حماية المستهلك بين العالمية والمحلية

د. زينب عوض الله

استاذ الاقتصاد بحقوق الاسكندرية
ومديرة الجمعية المركزية لحماية المستهلك

اصبح استهلاك ظاهرة جماعية واجتماعية. فهو عبارة عن تجميع لآلاف القرارات من المستهلكين، ولم يعد ظاهرة فردية تتعلق بشخص معين. وعلى كل مشروع أن ياخذ فى اعتباره هذا النطاق الجمعى. فالاستهلاك يقدم إلى مجموعة من الافراد والإعلان مرسل إلى الجميع. والإضرار بمصلحة مستهلك معين هو الإضرار بمصالح المستهلكين جميعا والمنتجات التى تهدد سلامة البيئة أو صحة الإنسان غير موجهة إلى فرد معين وإنما إلى مجموعة اجتماعية. لذلك يجب على الدولة أن تتدخل لحماية افرادها. وقوة المشروعات يجب أن تواجه بقوة المستهلكين، منظمين فى مجموعات اجتماعية معينة.

وفى هذا الإطار يجب أن تدور وتوجه عملية حماية المستهلك، اى فى إطار الجماعات الديناميكية المصغرة لمواجهة قوى المشروعات وسواء كانت رسمية أم غير رسمية. وهذا هو لب حركة حماية المستهلكين فأين ومتى بدأت هذه الحركة وماهى أهدافها والياتها ؟

اكتسبت حركة حماية المستهلك قوة دفع كبيرة عندما أعلن الرئيس الأمريكى جون كنيدى حقوق المستهلك فى ١٥ مارس ١٩٦٢، وهو اليوم الذى أصبح فيما بعد يوما عالميا لحماية المستهلك، وقد حددها فى أربعة حقوق هى : الحق فى الأمان، والحق فى الحصول على المعلومات، والحق فى الاختيار، والحق فى أن يسمع رأيه.

ولاشك أن الثمانينات من هذا القرن قد شهدت رسوخ حركة المستهلكين وازدياد قوتها. ففى ٩ ابريل ١٩٨٥ اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة بإجماع الآراء المبادىء التوجيهية لحماية المستهلك (قرار الجمعية العامة ٢٤٨/٣٩) بهدف وضع إطار يستخدم فى وضع وتعزيز سياسات وتشريعات حماية المستهلك، وتشجيع التعاون الدولى في هذا الميدان . أما مضمون هذه المبادىء فيدور حول حق المستهلك فى الاختيار، حقه فى الحصول على سلعة آمنة وسليمة، حقه فى الحصول على معلومات كافية ودقيقة، حقه فى الاستماع إليه، حقه فى إشباع حاجاته الاساسية، حقه فى التثقيف والتوعية، حقه فى بيئة نظيفة، وأخيرا حقه فى تسوية عادلة إذا ماتعرض لأى غبن أو أذى نتيجة شرائه أو استخدامه لسلعة أو خدمة ما.

ولقد عادت الجمعية العامة لتطلب من لجنة التنمية المستدامة بها مراجعة هذه المبادىء التوجيهية وتم تعديلها عام ١٩٩٥ لتساير التطورات العالمية السريعة المتلاحقة. هذا وقد عادت المبادىء فى دورتها التى عقدت فى ابريل الماضى لتضمينها أسس التنمية المستدامة وعرض المبادىء المعدلة على الجمعية العامة فى دورتها القادمة فى سبتمبر ١٩٩٩.

وإذا كانت حركة المستهلكين الدولية قد إتسمت، خلال العقدين الأخيرين بحضور عالمى فعال، واتسعت لتشمل معظم دول العالم، فالملاحظ أنها كانت قد تأكدت فى ثلاثينات هذا القرن عندما تأسس اتحاد المستهلكين بالولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٣٦. ومن أمريكا خرجت هذه الحركة لتغزو دول العالم بنهاية الحرب العالمية الثانية، وامتدت لتستقر فى بريطانيا وهولندا والدانمارك وكندا وبلجيكا وفرنسا.. وغيرها. كذلك فقد انتشرت الفكرة فى آسيا وتقدمت تقدما هائلا فى أمريكا اللاتينية على الرغم من سيرها بحياء فى الدول الافريقية. وبعد عدة أعوام من النشاط المتزايد والمتعاون المثمر عقد أول اجتماع للمنظمة الدولية لاتحادات المستهلكين فى لاهاى عام ١٩٦٠ وذلك بتهيئة المناخ لازدياد الاتصالات بين المنظمات الوطنية للمستهلكين، وتبادل المساعدات والمعلومات فيما بينها، إضافة إلى قيام بمشروعات مشتركة كفلت مزيدا من النجاح لهذه الجماعات وقد نجحت المنظمة الدولية فى مد نشاطها للعالم كله حتى أصبحت تضم أكثر من ١٩٠ منظمة من مختلف أرجاء العالم، ولها مكاتب إقليمية فى جميع القارات.

وإذا كانت مصلحة المستهلك ورعايته والدفاع عن حقوقه هى الدافع الأساسى لانطلاق الحركة فى كافة أنحاء العالم، فمن الأهمية بمكان تحديد آلياتها ووسائلها فى تحقيق هذه الأهداف.

بداءة تسير منظومة حماية المستهلك فى خطين متوازيين، فإلى جانب النشاط الأهلى (جمعيات حماية المستهلك) تتدخل الدول بإنشاء إدارات أو أجهزة حكومية، كما هو الحال فى الولايات المتحدة الأمريكية. أو فى فرنسا بالنسبة للإدارة العامة لتنظيم المنافسة والاستهلاك لردع الغش، والمجلس الوطنى للاستهلاك. أو فى مصر حيث أنشأ مجلس الوزراء مجلسا دائما لحماية المستهلك يتبع من حيث الإشراف وزارة التجارة والتموين، فضلا عن الإدارة العامة للترشيد الاستهلاكى وحماية المستهلك بوزارة التجارة والتموين.

وثانيا ترتكز حركة حماية المستهلكين فى العالم المتقدم أجمع على دعامتين أساسيتين هما «الاختيار والتثقيف». وفى هذا الإطار عادة ماتقوم جمعيات حماية المستهلك بإتاحة المعلومات الصحيحة والكاملة عن المنتجات المختلفة من خلال الاختبارات المقارنة والتى توفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين البدائل المختلفة ويتم ذلك بطبع دوريات من الصحف أو المجلات المتخصصة تحتوى كافة المعلومات والبيانات عن خصائص السلع والخدمات المطروحة فى الأسواق. ولا حاجة بنا إلى أن نؤكد ان دور هذه الصحافة هو تقديم عرض موضوعى للسلع والخدمات بخصائصها وإمكاناتها بالاضافة إلى مايجب التحذير منه من مخاطر بعض السلع أو عيوبها التى تظهر حين الاستخدام.

وإضافة إلى الصحافة، عامة كانت أو متخصصة، فإن الإذاعة والتليفزيون من القنوات التى تلجأ إليها جمعيات حماية المستهلك لتحقيق التوعية بخصائص السلع والخدمات وأسعارها خصوصا حينما يكون محل الإعلام هو أمر ينبغى تعريف المستهلكين به.

وإذا كان الاختبار والتثقيف هما محورى حركة المستهلكين فى أوروبا وأمريكا فإن الفقر كان المحرك الأساسى لحركات المستهلكين فى العالم النامى. وبصفة عامة تعمل الدول المتقدمة على كافة مستوياتها التنظيمية على إدراج المبادىء التوجيهية للأمم المتحدة فى خططها وسياساتها الرسمية، وتوافرت لديها العديد من الأشكال القانونية لتنفيذها. وهذا على خلاف العديد من بلدان العالم النامى.

وفى مصر، والعالم العربى، نلمح مفردات تلك المبادىء التوجيهية على استحياء، وسواء تعلق الأمر بالأجهزة والمؤسسات الرسمية أو بالنشاط والعمل الأهلى. ولايعنى ذلك الغياب الكامل فى السياسات العامة والجهود الرسمية، فوزارة التجارة والتموين بمصر تولى هذا الأمر اهتماما بالغا، وإنما مانعنيه هو غياب منظومة متكاملة وآلية فعالة تنظم هذه الحقوق وتحميها. ولاسيما ان حماية المستهلك كسياسة اجتماعية تدخل فى إطار التحليل الغائى، وتجمع بين نواحى الفحص والوقاية والعلاج. تلك السياسة التى تجد مبرراتها فى اعتبارات الأمن والسلامة وحماية البيئة وصحة الإنسان، وتطلب مواصفات فنية وقدرات إنتاجية وأنماط للجودة فى السلع المستوردة والمصدرة، وتراعى التطور التكنولوجى والثقافى، وتتفق مع احتياجات السكان وقدراتهم الشرائية، ولا تمثل إغراقا، أو تؤثر فى المنافسة بين عناصر غير متكافئة بوسائل غير مشروعة والتى تدخل جميعا تحت مايسمى بأولويات «حقوق وحماية المستهلك» فى إطار التجارة العالمية.

فهل لنا أن نشهد فورة هذه الحركة فى مصرنا العزيزة ونحن على مشارف القرن الـ ٢١ كما شهد العقد الأخير من القرن الماضى اتحاد مستهلكى نيويورك (١٨٩١)، والاتحاد الوطنى للمستهلكين (١٨٩٩) والذى اضطلع بتنسيق عمل منظمات نيويورك وبوسطن وشيكاغو. وهل لنا أن نحتفل بيوم المستهلك المصرى وقد تحققت حمايته ؟