

ورقة معلومات أساسية تعزيز الأطر القانونية لحماية المستهلك

1. معلومات أساسية

يشكل قانون حماية المستهلك إطاراً مهماً يضمن المعاملة المنصفة والعدالة للأفراد في السوق. وقد أصبح حجر أساس في الاقتصادات الحديثة، يساهم في توازن التبادلات بين المستهلكين والشركات. ويضع القانون قواعد التجارة الأخلاقية والمستدامة والشفافة، فيحمي مصالح المستهلكين ويساهم في الوقت نفسه في تطوير بيئة مواتية للنمو الاقتصادي. وتشمل قوانين حماية المستهلك مجموعة واسعة من القضايا، من سلامة المنتج والتسعير العادل إلى شفافية المعلومات وتسوية المنازعات. وفي ضوء الرقمنة والعولمة والترابط بين البلدان، يتحوّل الإطار التشريعي لحماية المستهلك ضماناً تشجّع الأفراد على المشاركة في التجارة، واثقين من أن حقوقهم ومصالحهم محفوظة عند شراء السلع والمنتجات عبر الإنترنت.

ويلخّص الإطار التالي الاحتياجات المشروعة التي ينبغي على واضعي السياسات ضمانها للمستهلكين.

وفقاً لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، من واجب واضعي السياسات تأمين الاحتياجات الأساسية للمستهلكين، بما في ذلك وصولهم إلى السلع والخدمات الأساسية، وحفظ حقوق المستهلكين المحرومين والمهمشين، وحمايتهم من الأخطار التي تهدّد صحتهم وسلامتهم، وصون مصالحهم الاقتصادية. وينبغي على واضعي السياسات أيضاً تيسير حصول المستهلكين على معلومات وافية تمكّنهم من الاختيار عن اطلاع وفقاً لرغبات كل منهم واحتياجاته، وتثقيف المستهلكين بالعواقب البيئية والاجتماعية والاقتصادية لخياراتهم، وضمان آليات فعّالة لتسوية المنازعات والحصول على الإنصاف، وصون حرية تشكيل منظمات تمثيلية والمشاركة في عمليات صنع القرار، وتشجيع أنماط الاستهلاك المستدام، وضمان مستوى من الحماية في التجارة الإلكترونية لا تقل عن الحماية المتاحة في الأشكال الأخرى من التجارة، وحماية خصوصية المستهلك، والتدفق الحرّ للمعلومات على نطاق عالمي.

أ. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك.

ولا تقتصر فوائد هذه القوانين على حماية مصالح المستهلكين، بل إن أثرها هام ومباشر على الاقتصادات، كما يتبين في الفقرات التالية.

ألف. النمو الاقتصادي.....

عندما يثق المستهلكون بأن حقوقهم محفوظة من خلال إطار تشريعي قوي لحماية المستهلك، يزيد احتمال انخراطهم في الأنشطة الاقتصادية، مما يسهم في زيادة الإنفاق ويحفز النمو الاقتصادي¹. وعندما يشعر المستهلكون بالأمان في معاملاتهم، تستفيد الشركات من اتساع قاعدة العملاء ومن قابلية أفضل للتنبؤ بالإيرادات. وهذا بدوره يشجع الشركات على الاستثمار في التوسع والابتكار والرقمنة وجودة المنتجات، فيزيد النشاط الاقتصادي ويُسّحدث مزيداً من فرص العمل. وتحدّ قوانين حماية المستهلك القوية من مخاطر الاحتيال ومشاكل الدفع والممارسات غير الأخلاقية في السوق، فتقلل بالتالي من احتمال حدوث أزمات مالية أو حالات خلل في السوق، وتقي من عواقبها الوخيمة على الاستقرار الاقتصادي. ويعرض الجدول جوانب مختلفة للآثار الاقتصادية الفعلية أو المتوقعة لقوانين حماية المستهلك في الاتحاد الأوروبي².

المجال	الآثار الاقتصادية
الناتج المحلي الإجمالي والعمالة	تتوقع معظم دراسات التقييم زيادةً في الناتج الاقتصادي. وتتراوح التقديرات من صفر في المائة حتى 1.0 في المائة سنوياً، وفي الأغلب نحو 0.1 في المائة. ويتوقع استحداث فرص عمل إضافية. وفي حال وجود عدد قليل من اللوائح التنظيمية التي لها أثر مباشر على فرص العمل، تتراوح الأرقام من 780 إلى 201,000 فرصة عمل.
المبيعات والتجارة	من المتوقع أن تسهم اللوائح التنظيمية الخاصة بصناعة معينة في زيادة المبيعات/الإيرادات في النطاق الأوسع للصناعة (تحقق مثلاً إيرادات مصنعي الحافلات البالغة 139 مليون يورو ما يصل إلى 12.6 مليار يورو إضافي في عائدات السياحة). ومن المتوقع أن تؤدي التدابير المرتبطة بالأنشطة عبر الإنترنت إلى زيادة عمليات الشراء عبر الإنترنت، وأن تنمو المبيعات عبر الحدود التي تتم عبر الإنترنت بنسبة تصل إلى 14 في المائة نتيجة لإحدى اللوائح التنظيمية.
المستهلكون والأسعار	تشير تقديرات الأسعار، حيثما وردت، بوضوح إلى انخفاض بنسبة 1 في المائة نتيجة للائحة تنظيمية واحدة. وحققت لائحة تنظيمية واحدة فائضاً/فوائد استهلاكية إضافية تصل إلى 3 مليارات يورو في السنة. ومع نمو الاستهلاك الخاص، سجلت زيادة تصل إلى 0.23 في المائة.

المصدر: European Parliament, [Contribution to Growth: Consumer Protection – Delivering economic benefits for citizens and businesses](#), p. 8.

باء. أسواق تنافسية.....

عندما تسهم قوانين حماية المستهلك في زيادة العدالة والشفافية في الممارسات التجارية، لا تقتصر فوائدها على المستهلكين بل تدعم أيضاً الأسواق التنافسية. وبتمكين المستهلكين بحيث يعرفون حقوقهم العادلة ويحرصون على صونها يصيرون أقل عرضة للانتهاكات، وبذلك، يتحسن رفاههم وتصبح الفرص متكافئة بين الشركات إذ يتعين عليها تطبيق مجموعة موحدة من المعايير مما يسهم في دعم المنافسة³. ويمكن للشركات الأصغر أو الأحدث أن تتنافس مع شركات أكبر وأقدم فتتحسن القدرة التنافسية في السوق وتزيد خيارات المستهلكين. وغالباً ما تحفز منافسة كهذه الابتكار إذ تدفع بالشركات إلى البحث عن طرق تتميز بها. ومع تنافس الشركات على تقديم منتجات وخدمات أفضل،

يستفيد المستهلكون من تحسّن النوعية وانخفاض الأسعار وتنوع الخيارات. وبالتالي يزدهر الاقتصاد بفعل زيادة الإنتاجية وكفاءة تخصيص الموارد، وهي من العوامل الضرورية للنمو والازدهار على المدى الطويل. في المقابل، فإن ضعف إطار حماية المستهلك، أو غيابه الكامل، يؤدي إلى فشل السوق، ولا سيما في ظلّ معلومات غير متكافئة وأسواق غير تنافسية. وتضرّ هذه العوامل بشكل مباشر برفاهية المستهلك وتسهم بشكل غير مباشر في تباطؤ النمو الاقتصادي. وتكون المنافسة حقيقية في بعض الأسواق، لا بد من أن يكون للسوق حجم أدنى، لذلك يمكن أن يحدّ انخفاض المشاركة من المنافسة بشكل عام. ولا يقتصر تأثير ذلك على المستهلكين المحتملين المستبعدين من السوق بل يطال أيضاً المشاركين الفاعلين⁴.

لقوانين حماية المستهلك فوائد واضحة تشمل حماية مصالح المستهلكين وإحداث أثر اقتصادي كبير، ممّا دفع ببلدان في جميع أنحاء العالم للاعتراف بالدور الأساسي لهذه القوانين. وقد أصدرت البلدان العربية قوانين لحماية المستهلك لتهيئة سوق عادلة وأمنة لمواطنيها. وبدأت المسيرة نحو حماية المستهلك في المنطقة العربية تحديداً باعتماد تونس أول قانون لحماية المستهلك في عام 1992، ممّا شكّل سابقة يُحتذى بها. ووفقاً لتقرير الأطر التشريعية لبيئة الأعمال في البلدان العربية الصادر عن اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، سنّت جميع البلدان العربية تقريباً قوانينها الخاصة بحماية المستهلك، تأكيداً على التزام جماعي بصون حقوق المستهلك ورفاهه. ويؤكد هذا المسعى المتسق لحماية المستهلك على القيمة الجوهرية التي توليها المنطقة العربية للتجارة العادلة والأخلاقية، إذ أن الصومال البلد الوحيد الذي لا يزال يعمل على اعتماد مثل هذا القانون.

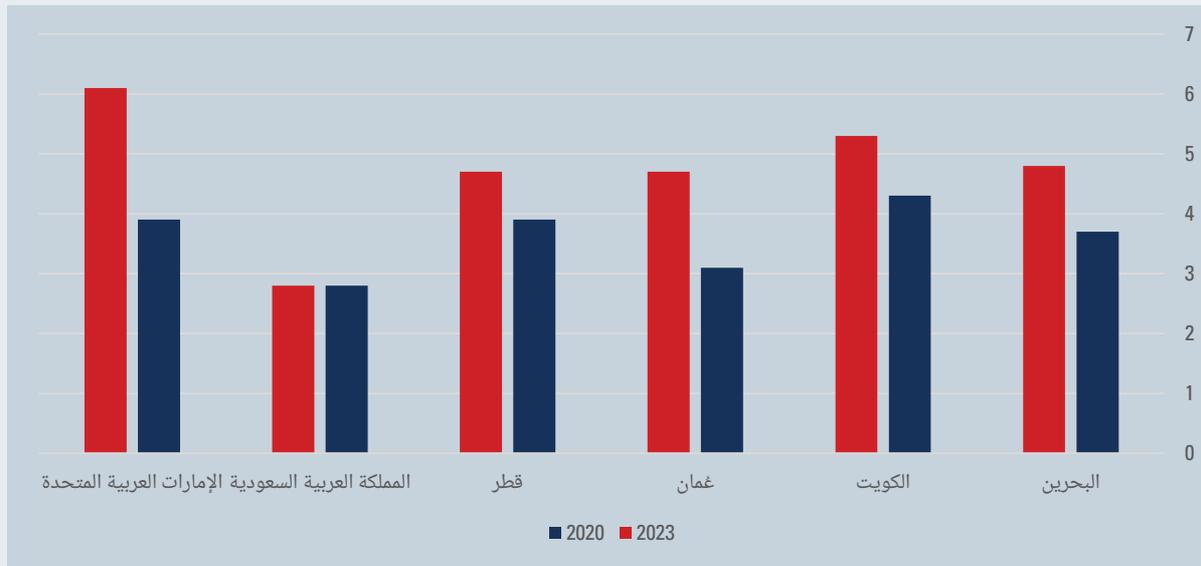
2. وضع التشريعات العربية لحماية المستهلك

يبين هذا القسم تطوّر عملية وضع تشريعات لحماية المستهلك في المنطقة العربية حيث سعت البلدان إلى اعتماد وتطبيق قوانين تحمي حقوق المستهلك وتتماشى مع أفضل الممارسات الدولية. ويكشف تقييم قوانين حماية المستهلك الذي أجرته الإسكوا ضمن تقرير الأطر التشريعية لبيئة الأعمال في البلدان العربية لعام 2023 عن مسارات متنوعة للتقدم في ظلّ تحديات وفرص مختلفة، ويسلط الضوء على الجهود المبذولة لضمان تمتع المستهلكين بالمستوى عينه من الحماية والثقة مثل نظرائهم على المستوى العالمي. ويغطي تقييم الإسكوا لقوانين حماية المستهلك أربع مجموعات من البلدان هي بلدان مجلس التعاون الخليجي، والبلدان المتوسطة الدخل، والبلدان المتأثرة بالنزاعات، وأقلّ البلدان نمواً. وتسلط هذه الوثيقة الضوء على وضع الإطار التشريعي لحماية المستهلك في كلّ مجموعة على حدة.

ألف. بلدان مجلس التعاون الخليجي

يبين الشكل 1 نتائج تطور قوانين حماية المستهلك بين عامي 2020 و2023 في الإمارات العربية المتحدة والبحرين وعمان وقطر والكويت والمملكة العربية السعودية.

الشكل 1. نتائج بلدان مجلس التعاون الخليجي



المصدر: تقييم الإسكوا، 2023.

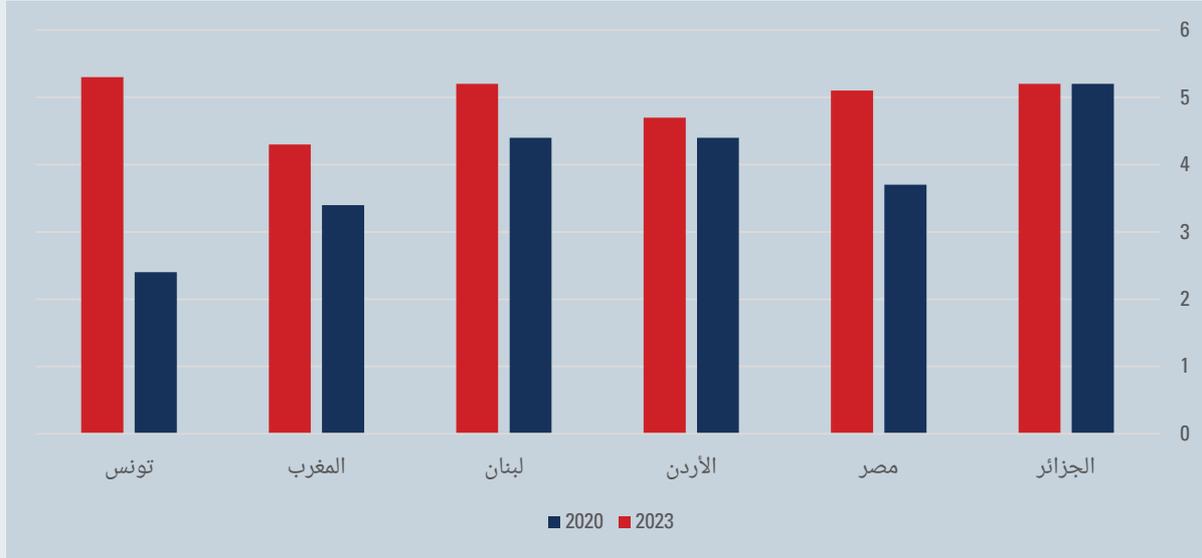
تثبت النتائج التقدم الذي أحرزته بلدان مجلس التعاون الخليجي في التشريعات. ويصنّف إطار حماية المستهلك في الإمارات العربية المتحدة "قويًا جدًا" بعد اعتماد القانون الاتحادي رقم (15) لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك. ووفقاً لتقييم الإسكوا، يغطي القانون الجديد جميع الجوانب المطلوبة لتعزيز حقوق المستهلك وحمايته. وتشمل هذه الجوانب توسيع نطاق القانون ليشمل الأشخاص الطبيعيين كما الأشخاص المعنويين، وأحكاماً محددة بشأن حماية المستهلك في السوق الرقمية، ولوائح لضمان سلامة المنتجات وجودتها، وتدابير لمنع ممارسات التسعير الخادعة والإعلانات المضللة، ومبادئ توجيهية لجعل عقود المستهلكين أوضح وأكثر ملاءمةً، وآليات لتسوية المنازعات من خلال اللجنة العليا لحماية المستهلك، ومبادرات لتثقيف المستهلكين وتوعيتهم، ونظاماً للعقوبات والإنفاذ لمساءلة الشركات في حال عدم الامتثال.

أما في البحرين وعمان وقطر والكويت والمملكة العربية السعودية، فتتضمن التشريعات أحكاماً واضحة بشأن السلامة الجسدية للمستهلكين من خلال فرض التزام على الموردين باحترام معايير محدّدة تتعلق بإعلام المستهلكين بمواصفات المنتج وتدابير السلامة. وتحمي القوانين مصالح المستهلكين من خلال إلزام مقدمي الخدمات بالإعلان وتحديد أسعار دقيقة بشفافية وتقديم خدمات ما بعد البيع. وهي تتيح آليةً للإنصاف وتفرض نظاماً للعقوبات في حال حدوث انتهاكات. وترتبط أوجه الضعف في القوانين بالاستهلاك المستدام والتجارة الإلكترونية. فقد اعتمدت البحرين وعمان وقطر والكويت بعض الأحكام التي تتناول التجارة الإلكترونية، لكنها لا تغطي جوانب مهمة من هذه السوق المتغيرة. أما بالنسبة للاستهلاك المستدام، فلم تعتمد بلدان مجلس التعاون الخليجي، باستثناء الإمارات العربية المتحدة، أحكاماً تتناول هذا المجال في قوانين حماية المستهلك علماً أنها وضعت استراتيجيات تتعلق بواجبات الاستدامة. يجدر ذكر أن المملكة العربية السعودية تعدّ لإصدار قانون جديد يحمي المستهلكين من الممارسات التجارية غير العادلة والمنتجات والخدمات الضارة، ويغطي حقوق المستهلكين الأساسية، وواجبات المشغلين الاقتصاديين، والعقود، والإعلان، والمنافسة/المسابقات، والخصومات، وضمانات المنتجات، والكفالات وقطع الغيار، وبيع المنتجات المستعملة، والتجارة الإلكترونية⁵.

باء. البلدان المتوسطة الدخل.....

يبين الشكل 2 نتائج تطور قوانين حماية المستهلك بين عامي 2020 و2023 في الأردن وتونس والجزائر ولبنان ومصر والمغرب.

الشكل 2. نتائج البلدان المتوسطة الدخل



المصدر: تقييم الإسكوا، 2023.

رَكَزَت القوانين التي سُنَّت في البلدان المتوسطة الدخل بوجهٍ خاص على مجالات مثل فحص ظروف المنتجات الغذائية في السوق، وتمكين المستهلكين من الحصول على إنصاف، وإنشاء نظام قوي للعقوبات من أجل الردع. وتضمن هذه القوانين الصحة الجيدة والسلامة وجودة السلع والخدمات، وصون حقوق المستهلك وضمان شفافية المعاملات الاقتصادية. وعلى سبيل المثال، تكفل جميع قوانين حماية المستهلك في البلدان المتوسطة الدخل عدداً من حقوق المستهلك، بما في ذلك الحصول على معلومات دقيقة عن المنتجات والأسعار، واستلام إيصالات بعد الشراء، والحصول على تعويض عن الأضرار التي يسببها منتج ما، وإلزام الموردين بتقديم خدمات ما بعد البيع في إطار زمني محدد، وإلغاء أي عقد أو بند يضرّ بحماية المستهلك أو يعفي مقدمي الخدمات من مسؤولياتهم، وضمان حق المستهلك في إلغاء العقود واسترداد الأموال في حال وجود عيب في السلع أو الخدمات، إلخ.

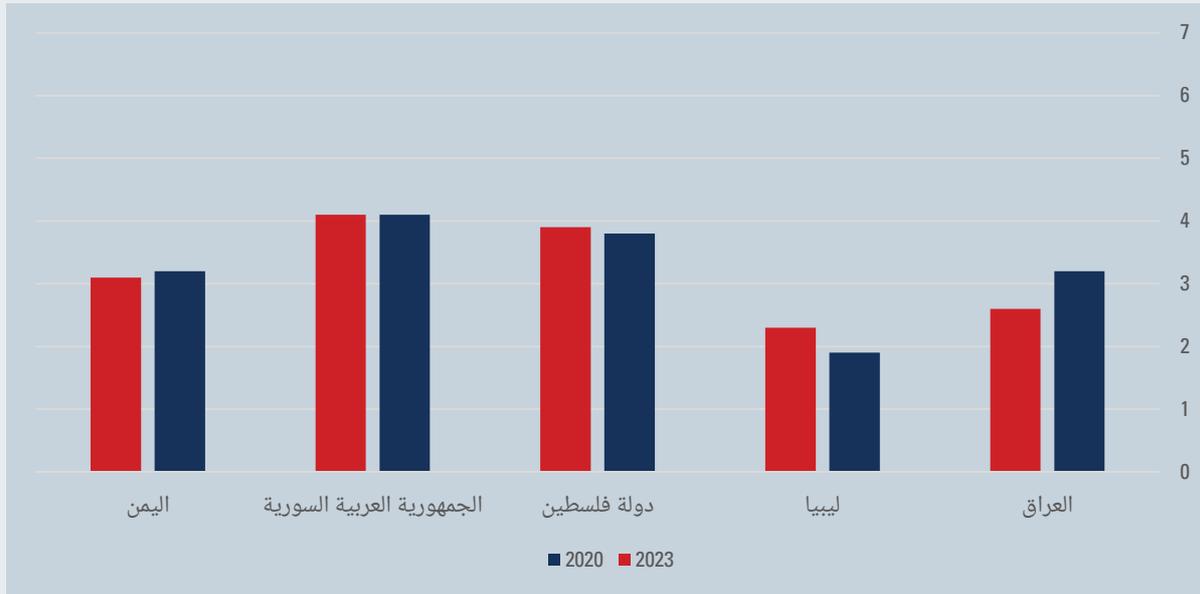
وتلتزم البلدان المتوسطة الدخل على نحوٍ مشترك بتنظيم التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك رغم وجود اختلافات في نُهجها ومدى الحماية المقدّمة. وتفرض مصر مثلاً، بموجب المادة 37 من قانون حماية المستهلك، تزويد المستهلكين بمعلومات شاملة قبل التعاقد تشمل تفاصيل المنتج والتسعير والضمانات وحلّ المنازعات⁶. كذلك، تضمن القوانين في الأردن وتونس ولبنان والمغرب الشفافية وتفرض تقديم بيانات واضحة في المعاملات عبر الإنترنت وتوفّر حماية شاملة للمستهلك، بما في ذلك عبر شروط تعاقدية واضحة وتحديد إطار زمني لسياسة إلغاء الشراء.

أما بالنسبة للاستهلاك المستدام، فقام الأردن ولبنان فقط بتضمين القانون أحكاماً بشأن الاستهلاك المستدام (المادة 16 (ب-4) من القانون الأردني رقم 7 لعام 2017⁷ والمادة 61 من القانون اللبناني رقم 659 لعام 2005)⁸، تسند إلى الهيئات المعنية مسؤولية تشجيع أنماط الاستهلاك المستدامة.

جيم. البلدان المتأثرة بالنزاعات.....

يبين الشكل 3 نتائج تطور قوانين حماية المستهلك بين عامي 2020 و2023 في الجمهورية العربية السورية والعراق ودولة فلسطين وليبيا واليمن.

الشكل 3. نتائج البلدان المتأثرة بالنزاعات



المصدر: تقييم الإسكوا، 2023.

سعت البلدان المتأثرة بالنزاعات إلى وضع وتطوير أطر قانونية تحمي مصالح المستهلك، رغم ظروفها الصعبة للغاية. وباستثناء ليبيا، سُنّت جميع هذه البلدان قوانين لحماية المستهلك، يركّز كلّ منها على جوانب مختلفة مثل حقوق ومسؤوليات المستهلكين والموردين، وحقوق الإنصاف والعقوبات في حال الانتهاكات. وعلى سبيل المثال، يركّز القانون العراقي رقم 1 لعام 2010 والقانون اليمني رقم 46 لعام 2008 على تنظيم السوق وحماية حقوق المستهلكين. في حين يولي قانون حماية المستهلك المعدل رقم 8 لعام 2021 في الجمهورية العربية السورية الأولوية لجوانب مثل سلامة الغذاء ومنع الاحتكارات ومراقبة التجار. وترتكز دولة فلسطين كذلك، في قانونها رقم 21 لعام 2005، على الإمدادات الغذائية وتدابير تعزيز رفاهية المستهلك.

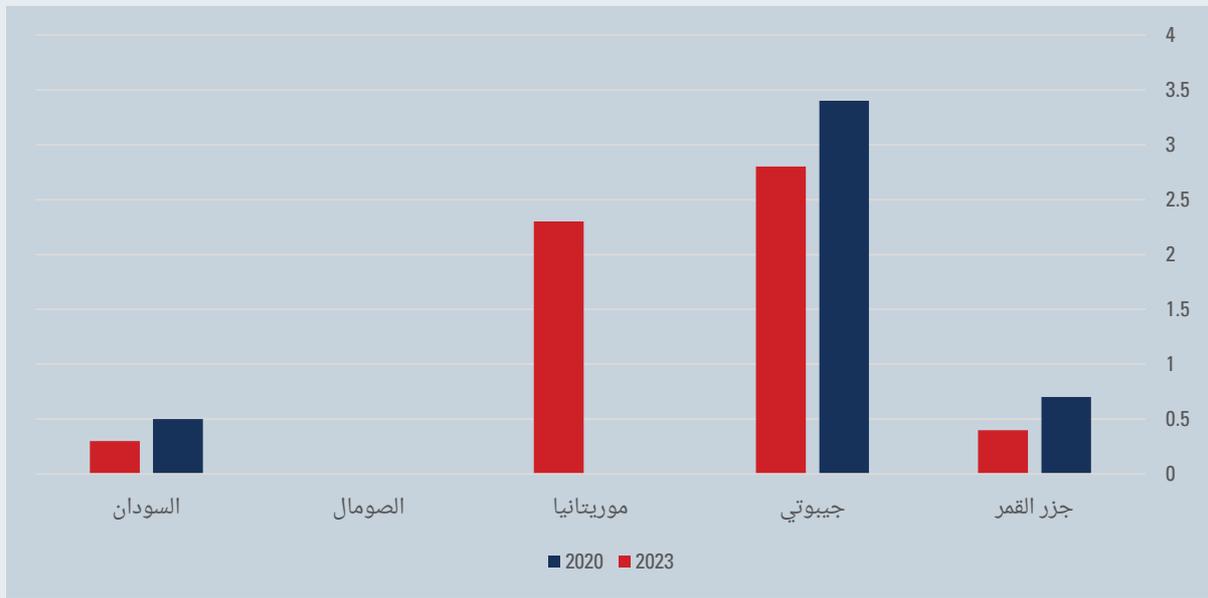
مع ذلك، فإن الإطار التشريعي لحماية المستهلك غير متطور نسبياً في هذه البلدان بسبب افتقاره لأحكام بشأن الاستهلاك المستدام وإنشاء آلية واضحة لتسوية المنازعات. ودولة فلسطين هي الدولة الوحيدة التي أدرجت في القانون أحكاماً تركز على البيئة وشجعت على الاستهلاك المستدام من خلال مبادرات تعليمية (المادة 5.4 من القانون الفلسطيني بشأن حماية المستهلك)⁹. أما بالنسبة للتجارة الإلكترونية، فيتضمن القانون التجاري في ليبيا مادة واحدة تتعلق بعقود الشراء الإلكترونية (المادة 1319 من القانون رقم 23 لعام 2010 بشأن النشاط التجاري)¹⁰، في حين يشير الإطار القانوني

السوري بشكل غير مباشر إلى أن حقوق المستهلك مصانة أيضاً في المعاملات عبر الإنترنت. ولا تتناول القوانين في العراق ودولة فلسطين هذا الجانب صراحةً. وموقع اليمن متقدم بعض الشيء لكون قانونه يشمل المعاملات الرقمية. مع ذلك، فإن افتقار مجموعة البلدان إلى تنظيمات شاملة بشأن التجارة الإلكترونية يكشف عن فجوة كبيرة في وضع حماية المستهلك.

دال. أقل البلدان نمواً.....

يبين الشكل 4 نتائج تطور قوانين حماية المستهلك بين عامي 2020 و2023 في جزر القمر وجيبوتي والسودان والصومال وموريتانيا.

الشكل 4. نتائج أقل البلدان نمواً



المصدر: تقييم الإسكوا، 2023.

يُعدّ الإطار التشريعي لحماية المستهلك الأضعف في أقلّ البلدان العربية نمواً. لم تعتمد جزر القمر وجيبوتي والسودان والصومال بعد قانوناً منفصلاً لحماية المستهلك، لذلك فإنّ سن موريتانيا مؤخراً أول قانون لحماية المستهلك رقم 7 لعام 2020¹¹ إنجازاً مهمّ في هذا المجال، لا سيما وأنه يؤكد على سلامة الأغذية ويمنح المستهلك إمكانية الحصول على الإنصاف. وتجدر الإشارة إلى أن جزر القمر وجيبوتي والسودان أدرجت أحكاماً في قوانين المنافسة تغطي سلامة المستهلك وحماية المصالح الاقتصادية (مثل الشفافية في الإعلان وتحديد الأسعار) وآليات الإنصاف. وتفتقر أقلّ البلدان نمواً كافة إلى أحكام واضحة بشأن التجارة الإلكترونية والاستهلاك المستدام.

3. توصيات في السياسة العامة وسبل المضي قدماً

وضعت جميع البلدان العربية، باستثناء الصومال، أطراً تشريعية لحماية المستهلك. وفي حين اعتمدت بلدان مجلس التعاون الخليجي والبلدان المتوسطة الدخل قوانين تضمن السلامة الجسدية للمستهلك، وتحمي مصالحه الاقتصادية وتحدد آلية لإنصافه، لا يزال الإطار التشريعي يعاني من أوجه ضعف من

حيث اعتماد أحكام تغطي على نطاق واسع التجارة الإلكترونية والاستهلاك المستدام. أما بالنسبة للبلدان المتأثرة بالنزاعات وأقل البلدان نمواً، فقد تسببت عوامل مثل زعزعة الاستقرار وضعف المؤسسات بأوجه ضعف في المجالات التالية: اعتماد آلية واضحة وفعالة للحصول على الإنصاف وتسوية المنازعات، وإنشاء نظام للعقوبات، وتغطية قضايا التجارة الإلكترونية والاستهلاك المستدام.

لذلك، وفي ضوء مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك¹²، يجب أن يتضمن الإطار التشريعي القوي جداً ما يلي:

(أ) في السياسة العامة

ينبغي أن تطبق البلدان العربية سياسات حماية المستهلك الهادفة إلى تعزيز جوانب متعددة، مثل تزويد المستهلك بمعلومات واضحة وأنية، وضمان شروط شفافة في العقود، وتعميم الممارسات التجارية المنصفة، وزيادة الوعي لدى المستهلكين والشركات. ومن الضروري أن تخصص موارد كافية لتمكين الهيئات الموكلة إليها إنفاذ حماية المستهلك، وضمان فعاليتها في فرض الامتثال وتأمين سبل حصول المستهلك على الإنصاف. وينبغي أن تضع البلدان العربية أيضاً إطاراً منسقاً مع الكيانات العامة والخاصة الأخرى، بما في ذلك مثلاً سلطات المنافسة والجمارك، وأصحاب المصلحة من القطاع الخاص، وأن تسهل تشكيل منظمات مستقلة لحماية مصالح المستهلك.

(ب) السلامة الجسدية

لا بد من اتخاذ تدابير لضمان سلامة المنتجات نظراً لوجهة استخدامها المقصودة أو التي يمكن توقعها على نحو معقول. وينبغي تطبيق لوائح تنظيمية تضمن المساءلة عن سلامة المنتجات وتشمل جميع الأطراف المعنية، من مصنعين وموردين وتجار تجزئة. ويجب سحب المنتجات الخطرة أو منح تعويض مناسب في حال حدوث ضرر.

(ج) المصالح الاقتصادية وحمايتها

ينبغي أن يحسن واضعو السياسات التدابير التي تمكن المستهلك من اتخاذ قرارات مستنيرة وجني أقصى فائدة من الموارد الاقتصادية. وتشمل هذه الجهود وضع معايير منصفة للإنتاج، وأساليب فعالة للتوزيع، وممارسات متوازنة في التجارة، وضمانات ضد الأنشطة التي تقوّض مصالح المستهلك الاقتصادية. ولا بد أيضاً من تحسين الامتثال وتشجيع المنافسة العادلة بين الشركات.

(د) معايير السلامة والجودة

يجب تطوير وإنفاذ المعايير واللوائح التنظيمية المتعلقة بسلامة المنتجات وجودتها، في ضوء المعايير الدولية. ولا بد من إنشاء مرافق اختبار وتصديق يسهل الوصول إليها لضمان سلامة المنتج، واعتماد طرق قياس قانونية.

(هـ) تسوية المنازعات وإنصاف المستهلكين

ينبغي أن تعتمد الدول العربية إجراءات شفافة للتعامل مع شكاوى المستهلكين، مثل استحداث منصة عبر الإنترنت وإنشاء نظام محاكم مخصص للنظر في شكاوى المستهلكين. وينبغي أن

تضمن هذه الإجراءات آليات منصفة لتسوية المنازعات يسهل الوصول إليها، حتى في حالة المنازعات عبر الحدود.

(و) برامج التثقيف والإعلام

ينبغي وضع لوائح تنظيمية تمنح سلطات حماية المستهلك صلاحيات تصميم وتنفيذ مبادرات تثقيف المستهلكين وتوفير المعلومات اللازمة، مع التركيز على التوعية بالحقوق والالتزامات. ويجب أن تغطي هذه البرامج مجموعة واسعة من جوانب حماية المستهلك، بما في ذلك الصحة والسلامة والأثر البيئي وممارسات التسويق الأخلاقية، وأن يتم إنفاذها.

(ز) تشجيع الاستهلاك المستدام

ينبغي اعتماد لوائح تنظيمية لدعم ممارسات الاستهلاك المستدام المسؤولة اقتصادياً واجتماعياً وبيئياً، وأن تتشارك في المسؤولية عن الاستهلاك المستدام جميع الجهات من مستهلكين ودول وشركات ومنظمات. لذلك لا بد من استحداث واستخدام منتجات وخدمات آمنة تتسم بالكفاءة من حيث الموارد، وتنفيذ برامج إعادة التدوير، وتقديم حوافز ضريبية، وتأمين خدمات موثوقة لما بعد البيع. ولا يكفي اعتماد هذه الأحكام بل يجب أيضاً إنفاذها بعناية.

(ح) التجارة الإلكترونية

ينبغي تعديل سياسات حماية المستهلك لتشمل التجارة الإلكترونية، مع التركيز على توضيح حقوق المستهلك ومسؤولياته وزيادة ثقته في المعاملات الإلكترونية. ويجب أن تضمن السياسات حماية خصوصية بيانات المستهلك المشارك في عمليات شراء عبر الإنترنت.

(ط) الخدمات المالية

ينبغي أن تنشئ الدول الأعضاء هيئات تنظيمية وآليات إنفاذ لحماية مصالح المستهلك المالية. وتعمل هذه الهيئات على تحسين المعرفة المرتبطة بالشؤون المالية، وضمان المعاملة المنصفة والإفصاح الشفاف من جانب المؤسسات المالية وخصوصية بيانات المستهلك المالية. ومن المهم أيضاً تشجيع الممارسات التجارية المسؤولة وإنشاء إطار تنظيمي يزيد من الكفاءة من حيث الكلفة والشفافية في الخدمات المالية.

(ي) التعاون الدولي

عملاً بالتوصيات المحددة في القسم السادس من مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك¹³، ينبغي أن تتخذ البلدان إجراءات مختلفة، لا سيما في سياق إقليمي أو دون إقليمي، منها وضع أو استعراض أو إدامة أو تعزيز آليات لتبادل المعلومات المتعلقة بالسياسات الوطنية لحماية المستهلك، والتعاون لتحسين تطبيق هذه السياسات، من خلال مثلاً جهود تعاونية في مرافق الاختبار أو برامج تدريب مشتركة. يوصى كذلك باعتماد مبادرات مشتركة لتحسين الظروف التي يتم في ظلها توفير السلع الأساسية، مثل التشارك في الشراء وتبادل المعلومات بشأن مختلف خيارات الشراء الممكنة. وينبغي أن تطور الدول الأعضاء أو تعزز الروابط المعلوماتية فيما يتعلق بالمنتجات التي تم حظرها أو سحبها لتمكين البلدان المستوردة الأخرى من حماية نفسها. ولا بد أيضاً من مواصلة جودة المنتج والمعلومات لحماية المستهلك من الآثار الضارة. وينبغي أن تحسن الدول الأعضاء من قدرتها على التعاون في مجال مكافحة الاحتيال

والتضليل في الممارسات التجارية العابرة للحدود، مع التسليم بأن هذا التعاون خاضع للسلطة التقديرية لوكالة إنفاذ قوانين حماية المستهلك. ولا بد أيضاً من تنسيق التحقيقات وآليات تسوية المنازعات لتجنب التداخل بالاستفادة من الشبكات الدولية القائمة والترتيبات الثنائية. والدول الأعضاء مدعوة إلى تسمية وكالات محدّدة للتعاون، ومنحها صلاحيات إجراء التحقيقات وتتبع المعلومات المتصلة بالممارسات التجارية الاحتيالية والتضليلية العابرة للحدود التي تؤثر على المستهلك. وينبغي أن تنظر الدول الأعضاء في المشاركة في الترتيبات القضائية الدولية والمشاركة فيما بين الوكالات في مجال استرداد الأصول وإنفاذ الأحكام في القضايا العابرة للحدود.

وينبغي أن تعمل الحكومات على وضع اتفاقات للاعتراف المتبادل بالأحكام القضائية الصادرة في قضايا منازعات بين المستهلكين والشركات وإنفاذها. ولا بدّ من النظر في دور القوانين المعمول بها والولاية القضائية في تعزيز ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية. وتهدف هذه المبادئ إلى إنشاء إطار عالمي موحد قائم على التعاون لحماية المستهلك في السوق الرقمية.

الحواشي

1. .European Parliament, [Contribution to Growth: Consumer Protection – Delivering economic benefits for citizens and businesses](#), p. 8
2. المرجع نفسه.
3. UNCTAD, [Competition and consumer protection](#)
4. .European Parliament, [Contribution to Growth: Consumer Protection – Delivering economic benefits for citizens and businesses](#), p. 16
5. .Middle East Insights, [Saudi Arabia: the Ministry of Commerce invites comments on the draft Consumer Protection Law](#), 26 April 2022
6. قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018، العدد 37 من الجريدة الرسمية في 13 أيلول/سبتمبر 2018، مصر.
7. قانون رقم 7 لسنة 2017 بشأن حماية المستهلك، الأردن.
8. القانون رقم 659 لسنة 2005 بشأن حماية المستهلك، لبنان.
9. قانون حماية المستهلك رقم (21) لسنة 2005م، دولة فلسطين.
10. قانون رقم 23 لسنة 2010 بشأن النشاط التجاري، ليبيا.
11. قانون رقم 7 لسنة 2020 بشأن حماية المستهلك، موريتانيا.
12. الأونكتاد، المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، 2016.
13. المرجع نفسه.

