين؛ الاستقصاء بشأن الأسعار والجودة والموثوقية؛ تقديم تقارير للسلطات المعنية؛ التواصل بين المستهلك والمنتج وتسوية المنازعات بينهما؛ قواعد البيانات المتعلقة بالبحوث؛ المادة ١٦- اتحاد جمعيات المستهلك؛ التنسيق؛ رعاية المصالح؛ تمثيل الجمعيات؛ "ترشيد الاستهلاك"؛ تعزيز الصلات مع الموردين؛ التعاون الإقليمي والدولي؛ المادة ١٧- المركز الذي يمكن من إقامة الدعاوى فردياً أو جماعياً.

لبنان

القانون المؤرخ ٤ شباط/فبراير ٢٠٠٥، بشأن قانون حماية المستهلك؛

مذكورة في التعاريف: غير تجارية وغير سياسية؛ تثقيف المستهلكين وتوعيتهم وإرشادهم، وتمثيلهم أمام الهيئات الخاصة والرسمية؛ المادة ٦٧- المهام: كما ورد أعلاه إضافة إلى إجراء الاختبارات وأعمال التقاضي والتعامل مع وسائل الإعلام؛ المادة ٣- العضوية كحق من حقوق المستهلك؛ المادة ٦٩- السجل الخاص؛ المادة ٧٠- التقرير السنوي والميزانية؛ المادة ٩٧- المشاركة في تسوية المنازعات؛ المادة ١٢٨- تلقي نسبة من إيرادات الغرامات (الصندوق المشترك).

المغرب

القانون رقم ٣١-٠٨ بشأن حماية المستهلك؛

المادة ١٥٢- الطابع غير الربحي وغير التجاري (منع الإعلانات والتمويل من المؤسسات التجارية) وغير السياسي؛ المادة ١٥٤- التسجيل؛ المادة ١٥٥- الاعتراف بالجامعة الوطنية بموجب مرسوم؛ المادة ١٥٦- الصندوق الوطني وموارده من الغرامات والضرائب العامة والتبرعات، وتشرف عليه الوزارة، للمساعدة في إنشاء الجمعيات وفي تطوير "الثقافة الاستهلاكية"؛ المادة ١٥٧- مركز الجامعة الوطنية الذي يمكن من التقاضي، وفرادى الجمعيات الحاصلة على الإذن؛ المادة ١٥٨- الدعوى الجماعية حصراً بإذن كتابي من المستهلك، ويتبع ذلك أحكام بالغة التفصيل؛ ثلاثة اتحادات مذكورة على الصعيد المحلي؛ ٦٠ جمعية أو أكثر. قدمت المؤسسة المغربية لحماية المستهلك تقريراً في عام ٢٠١٥.

تونس

القانون رقم ٩٢-١١٧ المؤرخ ٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢ بشأن حماية المستهلك؛

التمثيل في المجلس الوطني؛ منظمة الدفاع عن المستهلك؛ جمعية ٢٠ مليون مستهلك؛ الجمعية التونسية لإرشاد المستهلك.

دولة فلسطين

القانون رقم ٢١-٢٠٠٥ بشأن حماية المستهلك؛

مذكورة في التعاريف: غير ربحية وغير تجارية وغير سياسية؛ التمثيل أمام الهيئات الرسمية وغير الرسمية؛ المادة ٣- مذكورة في حقوق المستهلك والتشكيل والتقاضى؛ المادة ٤- خمسة أعضاء في المجلس الوطني؛ المادة ٦- السجل الوطني لدى وزارة الاقتصاد الوطني.

المصدر: التقرير الاستهلاكي لعام ٢٠١٥ لبرنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتشريعات وطنية.

المعاملات من خلال حواسيب صغيرة وهواتف محمولة، ومن ثم تزيد صعوبات الفهم.

التوصية ١٢: يتعين على وكالات حماية المستهلك مراعاة ألا تحاول نقل عبء حماية المستهلك إلى المستهلكين وفي الوقت نفسه تنتظر منهم أيضاً أن يصبحوا خبراء. ولا يزال أمام الهيئات التنظيمية عمل هام تقوم به في مجال الحماية من الممارسات التجارية التعسفية.

إن معظم المستهلكين لا يطلعون على أحكام حماية المستهلك. وإن فعلوا، يكون ذلك عند إجرائهم لمعاملة معينة فقط. فاهتمام المستهلك يكون أكثر تركيزاً عند وجود نشاط محدد موضع النظر. وبالتالي، فإن المشورة المحددة الهدف بشأن معاملة ما يمكن أن تكون مفيدة، ولكن بعض المستهلكين ربما لا يكتسبون الخبرة أبداً. ويجب أن يراعى أيضاً أن العديد من المستهلكين قد يكون لديهم صعوبات في القراءة. وكثيراً ما تُجرى

الإطار ١: برامج تثقيف المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

الجزائر: أعدت مديرية حماية المستهلك دليلاً للمستهلك الجزائري، كما أعدت أدلة أكثر تخصصاً مثل دليل سلسلة التبريد، وكتيبات بشأن الهواتف، وإعلانات. وتبث القنوات الإذاعية والتلفزيونية برامج منتظمة للمستهلكين. وتُعد أيضاً حلقات عمل وحلقات دراسية على الصعيدين المحلي والوطني، وبالتعاون مع جمعيات المستهلك والرابطات المهنية.

مصر: وضع جهاز حماية المستهلك برنامجاً للتوعية العامة بالتنسيق مع وسائل الإعلام والمنظمات غير الحكومية والجامعات والمجالس المعنية بالمرأة وأصحاب المصلحة من الجهات التنظيمية. ومنذ عام ٢٠١٥، يدعو جهاز حماية المستهلك - بما يشمل حقوق المستهلك في المناهج المدرسية - إلى إدراج الحقوق والالتزامات الرئيسية للمستهلك في جميع مناهج المدارس الابتدائية. وتعمل المنظمات غير الحكومية مع جهاز حماية المستهلك، وبالشراكة مع مرفق البيئة العالمية، في مشروع لكفاءة الطاقة من أجل توعية الجمهور بالطاقة المستدامة وإزاء الإعلانات المضللة المتعلقة بمصايح الصمام الثنائي الباعث للضوء (LED). وكثيراً ما تستضيف البرامج الحوارية التلفزيونية والإذاعية رئيس جهاز حماية المستهلك وكبار موظفيه لمناقشة قضايا حماية المستهلك، ويقدم الجهاز إحاطات دورية لحوالي ٤٠ صحفياً. وأعد موظفو الجهاز مادة إذاعية أنتجتها إذاعة صوت العرب خلال شهر رمضان لتوعية الجمهور بالممارسات الاحتيالية والإعلانات المضللة.

لبنان: في إطار حملة توعية لمديرية حماية المستهلك، قُدم أكثر من ٣٠٠ عرض بشأن حقوق وواجبات المستهلك في المدارس والجامعات خلال السنوات الثلاث السابقة على عام ٢٠١٥. وأطلقت المديرية برنامجاً للطلبة المتطوعين ليكونوا جزءاً من دورياتها الرقابية وليساعدوا المفتشين. كما صممت المديرية عدة مسابقات فيما بين الجامعات لتثقيف الطلبة بشأن القضايا المتعلقة بحماية المستهلك، مثل سلامة الغذاء. ومن أجل التوعية بخدماتها المتعلقة بحماية المستهلك، أطلقت المديرية تطبيقاً للهاتف المحمول وصفحة على فيسبوك وحساباً على تويتر بعنوان "حماية المستهلك في لبنان" (Consumer Protection Lebanon). ثم أرسلت إخطارات عن طريق خدمة الرسائل القصيرة إلى جميع الهواتف المحمولة من أجل تعميم رقم الخط الساخن للمديرية وتطبيقها للهاتف المحمول. وشملت الفعاليات الدعوية الأخرى القيام سنوياً بإعداد مواد عن حماية المستهلك وعرضها على جميع القنوات التلفزيونية، وإجراء تدريب للمؤسسات التجارية عن تطبيق اللوائح، وطباعة وتوزيع مطويات توعوية متعددة.

المغرب: يجري في الخامس عشر من آذار/مارس من كل عام الاحتفال باليوم العالمي للمستهلك بالاقتران مع اليوم العالمي لحقوق المستهلك. ويتم تحديث الموقع الشبكي المعني بحماية المستهلك بشكل دائم ليتضمن معلومات عملية وأخباراً ورسائل تذكيرية بحقوق المستهلك. ويُقدّم الدعم أيضاً لحركة المستهلك من أجل مساعدتها في جهودها الرامية إلى إرشاد المستهلكين وتثقيفهم وتنويرهم.

دولة فلسطين: لقد أدى استحداث نظام حاسوبي في مديرية المستهلك إلى إتاحة تطور حملات توعية متنوعة في وسائل الإعلام، توفر الحماية للعديد من العناصر التجارية فيما تيسر أيضاً حماية المستهلك في قطاع الخدمات وكذلك في القطاعات الجديدة. وفي الوقت نفسه، فإن هذا التطور يواجه مسألة المنتجات القادمة من المستوطنات.

المصدر: الأونكتاد.

٤-٥ التعاون الدولي

"التنسيق والشراكة مع المنظمات القائمة المتعددة الأطراف"^(٣٦)، ويوضح المبدأ التوجيهي ١ أن هدف مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك يتمثل في "تعزيز التعاون الدولي في ميدان حماية المستهلك".

إن القرار ١٨٦/٧٠ الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في ٢٢ كانون الأول/ديسمبر ٢٠١٥ بشأن حماية المستهلك يعترف بقيمة التعاون الدولي. وتأتي الدياجة على ذكر

أعلاه، صراحة إلى ذلك عندما يعلن أن "بعض المسائل المتعلقة بحماية المستهلكين، من قبيل القانون الواجب التطبيق والولاية القضائية، يمكن أن تُعالج بأقصى قدر من الفعالية من خلال التشاور والتعاون على الصعيد الدولي". ولا ترد صياغة "القانون الواجب التطبيق والولاية القضائية" في متن المبادئ التوجيهية فعلياً، رغم أن المبدأ التوجيهي ٣٩ يدعو إلى تعزيز إمكانية اللجوء إلى القضاء والاستفادة من آليات الجبر، وخاصة في المنازعات العابرة للحدود. كما أن الفقرة ٥٤ (٦) من المبادئ التوجيهية بشأن التجارة الإلكترونية الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي - التي تشير إليها مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك - تطلب إلى الحكومات أن "تنظر في دور القانون الواجب التطبيق والولاية القضائية في تعزيز ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية"^(٣٨).

ويشير المبدأ التوجيهي ٩٠ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك إلى "المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك من الممارسات التجارية الاحتمالية والتضليلية العابرة للحدود" التي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. وفي الفقرة الثالثة (ألف)، يرد تجنب النزاع بين الولايات القضائية بالعبارات التالية: "يتعين أن تحسن البلدان الأعضاء من قدرتها على التعاون في مجال مكافحة الممارسات التجارية الاحتمالية والتضليلية العابرة للحدود، مع التسليم بأن التعاون بشأن تحقيقات أو قضايا معينة يظل في إطار السلطة التقديرية لوكالة إنفاذ حماية المستهلك المطلوب منها التعاون"^(٣٩). وهناك حدود لمدى الأولوية التي يتعين إيلاؤها للمعاملات العابرة للحدود من قبل وكالات حماية المستهلك على المعاملات "المحلية". ولكن مع التوسع في التجارة الإلكترونية، وما تجلبه من معاملات أكثر للمستهلكين في مجال التجزئة، فهذه المسألة ستزداد أهمية ولا شك. وبالتالي، فإن من المثير للقلق أن عدداً قليلاً جداً من قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يولي اهتماماً للتجارة الإلكترونية. ويرد أدناه شرح لذلك.

ونظراً لنقص التقدم فيما يتعلق بالقانون الواجب التطبيق والولاية القضائية على الصُّعد العالمية، تُبذل جهود على الصعيد الإقليمي. وقد أدرجت رابطة القانون الدولي مبدأ "الحماية المثلى" في مبادئها الدولية المتعلقة بحماية المستهلك - حسبما اتفقت عليه الرابطة في عام ٢٠١٢^(٤٠). ويفيد المبدأ بأن "من المستصوب

ونتيجة لعملية التنقيح، اتسع إلى حد كبير نطاق الفرع السادس من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية المتعلق بالتعاون الدولي. ويبحث المبدأ التوجيهي ٧٩ الدول الأعضاء على التعاون في تبادل المعلومات بشأن السياسات والتدابير المتخذة في مجال الاختبار، والمعلومات المتعلقة بالمستهلكين وتثقيفهم. ويدعو المبدأ التوجيهي ٨٠ إلى تعزيز الروابط المعلوماتية فيما يتعلق بالمنتجات التي تم حظرها أو سحبها أو تقييدها - وهو أمر حيوي لسلامة المستهلك. ويطلب المبدأ التوجيهي ٨١ العمل على ضمان ألا تصبح التباينات بين البلدان في جودة المنتجات أمراً ضاراً - وهي مسألة تقديرية موضع جدل. ويدعو المبدأ التوجيهي ٨٢ إلى التعاون بشأن الاحتمال العابر للحدود، كما يسجل في الوقت نفسه التنبيه الوارد في المبدأ التوجيهي ٨٣ بشأن احتفاظ الوكالات الوطنية لحماية المستهلك بالسلطة. ويشير ذلك إلى أن الدول قد تحتاج إلى "تجنب التداخل" مع عمل وكالات حماية المستهلك في الولايات القضائية الأخرى. ويتصور المبدأ التوجيهي ٨٥ وجود ترتيبات ثنائية ومتعددة الأطراف. ويشير المبدأ التوجيهي ٨٨ إلى أن الصلاحيات الوطنية للتحقيق وتبادل المعلومات يتعين توسيع نطاقها ليشمل التعاون مع النظراء الأجانب بشأن الإنفاذ القضائي وفيما بين الوكالات. وفي فروع أخرى، تُذكر على وجه التحديد الحاجة إلى التعاون فيما بين الدول الأعضاء بشأن القضايا العابرة للحدود. ويغطي المبدأ التوجيهي ٦٥ الفروع الجديدة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية؛ ويتحدث المبدأ التوجيهي ٦٨ عن الخدمات المالية؛ ويتناول المبدأ التوجيهي ٧٨ بالتفصيل مسألة السياحة.

وفي الفرع السابع، تكلف مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك الأونكتاد - بالتعاون مع فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقانون وسياسات حماية المستهلك - بأن يجري أنشطة تعاون متنوعة. وهي تشمل استعراض قوانين وسياسات حماية المستهلك وإسداء المشورة للدول الأعضاء بشأنها، وإجراء أنشطة للتدريب وبناء القدرات لصالح الدول الأعضاء في المسائل المتعلقة بحماية المستهلك، ودعم المبادرات الإقليمية والمتعددة الأطراف. ويشير تقرير التنفيذ الصادر عن الأونكتاد (عام ٢٠١٣) إلى مجموعة متنوعة من مبادرات التعاون بين الدول الأعضاء^(٣٧). ويسرد عدة اتفاقات للتعاون الثنائي، عادة ما تشمل تبادلاً للمعلومات وأنشطة لبناء القدرات.

وهناك مسألة بعينها لم يبت فيها بعد، وهي تتعلق بحماية المستهلكين عبر الحدود. ويشير القرار ١٨٦/٧٠، المذكور

العضوية بالدرجة الأولى من بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، فإن نطاقها يشمل كل المناطق، بما في ذلك مصر ضمن بلدان المشاريع، والمملكة العربية السعودية المجاورة لها، وتركيا (التي تتولى الرئاسة في وقت كتابة هذا التقرير).

وتنظم الشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون حملات تثقيفية مثل شهر منع الاحتيال، بصفة سنوية، كما تُجري مسح الإنترنت السنوي الذي يبحث عن المواقع الشبكية التي قد تحتال على المستهلكين. ويصف تقرير التنفيذ الصادر عن الأونكتاد هذا المسح بأنه يطبق "إجراءات موازية ومنسقة لإنفاذ القانون". وتشير هذه الإجراءات إلى وجود شبكة عالمية لإنفاذ القانون، وتمكّن من الإنفاذ على نحو استباقي. وتهدف الشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون إلى التمكين من تقديم الشكاوى بشأن التجارة الإلكترونية عبر الحدود "من خلال سبل غير الدعاوى القانونية الرسمية"، وهي توزع الشكاوى الواردة على الوكالات الوطنية لحماية المستهلك.

وهناك مثال إقليمي آخر على التعاون المشترك بين الوكالات وهو نظام الإنذار السريع بشأن المنتجات الخطرة غير الغذائية (RAPEX)، الخاص بالمفوضية الأوروبية. وتنتشر المفوضية لمححة عامة أسبوعية عن الإنذارات المتعلقة بالمنتجات التي تبلغ عنها السلطات الوطنية. وهي تشمل معلومات عن المنتجات الخطرة التي تم العثور عليها، والمخاطر التي تم تحديدها، والتدابير المتخذة في البلد المبلّغ من أجل منع أو تقييد تسويق أو استخدام هذه المنتجات. ويمكن أن تُتخذ التدابير بناء على أمر من السلطات الوطنية (إلزامية) أو بواسطة المنتجين والموزعين بشكل مباشر (طوعية).

وتستضيف منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي البوابة العالمية لعمليات السحب، وهي أداة على الإنترنت تضم معلومات محدثة بانتظام عن عمليات سحب المنتجات الاستهلاكية التي تعلنها الولايات القضائية في أنحاء العالم، ولا تقتصر على بلدان المنظمة المذكورة. وتضم البوابة معلومات عن العمليات الإلزامية والطوعية لسحب المنتجات التي تعلنها الهيئات الحكومية والمتاحة علناً. ويمكن للمستهلكين والمؤسسات التجارية الاطلاع على محتوى البوابة، ومن المتوقع أن تصبح التغطية عالمية في نهاية المطاف^(٤١). وستكون بوابة منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي ذات قيمة مضافة أيضاً

وضع معايير وتطبيق قواعد القانون الدولي الخاص التي تعطي المستهلكين حق الاستفادة من الحماية المثلى للمستهلك".

وتقدم المادة ٤ من اتفاقية ميركوسور (السوق المشتركة لأمريكا الجنوبية) أربعة بدائل للقانون الواجب التطبيق، وهي تحديداً موطن المستهلك؛ ومكان إبرام/تنفيذ العقد؛ ومقر المورد؛ ومنح الأطراف حق الاختيار. وفي غياب اختيار متفق عليه، يكون قانون موطن المستهلك هو القانون الواجب التطبيق مبدئياً، حيث يعتبر الأمثل لمصلحة المستهلك^(٤٢). وفي الصين، ينص قانون حماية المستهلك المنقح مؤخراً (Rev. 2013-Art 42) على افتراض الولاية القضائية للسكن المعتاد، إلا إذا لم يكن للمورد عمليات تجارية في بلد إقامة المستهلك (وكثيراً ما يكون ذلك هو الحال بالنسبة للسائح)^(٤٣).

ومن غير الممكن وضع إجابة حاسمة لهذه المسألة القانونية. ولكن دليل الأونكتاد لحماية المستهلك يشير بقوة إلى أن المسار الراهن نحو الحماية الدولية للمستهلك يمر عن طريق الحلول المؤسسية لا القضائية. وذلك لا يرجع فقط إلى الصعوبة المتأصلة في إقامة الدعاوى القضائية عبر الحدود، بل أيضاً إلى عدم وجود اتفاقات تعاون قاطعة ذات طابع قضائي بين الوكالات. وفي حالة السياحة والزيارات الدولية هناك اختيار ما بين تسوية المنازعة بشكل سريع وأولي في بلد المقصد - وهو ما قد ينطوي على بعض الإجراءات غير القضائية نسبياً مثل الآليات البديلة لتسوية المنازعات - أو التقاضي المطول البعيد المدى الذي يتسم بالقليل من ضمانات النجاح. ويبدو أن المسار الأول هو السائد، ويمثل وجود ترتيبات عملية بين وكالات حماية المستهلك تحسناً كبيراً في هذا الصدد. ويمكن أن نأمل في أن منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، باتجاهها نحو التعاون الإقليمي، قد تحقق تقدماً مماثلاً حتى من دون أن تضطر إلى قطع تعهدات قانونية أو قضائية.

أنظمة الإنذار الخاصة بحماية المستهلك: لقد تم

إعداد بعض الآليات المتقدمة من أجل إنذار وكالات حماية المستهلك بشأن المنتجات الخطرة والممارسات التجارية الاحتياطية عبر الحدود. وتتألف الشبكة الدولية لحماية المستهلك وإنفاذ القانون من منظمات تنتمي لأكثر من ٥٠ بلداً. وتهدف هذه المنظمات إلى تبادل المعلومات عن الأنشطة التجارية العابرة للحدود والتي قد تسفر عن الإضرار بالمستهلك، وإلى تشجيع التعاون العالمي فيما بين وكالات إنفاذ القانون. وبينما تتألف

ينطبق على نطاق واسع من الجمهور، مستوعباً جميع المنازعات العابرة للحدود بين المستهلكين ومقدمي الخدمات. وبحلول عام ٢٠١٥، كانت هذه المراكز تتلقى ١٠٠.٠٠٠ اتصال من المستهلكين سنوياً، من بينها ٤٠.٠٠٠ شكوى، وأحيل ٣٠.٠٠٠ إلى الوكالات الوطنية لحماية المستهلك. وهذا إجراء عملي آخر، لا يتطلب التقاضي بالضرورة، ويتبع الترتيبات المؤسسية.

التوصية ١٣: هناك الكثير الذي يمكن أن تقوم به وكالات حماية المستهلك دون أن تتطلب أولاً وجود تشريع. وفي العديد من الحالات، قد يكفي تحقيق أو إنذار لردع استمرار الممارسة السيئة. وقد لا يكون من الضروري إقامة دعوى قانونية عبر الحدود إذا أمكن لوكالات حماية المستهلك في البلدين العمل بالتوازي. وتُشجّع الولايات القضائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على استكشاف المبادرات المذكورة أعلاه بهدف زيادة تعاونها.

للبلدان التي لا تملك نظاماً إلكترونياً لبيانات عمليات السحب حيث يمكن بسهولة تكييفه وتهيئته حسب الطلب واستخدامه في ولاياتها القضائية. وبالتالي، فإن السبل المتاحة لبلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لإنشاء روابط على الصعيد الدولي من أجل حماية مستهلكيها من الممارسات الخطرة والاحتمالية عبر الحدود. ويشمل ذلك الانتهاكات في البلد الأصلي التي ربما لا تكون قد اكتشفت بعد من قبل وكالته لحماية المستهلك.

وكخدمة لفرادى المستهلكين، استحدث الاتحاد الأوروبي أيضاً شبكة لمراكز المستهلكين الأوروبية، وهي موجودة في كل الدول الأعضاء الثماني والعشرين - بما فيها النرويج وآيسلندا. وتساعد المراكز المستهلكين بخدمة مجانية توفر الوساطة عبر الحدود، والمشورة في مسائل مثل الإجراءات القضائية أو تسوية المنازعات، وهي قادرة على إعداد تقارير سياساتية. ورغم اعتبارها في كثير من الأحيان كخدمة للسائحين، فإن مجال مسؤولية المراكز

٥- الاستنتاجات: التحديات التي تواجه حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

١-٥ التعليقات الواردة من المنطقة

بمشاركة المجتمع المدني ودعمًا لزيادة تأهيله المهني وكفاءته التقنية.

وذكر المستجيبون التونسيون والجزائريون الحاجة إلى سبل بديلة لتسوية المنازعات، وكانت إشارة الجزائريين إلى سياق المرافق العامة حيث أحياناً ما تكون الشروط والأحكام الخاصة بالإمداد موضع إشكال. وجرت الإشارة إلى الحاجة للإسراع بأعمال الفصل في القضايا في المغرب، بينما اعتبر عدم إنفاذ قرارات المحاكم في دولة فلسطين أمراً إشكالياً. وفيما يتعلق بالاحتياجات المباشرة للمستهلكين، أشار عدة مستجيبين إلى ضرورة الملحة لمعالجة إمكانية حصول فئات المجتمع ذات الدخل المنخفض على السلع والخدمات الأساسية. وتمثلت القطاعات المحددة كموضوع اهتمام في المتاجر الكبرى، وخاصة في بلدان شمال أفريقيا الناطقة بالفرنسية، والمرافق مثل الطاقة.

وأفادت التقارير بأن خللاً شائعاً في العالم موجوداً أيضاً في هذه المنطقة من شمال أفريقيا، وهو الحاجة إلى تعزيز القوانين القائمة، وتطبيق المعايير، وزيادة قدرة موظفي الوكالات. ومع ذلك، فالدعوة إلى تشريع جديد ضعيفة نسبياً باستثناء مصر حيث سعى جهاز حماية المستهلك إلى تطبيق قانون حماية المستهلك لسنة ٢٠١٤ الذي أقر مؤخراً. وأعرب مستجيب جزائري عن رغبته في تطبيق مرسوم عام ٢٠١١ المنشئ لهيئات التفتيش على الجودة؛ وأعرب مستجيب تونسي عن تطلعه لتطبيق الأطر الجديدة لسلامة الغذاء والسلامة الصناعية، واعتماد إدارة أكثر تقدماً للمخاطر. وذكرت مصر أيضاً هاتين المسألتين والحاجة إلى نظام "إنذار مبكر" بشأن المنتجات الخطرة. ووجه عام، حظيت سلامة المنتج بالذكر على نطاق واسع بالتأكيد.

ووجه عدة مستجيبين الانتباه إلى معرفة المؤسسات التجارية بقانون المنافسة أكثر من قانون حماية المستهلك. ويعتبر ذلك منافياً للبدئية نوعاً ما، حيث إن المرء قد يأمل في أن

أعدت أمانة الأونكتاد تقريراً استهلالياً على أساس المعلومات المقدمة من البلدان الأعضاء في بداية البرنامج عام ٢٠١٥. وكُرس أحد الفروع لسؤال الدول الأعضاء عن أكبر التحديات التي تواجهها. وجمعت أيضاً بعض الأدلة الاستقصائية على أساس استبيانات. ويرد أدناه توليف لبعض الشواغل التي أدرجها الزملاء في الدول الأعضاء. وهي تنقسم تقريباً إلى مسائل تتعلق بالموارد والقانون والحاجة إلى تدخلات واسعة النطاق في عملية صنع السياسات.

وفيما يتعلق بالتشاور، كان هناك قبول واسع لمبدأ الزمالة والاندماج في المنطقة. وعلى سبيل المثال، أوضحت الوكالة الجزائرية لحماية المستهلك أنه "يعلن تشجيع جمعيات المستهلك والرابطات المهنية على صون وتعزيز الروابط فيما بينها وضمان تبادل المعلومات بين الشركات والمستهلكين لفائدة السوق". وأراد الأردن أن "يعزز" مشاركة "أصحاب المصالح"، بما يشمل مشاركة المستهلكين أنفسهم، مع الإشارة إلى "وجود حاجة لصوت يمثل المستهلكين". ووضعت تونس تفاصيل أدق بشأن ما يلي:

- تطوير دور المجتمع المدني كوسيلة ل طرح المقترحات والدعم والحشد من خلال زيادة المساعدة التقنية؛
- زيادة دور المجتمع المدني في المجالس وهيئات صنع القرار؛
- تشجيع التخصص في جمعيات حماية المستهلك (مثل العمل المصرفي، والاتصالات، إلى غير ذلك). وتبع ذلك توصية محددة للغاية بتحسين موارد المعهد الوطني للاستهلاك (INC). وفي بلدين آخرين، أشار المستجيبون إلى أن جمعيات المستهلك كثيراً ما تكون أفضل اطلاعاً من الموظفين بل وحتى المنظمين، في إشارة على ما يبدو إلى معرفتها بما يحدث في السوق "الحقيقية". ويبدو أن هناك موقفاً مرحباً

المستدامة؛ الهدف ٦ - ضمان توافر المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع وإدارتها إدارة مستدامة؛ الهدف ٧ - ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة؛ الهدف ١٢ - ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة^(٤٥).

ومن الواضح أن المستهلكين المحرومين اقتصادياً هم أكثر من يفتقر إلى السلع والخدمات الأساسية وأيضاً الأكثر ضعفاً في السوق. ولا تلبى احتياجاتهم على الأرجح من قبل وكالات حماية المستهلك لسببين. أولاً، إن سياسة حماية المستهلك تنحو إلى التركيز على المعاملات، وأفقر قطاعات المجتمع قد تكون خارج هذا الإطار. وعلى سبيل المثال، هناك مشكلة "غير المستهلكين" الذين ليسوا مرتبطين بشبكات المياه والكهرباء. وثانياً، فإن الوزارات المعنية بالسلع والخدمات الأساسية لها أنظمتها القانونية والإدارية الخاصة، التي تعمل بمعزل عن وكالات حماية المستهلك. وقد تتمثل النتيجة في أن وكالات حماية المستهلك تنحو إلى عدم التعامل مع هذه الخدمات الأساسية والوزارات القطاعية تنقصها نظرة حماية المستهلك.

وهذه المسألة عالمية، وبالتالي فهي لا تخص تحديداً منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. فضلاً عن ذلك، فإن بلدان هذه المنطقة تؤدي عملاً استثنائياً في محاولة إيصال الخدمات الأساسية إلى العديد من المشردين والمصابين بالصدمة في أعقاب الاضطرابات الأخيرة. ونظراً للظروف الطارئة التي تضطر الحكومات للعمل فيها، قد يبدو الحديث عن حقوق المستهلك أمراً سطحياً. ومع ذلك، فإن العديد من المستوطنات المؤقتة لها طريقتها في أن تصبح أكثر دواماً، والمستوطنات القائمة يتم تجديدها. وفي هذه الظروف الصعبة، فإن المسائل المتعلقة بإمكانية الحصول على السلع والخدمات الأساسية وإيصالها تستحدث طابعاً أكثر دواماً. ومع ذلك، فإن مبادئ حماية المستهلك قد لا يزال لديها ما تقدمه، وبالتالي، فإننا نطرح توصيتنا بشكل مبدئي نوعاً ما:

التوصية ١٤: يمكن النظر في تطبيق سياسة المستهلك على نطاق أوسع، وتطبيق مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك

- وخاصة أهداف التنمية المستدامة
- نحو الوفاء بـ "الاحتياجات المشروعة" ٥ (أ) و (ب).

التواصل المباشر مع المستهلكين قد يجعل المؤسسات التجارية أكثر استجابة لاحتياجاتهم.

واتسم المستجيبون من المنطقة بنقد الذات والانفتاح على الأفكار. وبينما وُجّهت دعوات قليلة لوضع تشريعات، تم التسليم بالحاجة إلى تطبيق القانون الرهين وتحسين القدرة المهنية - ليس فقط لموظفي وكالات حماية المستهلك، بل أيضاً لجمعيات المستهلك التي يُنظر إليها عالمياً على أن لديها ما تسهم به.

ونبين أدناه بعض المسائل البارزة التي نشأت وتعبّر عنها النسخة الجديدة من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. وهي تلي، إلى حد ما، الحاجة إلى "التحوط للمستقبل" في مجال حماية المستهلك مع ما تشهده السوق من تغير.

٥-٢ المسائل المستقبلية

كما ورد في الفرع ٢، هناك أربعة "احتياجات مشروعة" جديدة وردت في منشور عام ٢٠١٥ لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. ولكنها لا تؤثر حتى الآن بشكل كبير في قوانين وسياسات حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وهي موضع بحث موجز أدناه.

٥-٢-١ إمكانية الحصول على السلع والخدمات الأساسية، والمستهلكين الضعفاء

إن أول "احتياجات مشروعة" مدرجين في المبدأ التوجيهي ٥ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك هما: (أ) "حصول المستهلكين على السلع والخدمات الأساسية"؛ و(ب) "حماية المستهلكين الضعفاء والمحرومين". كما أن قرار الجمعية العامة بشأن حماية المستهلك، الذي يعتمد المبادئ المذكورة، يعزز أكثر من أهمية هذين الاحتياجين المشروعين عند إشارته إلى أهداف التنمية المستدامة على النحو التالي: "إذ يشير... ولا سيما في سياق السعي إلى تحقيق التنمية والقضاء على الفقر"^(٤٤). وتعد أهداف التنمية المستدامة ذات الصلة بهذا الموضوع على وجه الخصوص هي: الهدف ٢ - القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة

٢-٢-٥ التجارة الإلكترونية والخصوصية

أو الخصوصية. ولا تونس، التي يعود قانونها لحماية المستهلك إلى عام ١٩٩٢. ولكن تونس كانت "سبّاقة" في وضع تشريع للتجارة الإلكترونية في عام ٢٠٠٠. ويعتمد المغرب نهج الإشارة إلى التجارة الإلكترونية في قانونه لحماية المستهلك، كما وضع تشريعاً منفصلاً للخصوصية في عام ٢٠٠٨. ويتضمن مشروع قانون حماية المستهلك لسنة ٢٠١٤ في مصر المبيعات من خلال الإنترنت كشكل من أشكال البيع عن بُعد، ويُدرج حماية المستهلك باعتبارها "حقاً" جديداً للمستهلك. ويضم أيضاً الحق في حماية المستهلك عبر الحدود تماشياً مع الاتفاقات الدولية التي يُفهم أنها تشمل مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. كما يشير الدستور الجديد لسنة ٢٠١٤ إلى "حق في الخصوصية" في المادة ٥٧، وإلى حرمة المراسلات الإلكترونية.

وبوجه عام، تعدّ الإشارات إلى التجارة الإلكترونية والخصوصية قليلة، وقد يمر بعضها حتى دون أن تذكره التقارير. وبينما اتخذت تونس والمغرب بعض المبادرات، فإن القانون الأردني لحماية المستهلك لسنة ٢٠١٧، الذي صدر مؤخراً، لا يشير إلى التجارة الإلكترونية.

التوصية ١٥: إن عدم الإشارة صراحة للتجارة الإلكترونية يتعين ألا يُعتبر إجحافاً بأي حال من الأحوال بأن التجارة الإلكترونية غير مشمولة بقانون حماية المستهلك. فنفس المبادئ المتعلقة بالتعامل المنصف ينبغي أن تنطبق على الإنترنت وخارجها، حسبما يدعو إليه البند المتعلق بـ "الاحتياجات المشروعة" في المبدأ التوجيهي ٥(ي) من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. فهذا المبدأ، كما نوقش سابقاً، يسعى إلى توفير "مستوى من الحماية للمستهلكين باستخدام التجارة الإلكترونية لا تقل عن الحماية المتاحة في الأشكال الأخرى من التجارة". وقد يكون من المستصوب أن تُعدّ الوكالات الوطنية لحماية المستهلك أدلة توضح أن أنظمة حماية المستهلك تشمل المعاملات على الإنترنت وخارجها.

تعتبر التجارة الإلكترونية من المسائل الواضحة للغاية فيما يخص "التحوط للمستقبل"، حيث زاد تطورها من الشواغل المتعلقة بالخصوصية. ويعبر "الاحتياجان المشروعان" الجديان الأخران عن هذه التطورات على النحو التالي: المبدأ التوجيهي ٥(ي) "توفير مستوى من الحماية للمستهلكين باستخدام التجارة الإلكترونية لا تقل عن الحماية المتاحة في الأشكال الأخرى من التجارة"؛ و(ك) "حماية خصوصية المستهلك، والتدفق الحر للمعلومات على نطاق عالمي".

وأشارت المذكرة التي أعدتها أمانة الأونكتاد عن "حماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية" - من أجل الدورة الثانية لفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بقانون وسياسات حماية المستهلك التي عقدت في تموز/ يولييه ٢٠١٧ - إلى نُهج قانونية مختلفة، حيث أفادت بأن: "هناك الكثير من البلدان التي تملك إطاراً قانونياً ينظم المعاملات في مجال التجارة الإلكترونية وكثير منها يشجع المؤسسات التجارية على التنظيم الذاتي. ويختلف نوع التشريعات ونطاقها اختلافاً كبيراً من بلد إلى آخر. وتستند (بعض الولايات القضائية) إلى القانون المدني العام لمعالجة قضايا التجارة الإلكترونية فيما تملك... أخرى قوانين لحماية المستهلك تتضمن أحكاماً خاصة بشأن التجارة الإلكترونية. وتملك بعض البلدان تشريعات خاصة لتنظيم التجارة الإلكترونية. وتتناول التجارة الإلكترونية أيضاً في قوانين شتى، كالقوانين التي تنظم المبيعات باستخدام بطاقات الائتمان، والمنافسة، والبيع عن بعد، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والمنافسة غير النزبية".

وكما يبين الجدول ٧ أدناه، تضم منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عناصر من كل هذه النُهج. ولا يورد الأردن والجزائر ودولة فلسطين ولبنان أية إشارة محددة في قوانينها المتعلقة بحماية المستهلك إلى التجارة الإلكترونية أو حماية البيانات

الجدول ٧: التجارة الإلكترونية في قوانين حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

الجزائر

القانون رقم ٠٣-٠٩-٠٣ المؤرخ ٢٥ شباط/فبراير ٢٠٠٩ بشأن حماية المستهلك وقمع الغش؛
لا يرد ذكر محدد للتجارة الإلكترونية أو حماية الخصوصية/البيانات.

مصر

القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك؛
المادة ٤- البيانات الإلكترونية المتعلقة بهوية المورد (لا المعاملة)؛

القانون المنقح لعام ٢٠١٤: الإشارة في التعريف إلى "البيع عن بُعد"، بما يشمل السلع والخدمات الموردة من خلال الإنترنت؛
وثلاثة حقوق جديدة للمستهلك من بينها "البيع عن بُعد" (وكذلك الخدمات المالية والبيع عبر الحدود بما يتسق مع الاتفاقات الدولية)؛
الدستور الجديد لعام ٢٠١٤؛ المادة ٢٧- تشير إلى حماية المستهلك؛ المادة ٥٧- الحق في الخصوصية؛ حرمة المراسلات الإلكترونية.

الأردن

القانون رقم ٧ لسنة ٢٠١٧، بشأن قانون حماية المستهلك؛
لا يرد ذكر للتجارة الإلكترونية أو حماية الخصوصية/البيانات.

لبنان

القانون المؤرخ ٤ شباط/فبراير ٢٠٠٥، بشأن قانون حماية المستهلك؛
لا يرد ذكر محدد للتجارة الإلكترونية أو حماية الخصوصية/البيانات.

المغرب

القانون رقم ٠٨-٣١-٠٨ بشأن حماية المستهلك؛
المادة ٢٥- الإشارة إلى "التجارة السيبرانية" في إطار العقود المبرمة عن بُعد؛ المادة ٢٧- البيع عن بُعد بوسيلة إلكترونية
يخضع للقانون ٥٣-٠٥ المتعلق بالتبادل الإلكتروني للبيانات؛
القانون رقم ٠٨-٠٩-٠٨ بشأن حماية البيانات الخاصة للأشخاص الطبيعيين. مرتبط بالعقود المبرمة عن بُعد.

تونس

القانون رقم ٩٢-١١٧ المؤرخ ٧ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢ بشأن حماية المستهلك؛
لا يرد ذكر للتجارة الإلكترونية (يرجى ملاحظة التاريخ)؛
القانون رقم ٢٠٠٠-٨٣ المؤرخ ٩ آب/أغسطس ٢٠٠٠ بشأن التجارة الإلكترونية.

دولة فلسطين

القانون رقم ٢١-٢٠٠٥ بشأن حماية المستهلك؛
لا يرد ذكر محدد للتجارة الإلكترونية أو لحماية الخصوصية أو البيانات.

المصدر: التقرير الاستهلاكي لعام ٢٠١٥ لبرنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتشريعات وطنية.

بحماية البيانات^(٤٧). وهي تشير إلى مبدأ إضافي - هو التقليل من البيانات إلى الحد الأدنى - لا يظهر إلا في الأمر التوجيهي الصادر عن الاتحاد الأوروبي بشأن حماية البيانات، ولكنها تقره باعتباره ينطوي على تأثير عالمي هام^(٤٨).

ويتعين الأخذ في الاعتبار أن المسائل المتعلقة بخصوصية العميل في المعاملات تترك آثاراً أوسع نطاقاً من التجارة الإلكترونية. وعلى سبيل المثال، فإن موردي المرافق الأساسية كثيراً ما يطلبون ويخزنون معلومات شخصية، والشركات المملوكة للدولة تندرج حالياً ضمن نطاق مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك.

التوصية ١٦: يتعين أن تراعي الحكومات المبادئ الواردة أعلاه عند إعداد الحماية القانونية لخصوصية المستهلكين، مع الأخذ في الاعتبار أن المبدأ التوجيهي ٥ (ك) من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، "حماية خصوصية المستهلك، والتدفق الحر للمعلومات على نطاق عالمي"، لا يقتصر على المعاملات عبر الإنترنت.

ومن المهم الإشارة إلى أن مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك تشير إلى المبادئ التوجيهية للتجارة الإلكترونية الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وأنها توجه - بدورها - العديد من التوصيات للمؤسسات التجارية. وترد تلك التوصيات بالتفصيل في المجلد الشقيق المعنون: "المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك: مشاركة قطاع الأعمال".

وفي مطلع القرن الحادي والعشرين، شهدت اللوائح - والهيئات التي أعدت لتطبيقها - تراجعاً في البلدان المتقدمة، بينما كانت لا تزال قيد الإعداد في العديد من المناطق النامية. ولكن منذ الأزمة المالية، زاد القبول العالمي للحاجة إلى الرقابة على الأسواق. وفي الوقت نفسه، ظهرت غاية جعل اللوائح "ذكية" من أجل تحقيق أهداف حماية المستهلك وتجنب اللوائح غير الضرورية.

ولقد تزايد انكشاف أوجه القصور في قانون حماية المستهلك، استناداً إلى العقود، بسبب الفهم الذي أصبح مقبولاً على نطاق واسع بأن المستهلكين لا يقرأون "شروط وأحكام" العقود. وبالتالي، فإن العقود تشكل أساساً بالغ الضعف لحماية

لقد تبعت أعمال الأونكتاد ما شهده هذا المجال من تقدم باستخدام "برنامج لتتبع قوانين الفضاء الإلكتروني". ويشير البرنامج تحديداً إلى المجالات الرئيسية الأربعة للتنظيم في ميدان التجارة الإلكترونية، وهي قوانين المعاملات الإلكترونية؛ وقوانين الخصوصية وحماية البيانات؛ وقوانين مكافحة الجريمة الإلكترونية؛ وقوانين حماية المستهلك. وفي عام ٢٠١٥، خلص برنامج تتبع قوانين الفضاء الإلكتروني إلى أنه بينما توجد بالفعل تشريعات تغطي تلك المجالات في البلدان المتقدمة، فإن البلدان النامية متأخرة في هذا الميدان^(٤٩). وكان نصيب البلدان التي اعتمدت قانوناً هو الأعلى بوجه عام بالنسبة للمعاملات الإلكترونية والأقل بالنسبة لحماية المستهلكين عبر الإنترنت. وربما يساعد التنقيح الأخير لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك على دفع الأمور قُدماً.

وفيما يتعلق بمسألة الخصوصية، يوجز الأونكتاد المبادئ الأساسية على النحو التالي:

- ألف - **الصراحة:** يجب أن تكون المنظمات واضحة بشأن ممارساتها المتعلقة بالبيانات الشخصية؛
- باء - **قيود الجمع:** يجب أن يكون جمع البيانات الشخصية مقيداً وقانونياً وعادلاً، ويكون في العادة مقترناً بالمعرفة و/أو الموافقة؛
- جيم - **تحديد الغرض:** يجب أن يكون الغرض من الجمع والإفصاح محدداً في وقت الجمع؛
- دال - **قيود الاستخدام:** يجب أن يكون الاستخدام أو الإفصاح مقيداً بأغراض محددة أو وثيقة الصلة؛
- هاء - **الأمن:** يجب أن تكون البيانات الشخصية خاضعة لضمانات أمنية مناسبة؛
- واو - **جودة البيانات:** يجب أن تكون البيانات الشخصية ذات صلة ودقيقة ومحدثة؛
- زاي - **الاطلاع والتصويب:** يجب أن يكون للأشخاص المعنيين بالبيانات حقوق مناسبة للاطلاع على بياناتهم الشخصية وتصويبها؛
- حاء - **المساءلة:** يجب أن يتحمل المتحكمون في البيانات المسؤولية عن ضمان الامتثال لمبادئ حماية البيانات. وتظهر هذه المبادئ الثمانية في شكل أو آخر في جميع الاتفاقات والمبادئ التوجيهية الدولية والإقليمية الرئيسية المتعلقة

مكروي "مبادئ مكروي العقابية" لتعتمدها حكومة المملكة المتحدة. وتمثلت الأهداف فيما يلي:

- تغيير سلوك الجاني؛
- القضاء على المكاسب المالية من عدم الامتثال؛
- النظر في الجزاءات المناسبة للحالة المعينة قيد النظر، بما يشمل العقاب والوصمة العامة الناشئة عن الإدانة الجنائية؛
- التناسب مع الضرر الذي تسبب فيه الفعل؛
- استهداف إصلاح ذلك الضرر؛
- استهداف الردع عن عدم الامتثال في المستقبل.

ويعتبر البروفيسور كريستوفر هودج أن ذلك يشكل "تحولاً استراتيجياً في السياسة العامة للإنفاذ التنظيمي وتبريره وأغراضه، بعيداً عن النهج العقابي، ونحو نهج يستند إلى تعظيم الامتثال والعدالة"^(٤٩). ومع ذلك، فإننا لا نستنتج من ذلك إهمال العقاب. فقد حدثت بعض التدخلات الناجحة التي أثّرت بشكل مباشر في سلوك قطاع الصناعة^(٥٠). ولكن كانت هناك أيضاً غرامات باهظة دفعتها المصارف، مثلاً، وقد أدرجت في هيكل تكاليفها. وهذا يبدو متساهلاً للغاية نظراً لأن العقوبات إذا ذهبت إلى مدى بعيد يهدد استقرار الشركات، فيمكن للمستهلكين أن يعانون في حالة انهيارها. ومن الواضح أن العقاب يجب أن تكون له آثار طويلة الأمد وأن يمثل رادعاً قوياً بما فيه الكفاية ما يمنع تكرار حدوث أي سلوك غير سليم يعاقب عليه. وهذا يتطلب، في حد ذاته، حواراً مع قطاع الأعمال التجارية، وهو تحديداً موضوع تركيز المجلد الشقيق المعنون "المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك: مشاركة قطاع الأعمال".

المستهلك. وتدرك هيكل حماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا هذه الحقيقة وتحفظ بحق وكالات حماية المستهلك في التدخل في حالة وجود سلوك تجاري مجحف من خلال عقود تعسفية.

ومع ذلك، وبينما تحفظ الولايات القضائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حق الوكالات في التدخل، فإنها تشدد بقوة على التدخل بعد الطرح في السوق مع نطاق متصور محدود لأشكال التدخل غير القضائية من قبلفرادى المستهلكين. ويتسم هذا النهج بنقطتي ضعف. أولاً، يواجه المستهلكون مجموعة محدودة من خيارات الجبر - نظراً لعزوفهم فعلياً لأسباب متنوعة عن اعتماد الإجراءات القضائية. وثانياً، فإن التدخل بعد الطرح في السوق يعد "في المراحل النهائية" وفقاً لتعريفه، مما يوحي بأن وكالات حماية المستهلك تتبع السوق عوضاً عن قيادته. ويمكن تجنب العديد من إجراءات المحاكم المتوقعة والتدخلات المستندة إلى العقوبات في حالة استحداث توجه يتعلق أكثر بالمرحلة التمهيديّة. وسيشدد هذا النهج بقدر أكبر على التدخل قبل الطرح في السوق وتثقيف قطاع الأعمال التجارية بما يمنع حدوث الممارسات التعسفية في السوق من البداية.

ويعرض الجدول ٢ المجلد الشقيق المعنون "المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك: مشاركة قطاع الأعمال". وهو يبرز العنصر البالغ القوة المتمثل في العقوبة في التشريعات الموجودة في كامل أنحاء المنطقة. ويمكن طرح التساؤل النقدي بشأن ما إذا كان التوازن بين الجزاء والتدابير الأخرى هو التوازن السليم. وفي عام ٢٠٠٦، وضع المحامي المعني بالبيئة البروفيسور ريتشارد

الحواشي

- (١) يستقي هذا الفرع من طبعة عام ٢٠١٦ لدليل حماية المستهلك الصادر عن الأونكتاد.
- (٢) <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CompetitionLaw/UN-Guidelines-on-Consumer-Protection.aspx>
- (٣) قرار الجمعية العامة A/RES/70/186 المؤرخ ٢٢ كانون الأول/ديسمبر ٢٠١٥، مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك. ويُستخدم تعبير "المبادئ التوجيهية" لينطبق على المجموعة الكاملة من المبادئ التوجيهية الواردة في هذا الدليل. ويُشار إلى فروع المبادئ التوجيهية حسب الاقتضاء. ويُشار في اللغة الفرنسية إلى المبادئ التوجيهية بالتعبير "*Principes Directeurs*".
- (٤) OECD, October 2011, *G20 high-level principles on financial consumer protection*; OECD, 2016, *Consumer protection in e-commerce: OECD recommendation*, (Paris)
- (٥) UNCTAD, 2016 advance copy edition, *Manual on consumer protection*. يفيد مؤلف هذه الوثيقة بأنه هو المحرر المراجع للدليل.
- (٦) UNCTAD, 2015, *Information Economy Report 2015: Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries*
- (٧) تعتبر الإعلانات الوزارية الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي "صكوكاً قانونية" ولكنها ليست واجبة النفاذ قانونياً. وهذا يمنحها سمة الالتزامات العامة/السياسية من قبل حكومات الدول الأعضاء في المنظمة، حيث يكون من المفهوم أنها ستدرجها ضمن الفقه القانوني الوطني.
- (٨) OECD, 2016, *OECD Consumer Policy Toolkit*; Figure 0.1, *Consumer policy making steps*. انظر أيضاً صفحة ١٢.
- (٩) OECD/G20, 2011, *High-Level Principles on Financial Consumer Protection*, October 2011 والمبدأ التوجيهي ٦٨ من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك.
- (١٠) World Bank, 2012, *Good Practices for Financial Consumer Protection*. Access via the innovation sub-group of the G20 Financial Inclusion Experts Group, 2010, *Innovative Financial Inclusion: Principles and Report*
- (١١) ISO, 2012, *Economic benefits of standards, Vol.2; International case studies*. أجرى برنامج الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ثلاثاً من دراسات الحالة التسع.
- (١٢) Gary Lambert, 2017, "A stroll down quality street," (*ISO Focus*, July)
- (١٣) ISO, 2017, IS 50007, *Activities relating to energy services - Guidelines for the assessment and improvement of energy services to users*
- (١٤) أمانة الأونكتاد، نيسان/أبريل ٢٠١٥، تقرير التنفيذ المتعلق بمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، ١٩٨٥-٢٠١٣. وفي قضية المحكمة العليا للمكسيك، انظر الرابط التالي: http://www.senado.gob.mx/comisiones/justicia/docs/Ministros2/JCVM_DC-82-2012.pdf
- (١٥) Elkins, Zachary, Tom Ginsburg, and James Melton, 2014, "Characteristics of National Constitutions, Version 2.0," *Comparative Constitutions Project*. تم آخر تعديل في ١٨ نيسان/أبريل ٢٠١٤، ومتاح على الرابط التالي: <http://www.comparativeconstitutionsproject.org>
- (١٦) Claudia Lima Marques, 2016, "25 years to celebrate: horizons of the 1990s, Brazilian Consumer Protection Code and new horizons, especially on international protection of consumers," in *The Future of International Protection of Consumers*, eds C. Lima Marques and Dan Wei. (Committee on International Protection of consumers - International Law Association, Porto Alegre)
- (١٧) 2001, Article 169, *Treaty of Chaguaramas*
- (١٨) Article 169.1 of the Consolidated version of the *Treaty on the Functioning of the European Union*, 26.10.2012 C 326/47

- (١٩) لمزيد من النقاش بشأن هذا الأمر، انظر: Ran Greenstein, 2005, "Social Rights, Essential Services and Political Mobilization in Post-Apartheid South Africa," (*University of the Witwatersrand, Johannesburg, South Africa*).
- (٢٠) هناك تعديل طفيف يتمثل في أن القانون الجزائري لحماية المستهلك يختلف عن القوانين الأخرى في أنه يوجه الاهتمام إلى "التزامات" الموردين عوضاً عن حقوق المستهلكين. ومع ذلك، هناك بعض الإشارات أيضاً إلى "التوقعات المشروعة" (*attentes legitimes*) للمستهلك في المادة ١١.
- (٢١) يستخدم الاتحاد الأوروبي تعبير *acquis communautaire* للإشارة إلى المجموعة المتراكمة لقوانين الاتحاد.
- (٢٢) Secretaria Nacional do Consumidor, 2015, *Codigo de Protecao e Defesa do Consumidor, 25 anos da lei, edicio Comemorativa*
- (٢٣) Claudia Lima Marques, 2016, "25 Years to Elaborate: Horizons of the 1990 Brazilian Consumer Protection Code and New Horizons, especially on International Protection of Consumers," in *The Future of International Protection of Consumers*, eds C. Lima Marques and Dan Wei. (Committee on International Protection of consumers - International Law Association, Porto Alegre)
- (٢٤) في إطار مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، يذكر المبدأ التوجيهي ٣ أن مصطلح "المستهلك" يشير بصفة عامة إلى شخص طبيعي، بصرف النظر عن جنسيته، يتصرف في المقام الأول لأغراض شخصية أو عائلية أو ذات صلة بالأسرة المعيشية، مع التسليم بأنه يجوز للدول الأعضاء أن تعتمد تعاريف مختلفة لتلبية الاحتياجات المحلية المحددة.
- (٢٥) Dr Ying Yu, 2016, *Chinese Approaches to Reform of CP Law; Substantive Law and Conflict Law*, in *The Future of International Protection of Consumers*, eds C. Lima Marques and Dan Wei, (Committee on International Protection of consumers - International Law Association, Porto Alegre), p. 172
- (٢٦) انظر: UNCTAD analysis of Jordanian consumer protection, presented to seminar Amman, July 27, 2017، متاح لدى برنامج الأونكتاد لحماية المستهلك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.
- (٢٧) L. Nottage and S. Thanitcul, 2016, "Economic integration and consumer protection in SE Asia: ASEAN product liability law and safety regulation," in *The future of international protection of consumers*, eds C. Lima Marques and Dan Wei. (Committee on International Protection of Consumers - International Law Association, Porto Alegre), p.86
- (٢٨) المرجع نفسه، صفحة ٨٥.
- (٢٩) Geraint Howells, 2006, "The Rise of European Consumer Law - Whither National Consumer Law?" *Sydney Law Review* الإشارة إلى أن "الاتساق الأدنى" في هذا السياق يشير إلى وضع معايير دنيا يمكن للدول الأعضاء البناء عليها، ومن ثم رفع الحد الأدنى. وفي المقابل، يشير الاتساق الأقصى إلى سقف المعايير المطلوبة.
- (٣٠) رابطة القانون الدولي، مرجع سبق ذكره، صفحة ٨٧.
- (٣١) Workshop on the role of check and balance institutions, April 28-30 2014, Caserta, Italy; Elin Bergman, *Ombudsman Institutions* متاح على الرابط التالي: Worldbank.org/publicsector/ombudsman.
- (٣٢) الأونكتاد، ٢٠١٦، المبادئ التوجيهية للإدارة الرشيدة: الاستقلالية والشفافية، برنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.
- (٣٣) برنامج الأونكتاد لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ٢٠١٦، مرجع سبق ذكره. انظر الرابط التالي: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditclp2016d2_en.pdf.
- (٣٤) *Recommendations on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*, 2005, C(2005)55/REV1
- (٣٥) S. Rutledge, N. Annamalai, R. Lester and R. L. Symonds, 2010, "Good Practices for Consumer Protection and Financial Literacy in Europe and Central Asia: A Diagnostic Tool," *World Bank*, Foreword
- (٣٦) A/RES/70/186
- (٣٧) الأونكتاد، تقرير التنفيذ المتعلق بمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، ١٩٨٥-٢٠١٣، مذكرة من أمانة الأونكتاد.

- (٣٨) .OECD, 2016, *Consumer Protection in E-commerce*, OECD Recommendation
- (٣٩) OECD, 2003, *Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders*, Recommendation of the Council
- (٤٠) .ILA Resolution 4, 2012, "*Statement on the Development of International Principles on Consumer Protection*," (Sofia)
- (٤١) A. Amaral Junior, L. Klein Vieira, 2016, "International consumer protection in Mercosur," in *The future of inter-national protection of consumers*, eds C. Lima Marques and Dan Wei, (Committee on International Protection of Consumers - International Law Association, Porto Alegre), p.61
- (٤٢) Ying Yu، مرجع سبق ذكره، صفحة ١٦٤.
- (٤٣) .www.globalrecalls.oecd.org
- (٤٤) الجمعية العامة للأمم المتحدة، A/RES/70/186. ٤ شباط/فبراير ٢٠١٦.
- (٤٥) الأمم المتحدة، ٢٠١٥، تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠. A/RES/70/1. ٢٠١٥.
- (٤٦) UNCTAD, 2015, *Information Economy Report 2015: Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries*
- (٤٧) الأونكتاد، ٢٠١٦، مرجع سبق ذكره. المبادئ مستمدة بصورة رئيسية من الأمر التوجيهي المتعلق بحماية البيانات الصادر عن الاتحاد الأوروبي، والمبادئ التوجيهية المتعلقة بالخصوصية الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، واتفاقية مجلس أوروبا رقم ١٠٨. ويعد الترتيب والمصطلحات صيغة معدلة من عمل غراهام غرينليف المتعلق بهذه المسألة. انظر أيضاً: G. Greenleaf, 2014, "Standards by which to assess data privacy laws" in *Asian Data Privacy Laws*, (Oxford)
- (٤٨) UNCTAD, 2016, *Study on Data Protection and International Data Flows*، متاح على الرابط التالي: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2016d1_en.pdf
- (٤٩) R. McRory, 2006, "Regulatory justice: making sanctions effective," HM Treasury, Hodges. مرجع سبق ذكره، صفحة ١٨٣.
- (٥٠) انظر United Kingdom Financial Conduct Authority and the payday lending sector؛ وأيضاً Hodges، صفحة ٢٩٨.