

◆ مقارنة سياسة حماية المستهلك في قطر مع أفضل الممارسات الدولية

المحتوى

2	الملخص العام للدراسة
3	أهداف وأهمية الدراسة
3	منهجية الدراسة
4	مصادر البيانات
4	حدود الدراسة
5	الفصل الأول: الإطار النظري للمعايير والمواثيق الدولية المنظمة للتجارة العالمية
6	الباب الأول: المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة لحماية المستهلك (UNGCP)
7	الباب الثاني: المعايير الدولية ISO المتعلقة بحماية المستهلك
7	معييار ISO 26000 - المسؤولية المجتمعية
8	معييار ISO 9001 - إدارة الجودة
9	معييار ISO 10002 - إدارة الشكاوى
10	معييار ISO 10393 - مكافحة الغش التجاري
13	معييار ISO 22000 - سلامة الغذاء
15	الباب الثالث: قواعد منظمة التجارة العالمية المتعلقة بحماية المستهلك
15	اتفاقية العوائق الفنية أمام التجار TBT-Technical Barriers to Trade
16	اتفاقية تدابير الصحة والصحة النباتية - (SPS - Sanitary and Phytosanitary Measures Agreement)
17	اتفاقية حقوق الملكية الفكرية (TRIPS-Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)
18	اتفاقيات تحرير التجارة GATT وGATS
19	الباب الرابع: مواثيق ومنظمات دولية داعمة لحماية المستهلك
19	أولاً: المعايير الغذائية الدولية Codex Alimentarius

19	ثانياً: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) (Organization for Economic Co-operation and Development) منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية
20	ثالثاً: منظمة الإنتربول – عمليات مكافحة الغش الغذائي
21	الباب الخامس: أهمية هذه المعايير للدول
22	الفصل الثاني: مقارنة سياسة حماية المستهلك في قطر بأفضل الممارسات الدولية
24	الباب الأول: الإطار التشريعي والتنظيمي
24	مقارنة الإطار التشريعي والتنظيمي في قطر والدول المُقارنة
27	آليات الرقابة والتفتيش على الأسواق
28	الشفافية والإفصاح
29	آليات الشكاوى وتسوية النزاعات
30	سلامة المنتجات وإدارة المخاطر
31	تنظيم التجارة الإلكترونية
32	حملات التوعية والتعليم والتواصل مع المستهلك
32	الحوكمة والتعاون المؤسسي
33	مؤشرات الأداء وقياس الأثر
34	الباب الثاني: الفروقات الجوهرية بين قطر وهذه الدول
37	الباب الثالث: التوصيات والمقترحات لتعزيز سياسات حماية المستهلك في قطر بناءً على المقارنة
39	المصادر والمراجع المستخدمة في الدراسة

أسفرت هذه الدراسة عن مجموعة من النتائج التحليلية التي تبرز الفروق والتقاطعات بين نماذج حماية المستهلك في دولة قطر والدول محل المقارنة، وذلك من حيث الأطر التشريعية والتنظيمية، ونماذج الحوكمة، وآليات الإنفاذ، ومستوى التوعية، وقياس الأداء المؤسسي. وقد أظهرت النتائج أن حماية المستهلك لم تعد تُدار بوصفها وظيفة رقابية تقليدية، بل أضحت منظومة متكاملة تتداخل فيها الجوانب القانونية، والتنظيمية، والاقتصادية، والتوعوية.

وبيّنت الدراسة أن الدول التي تعتمد نموذجًا مركزيًا في إدارة حماية المستهلك، مثل دولة قطر واليابان وكوريا الجنوبية وسنغافورة والإمارات العربية المتحدة، تتميز بوضوح الصلاحيات ووحدة المرجعية التنظيمية، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على سرعة اتخاذ القرار وتوحيد إجراءات الرقابة والإنفاذ. في المقابل، تعتمد الدول ذات النظام الفدرالي، مثل أستراليا وكندا وألمانيا، على توزيع الاختصاصات بين المستوى الاتحادي والمستويات المحلية، بما يتيح مرونة أعلى في التعامل مع خصوصيات الأسواق المحلية، إلا أنه يستلزم مستويات متقدمة من التنسيق المؤسسي لضمان اتساق السياسات وتكاملها.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن التجارب المتقدمة، ولا سيما في اليابان وكوريا الجنوبية، تقوم على تبني فلسفة وقائية في حماية المستهلك، تركز على مبدأ المسؤولية الصارمة عن المنتجات، حيث تُحمّل الشركات المصنعة أو الموردّة مسؤولية الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة دون اشتراط إثبات الخطأ أو الإهمال. ويُسهم هذا النهج في تعزيز مستوى حماية المستهلك، والحد من النزاعات القضائية، وتحفيز الشركات على الالتزام المسبق بمعايير الجودة والسلامة.

وفيما يتعلق بآليات الإنفاذ والعقوبات، كشفت الدراسة عن تفاوت ملحوظ في تنوع وشدة العقوبات المطبقة بين الدول محل المقارنة. فبينما تعتمد بعض الدول على منظومة عقابية متعددة الأدوات تشمل الغرامات المالية المرتفعة، وسحب المنتجات، والإغلاق المؤقت، والتشهير بالمخالفين، تميل دول أخرى إلى تبني نهج تدريجي يوازن بين الردع وتحقيق الامتثال الطوعي. ويعكس هذا التباين اختلاف الفلسفات التنظيمية وتقدير المخاطر في كل دولة.

وأظهرت الدراسة كذلك أن قياس الأداء وقياس الأثر في مجال حماية المستهلك لا يزال يمثل تحديًا في العديد من الدول، إذ تقتصر بعض الجهات على نشر بيانات جزئية أو قطاعية حول عدد الشكاوى أو إجراءات الإنفاذ، في حين تفتقر إلى مؤشرات شاملة تتعلق بمعدلات الرضا، وسرعة الاستجابة، ونسب

تسوية الشكاوى. ويحد هذا القصور من القدرة على إجراء تقييمات مقارنة دقيقة لفاعلية السياسات العامة في هذا المجال.

كما أكدت نتائج الدراسة أن حملات التوعية والتعليم والتواصل مع المستهلك تُعد عنصرًا أساسيًا في النماذج الأكثر تطورًا، حيث يتم توظيفها كأداة وقائية مكملة للرقابة والعقوبات، من خلال برامج وطنية مستمرة وشراكات مع المؤسسات التعليمية والإعلامية، بما يساهم في رفع مستوى الوعي وتقليل المخالفات قبل وقوعها.

وفي ضوء ما تقدم، خلصت الدراسة إلى أن منظومة حماية المستهلك في دولة قطر تستند إلى إطار تشريعي وتنظيمي راسخ، إلا أن تعزيز فعاليتها المستقبلية يستلزم مزيدًا من التطوير في الجوانب الوقائية والمؤسسية، ولا سيما فيما يتعلق بتوسيع نطاق التوعية الاستباقية، وتطوير منظومة مؤشرات أداء قابلة للقياس والمقارنة، وتعزيز التنسيق المؤسسي والرقمي، والاستفادة المنهجية من التجارب الدولية المتقدمة بما يتلاءم مع الخصوصية القانونية والاقتصادية للدولة.

أهداف وأهمية الدراسة

1. إثراء الأدبيات في مجال سياسات حماية المستهلك.
2. تقديم نموذج متخصص مقارن قابل للتطبيق في دراسات مستقبلية.
3. مساعدة صانعي القرار في تطوير القوانين واللوائح، والسياسات المتبعة.
4. تعزيز جودة الخدمات المقدمة للمستهلكين في قطر.
5. رفع درجة الانسجام مع الأنظمة العالمية.
6. دراسة مستوى حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية.
7. اقتراح توصيات لتحسين سياسات حماية المستهلك في قطر.

منهجية الدراسة

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، لدراسة وتحليل النصوص والوثائق القانونية والتقارير الدولية، مع توظيف المنهج المقارن لمقارنة قطر مع الدول محل الدراسة

مصادر البيانات

تم جمع البيانات من خلال الاعتماد على المصادر الثانوية التي تشمل الوثائق القانونية الرسمية والتقارير الصادرة عن الجهات المنفذة في الدول قيد الدراسة، بالإضافة إلى الدراسات الأكاديمية الموثوقة والتقارير الدولية الصادرة عن المنظمات مثل المعايير والمواثيق الدولية وقواعد منظمة التجارة العالمية. وذلك بهدف الوصول إلى تحليل متكامل يقيس مدى توافق النظام القطري مع المعايير العالمية، والشفافية.

حدود الدراسة

حدود زمانية: 1999 - 2025.

حدود مكانية: دولة قطر مع الدول التالية: كندا، وكوريا الجنوبية، وسنغافورة، وألمانيا، وأستراليا، واليابان، والسعودية، والإمارات، وعمان.

حدود موضوعية: سياسات حماية المستهلك القانونية والتنظيمية.

الفصل الأول

الإطار النظري للمعايير
والمواثيق الدولية المنظمة
للتجارة العالمية

الفصل الأول: الإطار النظري للمعايير والمواثيق الدولية المنظمة للتجارة العالمية

المعايير والمواثيق الدولية وقواعد منظمة التجارة العالمية والتي تُعتبر محورًا أساسيًا في رسم السياسات الاقتصادية الحديثة، والتي تعمل الدول والمؤسسات الدولية على وضع أطر تنظيمية لضمان حقوق المستهلك في بيئة اقتصادية تحكمها العولمة وتعدد مصادر السلع والخدمات. تُشكل المواثيق الدولية، والمعايير الفنية، واتفاقيات منظمة التجارة العالمية (WTO) منظومة متكاملة تسعى لتحقيق التوازن بين تحرير التجارة وضمان سلامة وحقوق المستهلك.

الباب الأول: المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة لحماية المستهلك (UNGCP)

تم اعتماد المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك لأول مرة سنة 1985، وتم تحديثها بشكل شامل سنة 2015. وتُعد الوثيقة أهم مرجع عالمي غير ملزم يوجّه الدول لتطوير سياسات وطنية فاعلة في مجال حماية المستهلك.

تشمل الوثيقة مجموعة من الأهداف الأساسية:

- ضمان سلامة المستهلك من السلع والخدمات الخطرة.
- توفير المعلومات الشفافة والواضحة.
- ضمان المنافسة العادلة ومنع الممارسات الخادعة.
- حماية البيانات والخصوصية.
- تمكين المستهلك في التجارة الإلكترونية.
- ضمان آليات فعالة لتسوية النزاعات وتعويض المستهلك.
- دعم الاستهلاك المستدام والمسؤول.

إضافة إلى اشتغال الوثيقة على المبادئ التوجيهية في عدة مجالات رئيسية، منها:

- سلامة المنتجات.
- خدمات المرافق الأساسية (طاقة، اتصالات).
- آليات الشكاوى والإنصاف.
- الإعلانات والاتصالات التسويقية.
- حماية المستهلك الإلكتروني.
- تعليم المستهلكين وتوعيتهم.

كما وتشجع الأمم المتحدة الدول على إعداد هيئات رقابية مستقلة وتعزيز الشفافية والمساءلة لضمان حقوق المستهلك.

الباب الثاني: المعايير الدولية ISO المتعلقة بحماية المستهلك

معيار ISO 26000 – المسؤولية المجتمعية

يقدم إطاراً متكاملًا للمؤسسات لتبني سلوك أخلاقي ومسؤول تجاه المجتمع والبيئة وأصحاب المصلحة، ومن بينهم المستهلكون. وتُعد «قضايا المستهلك» أحد المحاور الأساسية والتي تُعزز ثقافة الاستهلاك الآمن والعادل، حيث تُخصّص محورًا كاملاً لحماية المستهلك يتضمن:

أولاً: التسويق المسؤول والمعلومات العادلة

- يشدد المعيار على ضرورة تقديم معلومات دقيقة وغير مضللة للمستهلكين حول المنتجات والخدمات.
- يتضمن ذلك الإعلام الواضح بالأسعار، الخصائص، المخاطر، شروط الاستخدام، وخدمات ما بعد البيع.
- يمنع المعيار الممارسات التسويقية المستغلة خاصة للفئات الضعيفة مثل الأطفال، وكبار القدر، وذوي الهمم.

ثانياً: حماية خصوصية المستهلك وبياناته

- يشجع المعيار المنظمات على وضع سياسات واضحة تحمي البيانات الشخصية للمستهلك، وضمان عدم استخدامها دون إذن أو مشاركتها بشكل غير آمن.
- التزام المنظمة بمعايير الأمن السيبراني جزء أساسي من الامتثال.

ثالثاً: ممارسات عادلة في التعاقد

- يؤكد المعيار على تقديم عقود عادلة وواضحة غير معقدة ولا تحتوي على شروط خفية.
- يجب أن تُمكن العقود المستهلك من اتخاذ قرار واعٍ دون ضغوط.

رابعاً: الصحة والسلامة

- يفرض المعيار على المؤسسات توفير منتجات وخدمات آمنة لا تهدد صحة أو سلامة المستهلك.
- يتضمن ذلك اختبارات الجودة، والالتزام بالمواصفات، والتحذير من المخاطر المحتملة.

خامساً: آليات فعّالة لمعالجة الشكاوى وتسوية النزاعات

- يشجع المعيار على إنشاء آليات سريعة وعادلة وشفافة لتلقي شكاوى المستهلك ومعالجتها.
- كما يشجع على وجود قنوات بديلة لتسوية النزاعات (مثل الوساطة والتحكيم).

سادساً: تثقيف المستهلك وحماية الفئات الأكثر عرضة للضرر

- يدعو المعيار إلى تعزيز وعي المستهلك بحقوقه وواجباته، وتمكينه من اتخاذ قرارات واعية بشأن المنتجات والخدمات.

توجيه المؤسسات لتكييف منتجاتها وممارساتها بما يتناسب مع احتياجات المستهلكين الضعفاء مثل: الأطفال، وكبار القدر، وذوي الهمم. لرفع مستوى الأمان والوعي المجتمعي.

يُعد معيار ISO 26000 من أهم الأدوات العالمية لحماية المستهلك في إطار المسؤولية المجتمعية للمؤسسات. فهو يتجاوز مجرد جودة المنتج ليغطي جوانب السلوك الأخلاقي، الشفافية، السلامة، التسويق العادل، وإدارة الشكاوى، إضافة إلى دعم الاستهلاك المستدام. ومن خلال دمج حماية المستهلك ضمن ممارسات المسؤولية الاجتماعية، يرسخ المعيار ثقافة مؤسسية تحترم حقوق المستهلك وتقلل المخاطر الصحية والاقتصادية.

معيار ISO 9001 – إدارة الجودة

يؤكد المعيار على مفهوم رضا المستهلك وإدارة العمليات وفق أعلى مستويات الجودة. ويُستخدم كمرجع لبناء نظام إداري فعال يضمن يلبي توقعات المستهلك واحتياجاته. حيث يقوم المعيار على مجموعة من المبادئ الأساسية التي تركز على المستهلك، الإدارة الفعّالة للعمليات، والتحسين المستمر.

يقوم ISO 9001 على سبعة مبادئ رئيسية للجودة:

1. التركيز على العميل (Customer Focus)
 2. القيادة (Leadership)
 3. مشاركة الأفراد (Engagement of People)
 4. منهج العمليات (Process Approach)
 5. التحسين المستمر (Improvement)
 6. اتخاذ القرارات على أساس الأدلة (Evidence-based Decision Making)
 7. إدارة العلاقات (Relationship Management)
- هذه المبادئ تشكل الإطار الذي تبني من خلاله المؤسسات نظام جودة متكامل يضع المستهلك في مركز الاهتمام، ويتم ذلك من خلال التالي:

أولاً: التركيز على العميل Customer Focus

يعتبر رضا المستهلك حجر الأساس في معيار ISO 9001، حيث يلتزم النظام بـ:

- فهم احتياجات وتوقعات المستهلكين الحالية والمستقبلية.
 - ضمان مطابقة المنتجات والخدمات لمتطلبات المستهلك.
 - قياس مستويات رضا المستهلك بشكل دوري وتحليل نتائجه.
 - استخدام نتائج رضا المستهلك لتحسين تصميم المنتجات وإجراءات الخدمة.
- بذلك يصبح المستهلك محور رئيس في عملية اتخاذ القرار داخل المؤسسة.

ثانياً: القيادة (Leadership)

يشير هذا المبدأ إلى دور الإدارة العليا في توجيه المنظمة وتحديد رؤيتها وأهداف الجودة. إضافة إلى تركيز القيادة على خلق بيئة عمل تدعم تحقيق الأهداف، وتوضح الأدوار والمسؤوليات. وذلك لضمان توافر الموارد اللازمة تدفع الجميع للعمل وفق أعلى المعايير.

ثالثاً: مشاركة الأفراد (Engagement of People)

يؤكد هذا المبدأ على أهمية إشراك جميع الموظفين في النظام الإداري للجودة. فكل فرد في المنظمة يُسهم في تحقيق الجودة، من خلال تمكين الموظفين، وتدريبهم، وتشجيع المبادرات، وتحفيزهم على تحمل المسؤولية وتحسين الأداء المستمر.

رابعاً: تحسين الجودة عبر إدارة العمليات (Process Approach)

يعتمد المعيار على منهجية إدارة العمليات التي تقوم على:

- تحديد العمليات الأساسية في المؤسسة، توثيقها وتحليلها وتحسينها.
 - ضمان الترابط الفعال بين العمليات لضمان سير العمل بكفاءة.
 - مراقبة الأداء من خلال مؤشرات كمية مثل الجودة، والوقت، والتكلفة، والأخطاء.
- هذه المنهجية تمنع الأخطاء المتكررة، وتضمن جودة ثابتة، مما ينعكس مباشرة على رضا المستهلك.

خامساً: التحسين المستمر (Continuous Improvement)

يُلزم ISO 9001 المؤسسات بأن تكون في حالة تطوير دائم عبر:

- تحديد فرص التحسين.
 - معالجة المشكلات من جذورها.
 - تحليل أسباب عدم المطابقة.
 - تطوير خطط للتحسين الدوري.
- هذا النهج يقلل العيوب في المنتجات والخدمات ويزيد ثقة المستهلك بالمؤسسة.

سادساً: اتخاذ القرارات على أساس الأدلة (Evidence-based Decision Making)

يشدد المعيار على ضرورة اتخاذ القرارات بناءً على:

- تحليل البيانات.
 - مؤشرات الأداء.
 - شكاوى المستهلكين.
 - تقارير التفتيش والاختبارات.
- هذه الممارسات تقلل الأخطاء وتضمن جودة أعلى وأكثر استقراراً.

سابعاً: إدارة العلاقات (Relationship Management)

يؤكد ISO 9001 على أهمية:

- اختيار الموردين بعناية.
 - تقييم أدائهم.
 - بناء علاقات تعاون طويلة الأمد.
- فجودة المواد أو الخدمات المقدمة تنعكس مباشرة على جودة المخرجات النهائية.

يمثل معيار ISO 9001 - إدارة الجودة إطاراً عالمياً يساعد المؤسسات على تحسين عملياتها وتحقيق أعلى مستويات الجودة، مع وضع رضا المستهلك في صدارة أولوياتها. ومن خلال اتباع نهج قائم على العمليات، وتحليل البيانات، والتحسين المستمر، يضمن المعيار منتجات وخدمات تحقق توقعات المستهلك وتدعم حقوقه.

معيار ISO 10002 - إدارة الشكاوى

يُعد من أهم المعايير الدولية الموجهة لتعزيز حماية المستهلك من خلال وضع إطار متكامل لإدارة شكاوى العملاء داخل المؤسسات العامة والخاصة. ويحدد المعيار مجموعة من المبادئ الأساسية، تشمل التزام القيادة العليا بسياسة واضحة وشفافة لمعالجة الشكاوى، وتوفير قنوات متعددة وميسرة لتقديمها دون عوائق. إضافة إلى ضمان العدالة والحياد في دراسة الشكاوى والتحقيق فيها.

كما يفرض المعيار وجود إجراءات زمنية محددة للرد والمعالجة بما يعزز ثقة المستهلك ويحد من النزاعات. كما ويركّز ISO 10002 أيضاً على المتابعة اللاحقة عبر قياس رضا المستهلك بعد معالجة الشكاوى، واستحداث آليات للاستئناف عند عدم الرضا. ولا يقتصر دوره على حل الشكاوى فحسب، بل يوفّر إطاراً منهجياً لتحليل البيانات المستخلصة منها واستخدامها في تحسين جودة الخدمات والمنتجات وتطوير السياسات التشغيلية. بذلك، يسهم المعيار في بناء منظومات مؤسسية فعّالة تتسم بالشفافية والمساءلة، ما يجعله عنصراً أساسياً في نظم حماية المستهلك الحديثة والنماذج التنظيمية ذات الكفاءة العالية.

يقدم إطارًا للتحقيق في قضايا المنتجات المقلدة، وتقييم آثارها على سلامة المستهلك والاقتصاد، من خلال التالي:

أولاً: وضع إطار منهجي للتحقيق في قضايا المنتجات المقلدة

يقدم معيار ISO 10393: Consumer product recall — Guidelines for supplier corrective actions دليلًا

- شاملاً للمنشآت والجهات الحكومية حول كيفية التعامل مع المنتجات غير المطابقة والمقلدة عبر:
- خطوات منهجية للتحقيق تشمل جمع الأدلة، تحديد مصدر العطل أو التزييف، وتحليل سلسلة الإمداد لتحديد نقاط الضعف.
- استخدام نماذج موحدة للتحقق من الادعاءات المتعلقة بالغش التجاري، بما يسهل التعاون بين الجهات الحكومية والموردين.
- توجيه الشركات لتأسيس فرق داخلية للتحقيق مزودة بآليات تدقيق ومراجعة واضحة.

ثانياً: تعزيز قدرة الجهات على تتبع سلاسل الإمداد (Supply Chain Traceability)

يساعد المعيار في:

- تحديد نقاط التلاعب داخل سلسلة الإمداد.
- تحسين الوثائق والسجلات المرتبطة بحركة المنتجات من المصنع إلى المستهلك.
- تمكين الرقابة الحكومية من الكشف المبكر عن المنتجات المقلدة.

ثالثاً: دعم الاستجابة السريعة (Rapid Response) في حال اكتشاف غش تجاري

يضع المعيار خطوات واضحة للأبلاغ والتواصل عند وجود اشتباه بمنتج مقلد، مثل:

- آليات سحب المنتجات Recall.
- توجيهات للتواصل مع المستهلكين ووسائل الإعلام.
- إجراءات إصلاحية Corrective actions تمنع تكرار الغش.

يساعد ISO 10393 في تقييم آثار المنتجات المقلدة من خلال:

أولاً: تقييم أثرها على سلامة المستهلك

من خلال منهجيات المعيار يمكن:

- تحليل المخاطر المرتبطة بتصميم أو تصنيع المنتجات المقلدة.
- توثيق حالات الإصابة أو الضرر الناتج عنها.
- تحديد مستوى الخطر الصحي الذي تشكله مقارنة بالمنتجات الأصلية.

يوفر المعيار أدوات لتقدير:

- احتمالية وقوع الضرر.
- شدة الضرر.
- فئات المستهلكين الأكثر تعرضاً للمخاطر.

ثانياً: تقييم أثر المنتجات المقلدة على الاقتصاد

يُمكن استخدام المعيار في:

- قياس الخسائر المباشرة للمؤسسات نتيجة سحب المنتجات.
- حساب الخسائر غير المباشرة مثل:
- تضرر سمعة العلامات التجارية.
- انخفاض الثقة بالسوق.
- التكلفة الحكومية للرقابة والتفتيش.
- تحسين جمع البيانات التي يمكن استخدامها في دراسات اقتصادية حول تكلفة الغش التجاري.

ثالثاً: تعزيز التعاون الدولي لمحاربة الغش

يساعد ISO 10393 في توحيد إجراءات التحقيق والتتبع بين الدول، مما يسهّل:

- تبادل المعلومات حول المنتجات المقلدة العابرة للحدود.
- المشاركة في الشبكات الدولية لحماية المستهلك مثل OECD Consumer Safety و ICPEN.

رابعاً: دعم السياسات الوطنية لحماية المستهلك

يمكن للحكومات استخدام ISO 10393 كمرجعية لـ:

- تطوير تشريعات مكافحة الغش التجاري.
- تحسين نظم الرقابة وتدقيق المنتجات.
- بناء قواعد بيانات وطنية تتضمن تقارير المنتجات غير المطابقة.

الخلاصة، يوفر ISO 10393 إطاراً شاملاً للتحقيق في الغش التجاري، عبر تحسين التتبع، توثيق الأدلة، إدارة السحب والاستدعاء، وتقييم المخاطر الصحية والاقتصادية. ويعد أحد أهم المعايير الداعمة لاستراتيجيات حماية المستهلك والجهود الدولية لمحاربة المنتجات المقلدة.

يمثّل معيار ISO 22000: Food Safety Management Systems (FSMS) الإطار الدولي الأشمل لإدارة سلامة الغذاء عبر سلاسل الإمداد الغذائية، من المزرعة وحتى المستهلك النهائي. وقد طُوّر هذا المعيار لضمان إنتاج غذاء آمن وخالي من الملوثات، لتقليل المخاطر الصحية التي قد يتعرض لها المستهلك، بذلك فهو يسهم فـ:

أولاً: ضمان إنتاج غذاء آمن عبر منهجية علمية قائمة على تحليل المخاطر

المعيار مبني على نظام (HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) (تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة)، ويلزم المؤسسات بتحديد:

- المخاطر البيولوجية (مثل البكتيريا والفيروسات).
- المخاطر الكيميائية (مثل بقايا المبيدات والمعادن الثقيلة).
- المخاطر الفيزيائية (مثل الأجسام الصلبة والقطع المعدنية).

ثم إدارة هذه المخاطر عبر إجراءات صارمة تضمن عدم وصولها للمستهلك لمنع حالات التسمم الغذائي والأمراض المنقولة بالغذاء.

ثانياً: حماية المستهلك من خلال القدرة على تتبع المنتجات الغذائية (Traceability)

يلزم ISO 22000 المؤسسات بإنشاء نظام تتبع دقيق لكل مراحل سلسلة الإمداد. والاحتفاظ بسجلات تمكن الجهات الرقابية من تتبع مصدر أي تلوث غذائي بسرعة. بذلك يتيح النظام سحب المنتجات غير الآمنة بسرعة عالية، وتقليل انتشار التلوث، وبالتالي منع وصول الأغذية الخطرة إلى المستهلكين.

ثالثاً: تحسين ثقة المستهلك في السوق الغذائية

عندما تحصل المؤسسات الغذائية على شهادة ISO 22000، يشعر المستهلك بـ:

- ارتفاع مستوى ضمان الجودة.
- تعزيز الثقة في المنتجات المحلية والمستوردة.
- الاطمئنان بأن الغذاء خضع لعمليات رقابة صارمة دولية.

رابعاً: دعم الجهات الحكومية في حماية المستهلك

توفر أنظمة ISO 22000 أدوات قوية للجهات الرقابية، مثل:

- توحيد إجراءات التفتيش والتحقق.
- توفير معايير، واضحة للمصانع، والمطاعم، والموردين.
- سد الثغرات في سلسلة الإمداد الغذائي.
- كما يساعد في مواءمة التشريعات الوطنية مع أفضل الممارسات العالمية.

خامسًا: الوقاية من الخسائر الصحية والاقتصادية

من خلال تطبيق نهج وقائي، يسهم المعيار في:

- خفض حالات الأمراض المنقولة بالغذاء.
 - تقليل حالات دخول المستشفيات المرتبطة بالتسمم الغذائي.
 - التقليل من الخسائر الاقتصادية الناتجة عن فساد المنتجات أو سحبها من الأسواق.
- وهذا يعزز رفاهية المستهلك وصحته.

يُعد معيار ISO 22000 أحد الدعائم الأساسية في مجال الغذاء، إذ يضمن سلامة المنتجات الغذائية عبر نظام شامل لإدارة المخاطر، والتتبع، والاستجابة للطوارئ. وقدرته على تغطية سلسلة الإمداد بالكامل تجعل منه المرجع العالمي الأهم لأي منظمة تسعى لحماية صحة المستهلك وزيارة الثقة في الغذاء المتداول في السوق

الباب الثالث: قواعد منظمة التجارة العالمية المتعلقة بحماية المستهلك

على الرغم من أن منظمة التجارة العالمية ليست جهة متخصصة بحماية المستهلك، فإن اتفاقياتها تؤثر مباشرة على سلامة المستهلك وجودة المنتجات.

اتفاقية العوائق الفنية أمام التجار TBT-Technical Barriers to Trade

هي إحدى اتفاقيات منظمة التجارة العالمية (WTO) التي تهدف إلى ضمان ألا تتحول المعايير الفنية واللوائح وإجراءات تقييم المطابقة في الدول إلى عوائق غير ضرورية أمام التجارة الدولية، مع السماح للدول في الوقت نفسه بحماية صحة وسلامة المستهلك والبيئة، من خلال تنظيم كل ما يتعلق بـ:

- المعايير الفنية للسلع (Technical Regulations)
- المواصفات القياسية (Standards)
- إجراءات التحقق من المطابقة (Conformity Assessment Procedures) مثل: الفحص، الاختبار، التفتيش، الشهادات، العلامات التجارية، التغليف، الملصقات، وغيرها.

أهم مبادئ اتفاقية TBT

1. عدم التمييز، بفرض معايير تميّز بين المنتجات المحلية والمستوردة.
2. الحد من العوائق غير الضرورية، إلا أن تكون اللوائح الفنية ضرورية لتحقيق هدف مشروع وليس لعرقلة التجارة. مثل:
 - حماية المستهلك
 - الصحة والسلامة
 - حماية البيئة
 - الأمن الوطني
3. الاعتماد على المعايير الدولية، مثل ISO وCodex لتسهيل التجارة.
4. الشفافية، من خلال قيام الدول بـ:
 - نشر اللوائح الفنية الجديدة
 - إعلام الدول الأخرى قبل تطبيقها
 - السماح بالتعليق عليها
 - إنشاء «نقطة اتصال» وطنية (Enquiry Point)
5. الاعتراف المتبادل بإجراءات المطابقة. تشجع الدول على قبول نتائج الاختبارات أو الشهادات الصادرة في الدول الأخرى، ما يقلل التكاليف ويُسهّل التجارة.

اتفاقية تدابير الصحة والصحة النباتية - (SPS - Sanitary and Phytosanitary Measures Agreement)

هي اتفاقية تختص بتنظيم الإجراءات الصحية والصحة النباتية التي تفرضها الدول لحماية صحة الإنسان والحيوان والنبات. من خلال وضع إجراءات مثل:

- الفحص الصحي
- متطلبات الشهادات الصحية
- الحجر الزراعي أو الحيواني
- الاختبارات المخبرية
- قيود الاستيراد بسبب انتشار أمراض

يُشترط أن تكون هذه الإجراءات مبنية على أسس علمية، غير تمييزية، متناسبة مع مستوى الحماية المطلوب، غير مصممة لعرقلة التجارة.

تشمل إجراءات على:

الإجراءات الصحية (Sanitary) لحماية صحة الإنسان والحيوان من مخاطر مثل:

- البكتيريا (السالمونيلا - الإشريكية القولونية)
- الفيروسات (إنفلونزا الطيور)
- الهرمونات والمضادات الحيوية
- المبيدات في الأغذية

إجراءات الصحة النباتية (Phytosanitary) لحماية النباتات والمحاصيل من:

- الآفات
- الحشرات
- الأمراض النباتية
- بذور الأعشاب الضارة

أهم مبادئ اتفاقية SPS

1. الأساس العلمي (Scientific Basis)، فلا يجوز فرض أي قيود صحية دون مبرر علمي أو تقييم مخاطر.
 2. تقييم المخاطر (Risk Assessment)، من خلال تحليل المخاطر وتحديد مستوى الحماية بناءً على الأدلة العلمية.
 3. عدم التمييز، يجب تطبيق نفس القواعد على المنتجات المحلية والمستوردة دون تفرقة.
 4. الشفافية، الدول مُلزمة بإبلاغ الدول الأخرى بأي قوانين صحية جديدة قبل تطبيقها.
- الالتزام بالمعايير الدولية، مثل Codex Alimentarius لسلامة الغذاء، OIE لصحة الحيوان، IPPC للصحة النباتية. وإذا استخدمت دولة معياراً أقوى من الدولي، يجب تبريره علمياً.

اتفاقية حقوق الملكية الفكرية (TRIPS-Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)

ترتبط بشكل غير مباشر بحماية المستهلك من خلال:

- حماية العلامات التجارية من التزوير.
 - ضمان معرفة المستهلك المنتجات الأصلية من المغشوشة.
 - مكافحة المنتجات الدوائية والمغذية المقلدة التي تهدد الصحة.
- تُعرف بأنها اتفاقية دولية ضمن منظمة التجارة العالمية (WTO) تُنظم الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية. تُعد TRIPS واحدة من أهم اتفاقيات المنظمة لأنها تُحدد القواعد التي يجب أن تلتزم بها الدول في حماية وإدارة حقوق الملكية الفكرية، وتشمل:

- حقوق التوزيع والنشر
- العلامات التجارية
- التصاميم الصناعية
- المؤشرات الجغرافية
- براءات الاختراع
- حقوق المؤلف
- حماية برامج الكمبيوتر
- الأسرار التجارية

وتهدف الاتفاقية إلى خلق توازن بين: حقوق المبتكرين والمخترعين، وحق المجتمع في الوصول للمعرفة والمنتجات (مثل الأدوية).

أهم بنود اتفاقية TRIPS

- حماية حقوق النشر والتأليف: تضمن حماية الأعمال الأدبية والفنية (كتب، برامج حاسوب، موسيقى...).
- حماية براءات الاختراع، تمتد عادة لمدة 20 سنة، وتشمل الاختراعات التقنية والصناعية، بما في ذلك الأدوية.
- حماية العلامات التجارية، حماية الأسماء التجارية، الشعارات، الرموز، لمنع التزوير والغش.
- المؤشرات الجغرافية (GI)، تحمي المنتجات المرتبطة بمنطقة جغرافية محددة، مثل: ماء زمزم، جبنة بارميزان، أرز بسمتي.
- مكافحة القرصنة والتقليد، تُلزم الدول بفرض قوانين فعّالة لمنع التزوير والبضائع المقلدة.
- المرونة (Flexibilities)، خاصة في مجال الأدوية، وتشمل:
- الترخيص الإجباري (Compulsory licensing)
- الاستيراد الموازي، للسماح للدول بالحصول على أدوية بأسعار مناسبة خلال الأزمات والصحة العامة.

أهداف اتفاقية TRIPS

- حماية الابتكار العالمي.
- دعم المؤسسات والمبدعين.
- ضمان أنظمة قانونية عادلة وشفافة.
- تقليل الغش التجاري والتقليد.
- تعزيز التجارة الدولية والاستثمار.

اتفاقية الجات – GATT General Agreement on Tariffs and Trade (الاتفاقية العامة للتعرفة الجمركية والتجارة)

هي اتفاقية دولية أبرمت عام 1947 لتنظيم التجارة في السلع، وكانت الأساس الذي قامت عليه منظمة التجارة العالمية لاحقًا.

أهدافها الأساسية:

- خفض الرسوم الجمركية على السلع.
- إزالة القيود التجارية غير الضرورية.
- تحرير التجارة الدولية للسلع.
- تشجيع المنافسة ومنع التمييز بين الدول.

اتفاقية الخدمات – GATS General Agreement on Trade in Services (الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات)

هي اتفاقية دولية اعتمدت عام 1995 تحت مظلة منظمة التجارة العالمية لتنظيم التجارة في الخدمات.

أهدافها الأساسية:

- تحرير تجارة الخدمات بين الدول.
- تعزيز المنافسة العادلة.
- السماح بالوصول إلى أسواق الخدمات تدريجيًا.
- توفير إطار قانوني شفاف للتعاملات الخدمية.

أنواع الخدمات التي تغطيها؟

تشمل كل القطاعات الخدمية تقريبًا، مثل: (الاتصالات، النقل والطيران، التعليم، البنوك والتأمين، الصحة، السياحة، الخدمات المهنية (استشارات - محاماة - هندسة)، التجارة الإلكترونية، وغيرها)

المبادئ الأساسية:

- تحرير تدريجي لأسواق الخدمات
- عدم التمييز في المعاملة التجارية
- الدولة الأولى بالرعاية (Most Favoured Nation - MFN): معاملة جميع الدول تجاريًا بالمثل.
- المعاملة الوطنية: معاملة المنتجات المستوردة مثل المحلية بعد دخولها الدولة.
- الشفافية: توضيح السياسات الجمركية واللوائح.
- تقليل الحواجز الجمركية والكمية.

الباب الرابع: موثيق ومنظمات دولية داعمة لحماية المستهلك

أولاً: المعايير الغذائية الدولية Codex Alimentarius

هو مجموعة من المعايير، والإرشادات، والتوصيات الدولية المتعلقة بالغذاء، أنشئت من قبل منظمة الأغذية والزراعة (FAO) ومنظمة الصحة العالمية (WHO) عام 1963. ويُستخدم كمرجع دولي لسلامة الغذاء وجودته ومعياري أساسي في التجارة الدولية للأغذية، كما تعتمد عليه اتفاقيات عند وضع اللوائح الوطنية مثل:

اتفاقية WTO: (World Trade Organization Agreement) اتفاقية منظمة التجارة العالمية

اتفاقية SPS: (Sanitary and Phytosanitary Measures Agreement) اتفاقية الإجراءات الصحية والصحة النباتية

اتفاقية TBT: (Technical Barriers to Trade) اتفاقية العوائق الفنية أمام التجارة

تهدف إلى ضمان، سلامة الغذاء، وجودة الغذاء، وتسهيل التجارة الدولية للمنتجات الغذائية.

أهم وظائفه:

1. تحديد المعايير الغذائية: للمواد الغذائية، طرق التحضير، التعبئة، التخزين، الملصقات، والمواد المضافة.
2. حماية صحة المستهلك: منع المخاطر البيولوجية والكيميائية والفيزيائية في الأغذية.
3. تسهيل التجارة الدولية: وضع مرجع موحد للمنتجات الغذائية بين الدول.
4. تقديم إرشادات علمية: بشأن الحد الأقصى للمبيدات، بقايا الأدوية، السموم، والملوثات.

ثانياً: OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) منظمة التعاون الاقتصادي

والتنمية

هي منظمة دولية تضم 38 دولة تقريباً، وتهدف إلى تعزيز السياسات التي تحسّن الرفاه الاقتصادي والاجتماعي للمواطنين. أهدافها الرئيسية:

1. تحليل السياسات الاقتصادية والاجتماعية: من خلال تقديم توصيات للدول حول كيفية تحسين النمو الاقتصادي والوظائف وجودة الحياة.
2. تشجيع التجارة والاستثمار الدولي: حيث إنها تطور معايير موحدة وسياسات تدعم الاقتصاد العالمي.
3. تبادل المعرفة والخبرات: من خلال تمكين الدول من تعلم أفضل الممارسات في مجالات مثل التعليم، والصحة، والبيئة، والابتكار.
4. تطوير المعايير الدولية: مثل المعايير المتعلقة بحماية المستهلك، والضرائب، والشركات متعددة الجنسيات، ومكافحة الفساد، والاستدامة.
5. دعم الشفافية والحوكمة الرشيدة: وضع أدوات تساعد الحكومات على تحسين الإدارة العامة ومكافحة الفساد.

علاقة OECD بحماية المستهلك

- إصدار توصيات ومعايير دولية لحماية المستهلكين من السلع والخدمات غير الآمنة أو الغش التجاري.
- تقديم إحصاءات وأبحاث حول سلوك المستهلكين وسلامة المنتجات.
- دعم سياسات التثقيف المالي وحماية المستهلك على المستوى الدولي.

ثالثاً: منظمة الإنتربول - عمليات مكافحة الغش الغذائي

الإنتربول يساهم في حماية المستهلك عبر مكافحة الجرائم المنظمة والتزوير الدولي، ما يضمن وصول منتجات آمنة وموثوقة إلى الأسواق. وظيفتها لحماية المستهلك، تسهيل التعاون الدولي لمكافحة الجرائم العابرة للحدود التي تؤثر على المستهلك، مثل:

- المنتجات المقلدة والمزيفة (مثال)
- الغش التجاري والاحتيال عبر الإنترنت.
- المنتجات غير الآمنة أو الضارة بالصحة.
- تنسق عمليات التحقيق والمداهمات الدولية لتأمين الأسواق وحماية المستهلك.
- تصدر تنبيهات دولية (مثل النشرات الحمراء والزرقاء) لتعقب المجرمين والمحتالين في التجارة.

الباب الخامس: أهمية هذه المعايير للدول

تستفيد الدول من هذه المعايير من خلال:

- تطوير تشريعات وطنية متوافقة مع الممارسات الدولية.
- تحسين جودة المنتجات والخدمات.
- تعزيز ثقة المستهلك بالأسواق.
- دعم التجارة الدولية الآمنة والسليمة.
- تعزيز حماية المستهلك في الاقتصاد الرقمي.

تشكل المواثيق والمعايير الدولية الخاصة بحماية المستهلك، إلى جانب القواعد الأساسية لمنظمة التجارة العالمية، منظومة متكاملة تهدف إلى تحقيق التوازن بين تحرير التجارة وضمان سلامة المستهلك. وتوفر هذه الأدوات إطارًا مرجعيًا للدول لتطوير سياساتها الوطنية وفق أفضل الممارسات الدولية، الأمر الذي يساهم في خلق بيئة اقتصادية عادلة وآمنة للمستهلكين.

الفصل الثاني

مقارنة سياسة حماية
المستهلك في قطر بأفضل
الممارسات الدولية

الفصل الثاني: مقارنة سياسة حماية المستهلك في قطر بأفضل الممارسات الدولية

بناءً على ما تستند عليه الدول قيد الدراسة والمقارنة من تشريعات تنظيمية تتفق كل منها على المبادئ الأساسية وهي كالتالي:

- حظر الممارسات غير العادلة والمضلة.
- تقديم ضمانات شاملة للمنتجات والخدمات.
- ضمان حقوق المستهلك في الاسترجاع والإرجاع ضمن فترة معينة.
- إنشاء كيانات مستقلة لمراقبة حماية المستهلك.
- التزام كل من المزود والمستهلك بواجباته وحقوقه المشروعة.

اختيار الدول أعتد على معايير المقارنة التالية:

المقارنة الإقليمية: تشابه البيئة الاقتصادية والقوانين.

- الإمارات العربية المتحدة الأفضل خليجياً في حماية المستهلك، لديها منظومة إلكترونية متقدمة.
- السعودية لديها قانون حديث (2023) وتطور كبير في التجارة الإلكترونية.
- عُمان تمتلك قانوناً قوياً وتجربة فعالة في ضبط الأسواق.

المقارنة مع أفضل الممارسات الدولية عالية المستوى:

- الاتحاد الأوروبي (EU) الأعلى عالمياً في حماية المستهلك، خاصة (ألمانيا، هولندا، السويد) حيث لديهم أقوى أطر تشريعية وتنظيمية.
- سنغافورة بيئة تنظيمية متقدمة جداً ومماثلة لقطر من حيث حجم الاقتصاد والتنظيم.
- أستراليا (ACCC) واحدة من أقوى الجهات في إنفاذ القانون.
- كندا نموذج ممتاز في آليات سحب المنتجات والتسوية والخدمات الرقمية.

للمقارنة مع دول لديها نماذج قابلة للتطبيق

- كوريا الجنوبية: لديها تقنية حديثة متقدمة جداً في حماية المستهلك الرقمي.
- اليابان: تُمثل نموذجاً متقدماً في الحوكمة المؤسسية لحماية المستهلك، يعتمد على الوقاية المسبقة والتثقيف المجتمعي والتنسيق متعدد الجهات، في ظل نظام إداري مركزي مشابه من حيث الهيكل العام.

الباب الأول: الإطار التشريعي والتنظيمي

تحليل قانون حماية المستهلك القطري (قانون رقم 8 لسنة 2008 وتعديلاته).

يمكن قياس تأثير المعايير الدولية على مفاهيم ومبادئ حماية المستهلك في قطر، من خلال تتبع التغييرات والتشريعات الخاصة منذ سنة 1999م وحتى الآن، وكما نرى في الجدول التالي الخط الزمني لأهم المحطات التشريعية في قانون حماية المستهلك:

ملاحظة	السنة	القرار
كان القانون السابق يعالج بعض قضايا الغش التجاري التعديل (إطار أشمل لحماية حقوق المستهلك).	1999	قانون رقم 2 بشأن مكافحة الغش في المعاملات التجارية
أقرّ قانون شامل يخص حماية المستهلك (الحقوق، والتزامات المُزوّد، والعقوبات) ألغى قانون 9991، ووفر إطار قانوني متطور.	2008	قانون رقم 8 بشأن حماية المستهلك
عدّل بعض مواد القانون الأصلي المادة (01-81-22) التعديل كان أول محاولة لتحديث القانون وتعزيزه.	2011	مرسوم رقم 14 تعديل بعض أحكام قانون 8/2008
وضّح آليات تطبيق القانون: كيفية التعامل مع السلع المعيبة، وآليات الاسترجاع أو الاستبدال، ومعايير الفوترة، والمعلومات الواجب توافرها على السلعة أو الخدمة، إلخ. أي أصبح، يكتمل ويحدّد نطاق تطبيق القانون.	2012	قرار وزاري رقم 68 إصدار اللائحة التنفيذية للقانون 8/2008
توضيح إليه الإغلاق ونشر قرار الإغلاق. يعكس رغبة في تحديث التشريع وربطه بالتطورات الاقتصادية والاجتماعية في قطر.	2018	قانون رقم 7 تعديل بعض أحكام قانون 8/2008

مقارنة الإطار التشريعي والتنظيمي في قطر والدول المُقارنة

قطر: قانون حماية المستهلك رقم 8 لسنة 2008 ولائحته التنفيذية- تنفذه وزارة التجارة والصناعة.

الإمارات: قانون اتحادي رقم (15) لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك، وتنفذه وزارة الاقتصاد.

السعودية: دليل حقوق وواجبات المستهلك، تنفذه وزارة التجارة.

عمان: قرار رقم 77 / 2017 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، تنفذه الهيئة العامة لحماية المستهلك.

سنغافورة: القانون رقم 31 لعام 2022 (Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA))، تنفذه الجهة التنظيمية/الإشرافية الرئيسية على قانون حماية المستهلك في سنغافورة وهي Competition and Consumer Commission of Singapore (CCCS)

ألمانيا: لا يوجد قانون حماية مستهلك واحد موحد، بل توجد عدة قوانين تنظم جوانب حماية المستهلك، وزارة العدل وحماية المستهلك الفيدرالية، مسؤولة عن صياغة السياسات والإشراف على عدد من الجهات والمؤسسات، حكومية وغير حكومية، تشارك في حماية المستهلك، بحسب طبيعة القضية

أستراليا: Australian Consumer Law (ACL) القانون الأسترالي للمستهلك، تنفذه Australian Competition and Consumer Commission (ACCC).

كندا: تشريعات فدرالية، وقوانين على مستوى المقاطعات حسب نوع النشاط، الجهات الإشرافية متعددة: بعض الجهات فدرالية، وبعضها في المقاطعات، بالإضافة إلى جهات حكومية ومدنية، حسب طبيعة المشكلة أو النشاط التجاري، من القوانين الأساسية المعمول بها:

1. Canada Consumer Product Safety Act (CCPSA)

يحمي المستهلك من المنتجات غير الآمنة (مثل الألعاب والأجهزة المنزلية).
الجهة المسؤولة: Health Canada. مسؤول عن سلامة المنتجات وسحب المنتجات (recalls).

2. Consumer Packaging and Labelling Act (CPLA)

ينظم صحة المعلومات على أغلفة المنتجات المعبأة مسبقاً ويمنع التضليل.
الجهة المسؤولة: Competition Bureau. مسؤول عن الإعلانات المضللة والممارسات التجارية غير العادلة.

3. قوانين المقاطعات (Provincial Consumer Protection Acts)

تنظم العقود التجارية، الإعلانات، حقوق الإرجاع، وحماية المستهلك في كل مقاطعة.
مثال: Quebec Consumer Protection Act قانون حماية المستهلك في كيبك

كوريا الجنوبية: يتم العمل بقانون حماية المستهلك «الكوري، بالإضافة إلى تشريعات متخصصة تنظم جوانب معينة كما يلي:

1. القانون الأساسي للمستهلك Framework Act on Consumers

الجهة المنفذة: Korea Fair Trade Commission (KFTC)، وKorea Consumer Agency (KCA)

2. قانون حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية Act on Consumer Protection in Electronic Commerce

الجهة المنفذة: Korea Fair Trade Commission (KFTC)

3. قانون وضع العلامات والإعلانات العادلة. Act on Fair Labeling and Advertising.

الجهة المنفذة: Korea Fair Trade Commission (KFTC).

4. قانون مسؤولية المنتج Product Liability Act.

الجهة المنفذة (Ministry of Justice (MOJ)، بدعم من Korea Consumer Agency (KCA) في تسوية النزاعات.

5. قانون المبيعات عبر الزيارة المباشرة Door-to-Door Sales Act.

الجهة المنفذة، Korea Fair Trade Commission (KFTC).

6. قانون البيع بالتقسيط Installment Transactions Act.

الجهة المنفذة، Korea Fair Trade Commission (KFTC).

اليابان، تُغطي القوانين جوانب متنوعة لحماية المستهلك في السوق وتقوم به جهات محددته كما هو موضح:

1. قانون عقود المستهلك (Consumer Contract Act)، ينظم العقود بين المستهلكين

والشركات، تقوم على تنفيذه، وكالة شؤون المستهلك (Consumer Affairs Agency)

2. قانون مسؤولية المنتج (Product Liability Act)، يفرض مسؤولية صارمة على المصنع أو المستورد عن

أضرار المنتج المعيب، حتى بدون إثبات الإهمال، ينفذه القضاء الياباني والجهات الرقابية حسب الحالة.

3. قانون سلامة المنتجات الاستهلاكية Consumer Product Safety Act، يُعنى بسلامة

المنتجات الاستهلاكية، من منع المنتجات الخطرة، وتصنيفها، وتنظيم الملصقات، والتحذيرات.

تنفذه وزارة الاقتصاد والتجارة والصناعة The Ministry of Economy, Trade and Industry

4. قانون المعاملات التجارية المحددة Act on Specified Commercial Transactions. ينظم

أنواع معينة من المعاملات التجارية: البيع عن بعد، البيع بالتقسيط، المبيعات الترويجية،

البيع من الباب إلى الباب. تنفذه وكالة شؤون المستهلك (Consumer Affairs Agency).

5. القانون الأساسي لسياسات حماية المستهلك Basic Act on Consumer Policies. الإطار العام

لسياسات حماية المستهلك، تحديد مسؤوليات الدولة، الشركات، والحكومات المحلية. تقوم به

الحكومة، ووكالة شؤون المستهلك (Consumer Affairs Agency).

6. تشريعات خاصة لسلامة المنتجات المنزلية أو الكهربائية أو الغذائية Specialized Safety Regulations for Home, Electrical, or Food Products. حماية المستهلك في مجالات متخصصة تنفذه وزارة الاقتصاد والتجارة والصناعة The Ministry of Economy, Trade and Industry، ووزارة الصحة، وجهات متخصصة أخرى حسب نوع المنتج.

آليات الرقابة والتفتيش على الأسواق

بالحديث عن مقارنة الفروق في دور المفتشين وآليات الرصد المعمول بها، والأدوات التقنية المستخدمة من أنظمة الإبلاغ الإلكتروني، والذكاء الاصطناعي، وتتبع السلع وبالتالي سرعة التعامل مع البلاغات. نلاحظ بعض الفروق بين قطر والدول قيد المقارنة وهي كالتالي:
الوضع في قطر، آليات الرقابة الحالية تقوم بها وزارة التجارة والصناعة. من خلال حملات تفتيش ميدانية على الأسواق والمحال، وتلقى شكاوى المواطنين وتوفير خدمات إلكترونية للأبلاغ والمتابعة.

الدول قيد المقارنة:

اليابان، آلية عمل متعددة الجهات تشغلان نظام مراقبة سلامة المنتجات (اختبارات، سحب واستدعاء، إرشادات للشركات)، مع إجراءات استباقية للتصنيف والاختبار للسلع الخطرة، إضافة إلى التركيز على معايير تقنية ومختبرات معتمدة.

كوريا الجنوبية، الرقابة النشطة تتضمن حملات فحص للسوق، مراقبة التجارة الإلكترونية، اتفاقيات طوعية مع منصات التجارة الإلكترونية لإزالة السلع الخطرة فوراً، وإجراءات سريعة لاستدعاء المنتجات وخطوط بلاغ إلكترونية. مثال: اتفاقية KFTC مع AliExpress و Temu لتعزيز السلامة.

كندا تنهج نموذج مختلط، مسؤولة عن سلامة المنتجات الاستهلاكية الفعلية ويتابع الممارسات المضللة، وكلاهما يستخدمان حملات ميدانية، سحب عينات، واختبارها ونشر نتائج ومذكرات استدعاء.

أستراليا، تتبع الهيئات سياسة إنفاذ واضحة للأمن الرقمي وسلامة المنتجات، الأولوية لعمليات التفتيش المستهدفة كما وتعمل على نشر نتائج التحقيقات، واستخدام أدوات قانونية لفرض غرامات كبيرة ألمانيا / الاتحاد الأوروبي، لديها شبكة مراقبة سوق قوية، مع نظام إنذار وتنسيق، يعتمد على اختبارات مخبرية معيارية، ونظام رقابي متكامل لاعتبار المنتج (غير آمن) ومصادرته من السوق.

سنغافورة، تُقدم نموذج مركزي وعملي وتشريعات تدعم تحقيق الاسترداد، وآليات تسوية سريعة، ومتطلبات تسجيل ووسم لبعض السلع (SAFETY Mark)

السعودية، تفعل إحصاءات زيارات تفتيشية.

عُمان، تقوم بنشر نتائج عمليات التفتيش بشكل مستمر وبكل شفافية.

الشفافية والإفصاح

أنواع الإفصاح الشائعة

- لوحات بيانات تفاعلية (Dashboards) لبلاغات وسجلات سلامة المنتجات ونتائج التفتيش.
- قوائم الاستدعاءات (recall lists) منشورة وموثوقة (بحث/اشتراك/تنبيهات للمستهلكين).
- تقارير إنفاذيه (compliance reports) تعرض عمليات التفتيش، عينات الاختبار، نتائج المطابقة، والإجراءات المتخذة.
- إحصاءات زيارات التفتيش ونتائجها عدد الزيارات، مخالفات تم ضبطها، مصادرات، غرامات.
- قنوات بلاغ/شكوى إلكترونية علنية تسمح للمستهلك بمتابعة حالة الشكوى/البلاغ.

أما بالنسبة للفروق من حيث الشفافية والإفصاح بين قطر والدول قيد المقارنة نرى التالي:

الوضع في قطر، يُلزم القانون الموردين بتقديم معلومات واضحة حول المنتجات والخدمات، مثل الأسعار والمكونات وتاريخ الانتهاء، ويفرض عقوبات على عدم الإفصاح أو تقديم معلومات مضللة. كما يُلزم القانون المزود بضرورة الإفصاح عن العيوب المصنعية فور العلم بها، ونشرها. وهو ما تتفق عليه جميع الدول بحسب قوانين حماية المستهلك. إلا أننا هنا بصدد مقارنة الشفافية والإفصاح عن نتائج العمليات الإدارية، من تفتيش وسحب عينات، وغيرها.

أفضل الممارسات حسب كل دولة

أستراليا — ACCC / Product Safety ما يُنشر: قائمة استدعاءات قابلة للبحث، مع نصائح للمستهلكين وإمكانية الاشتراك في التنبيهات؛ معلومات عن المعايير الإلزامية والمنتجات الممنوعة.

اليابان أنظمة تعمل محلياً فقط لنشر تذكير/استدعاء مركزي للمنتجات، إضافة إلى عرض معلومات حول إجراءات الاسترجاع والإصلاح.

كوريا الجنوبية تنشر تحذيرات استدعاء، نشر حالات سلامة، وإعلانات حملات تفتيش.

الإمارات، تقوم بنشر إحصائيات ربع سنوية لشكاوى المستهلكين، إحصائيات استدعاء واسترجاع المنتجات.

السعودية، تقوم بنشر تقارير إحصاءات الحملات التفتيشية، نشر نتائج الضبط (سحب عينات، مخالفات).

عُمان، يتم نشر استدعاءات وتحذيرات محلية وعالمية، إضافة إلى نشر حصيلة الاستدعاءات للمركبات والسلع المعيبة.

قطر تم نشر نتائج حملات التفتيش من مخالفات لمواد قانون حماية المستهلك رقم 8 لسنة 2008.

آليات الشكاوى وتسوية النزاعات

الجدول التالي يوضح الدول قيد المقارنة وما توفره من قنوات تقديم شكوى للمستهلكين ومتوسط السرعة لمعالجة تلك الشكاوى:

الدولة	قنوات تقديم الشكاوى	سرعة معالجة الشكاوى بالأيام
قطر	هاتف - موقع - تطبيق	5-3
اليابان	هاتف - موقع - منصات متخصصة ¹	3-1
كوريا الجنوبية	هاتف - موقع - منصة اجتماعية ²	2-1
كندا	هاتف - موقع - نموذج متقدم ³	10-5
استراليا	هاتف - موقع - بوابة موحدة ⁴	7-3
ألمانيا	هاتف - مراكز حماية المستهلك	15-5
سنغافورة	هاتف - موقع - منصة	4-2
السعودية	هاتف - موقع - تطبيق (بلاغ تجاري)	3-1
الإمارات	هاتف - موقع - تطبيق (مستهلك)	3-1
عمان	هاتف - موقع - تطبيق	7-3

¹ خاصة بمجال معين فقط

² تجمع معلومات وخدمات المستهلك في موقع واحد

³ نموذج ذكي متعدد الوظائف لتقديم الشكاوى

⁴ منصة وطنية تربط كل الجهات الحكومية

سلامة المنتجات وإدارة المخاطر

يبين الجدول التالي الإجراءات المتبعة عند اكتشاف منتجات مخالفة أو سحب عينات، ومستوى التعاون مع الجهات الخارجية:

الدولة	الإجراء المتبع	الجهات المتعاونة
قطر	سحب فوري ونشر تنبيهات على حساب حماية المستهلك وغرامات وجولات تفتيش مشتركة.	تعاون جيد بين: التجارة والصحة والبلدية والجمارك، ولكن ليس دائمًا عبر منصة موحدة.
اليابان	بروتوكول وطني صارم، وتحليل مخاطر، ونشر فوري على بوابة recalls، وإلزام المصنع ببيان عام.	تعاون عالٍ عبر نظام مركزي بين وزارة الصحة والجمارك، المحافظات.
كوريا الجنوبية	نظام سحب سريع RAPEX-KR، ونشر على Consumer24، وتصعيد تلقائي حسب خطورة المنتج.	تعاون ممتاز بين CTFK والجمارك والصحة والمنصات الإلكترونية الخاصة.
كندا	آلية رسمية للسحب، تقارير إلزامية، نشر على Recalls Canada، وتقييم مخاطر قبل السحب وبعده.	تعاون منظم جدًا عبر adanaC htlaeH والجمارك والهيئات الإقليمية.
استراليا	نظام Product Safety Australia، تقييم مخاطر، إعلان عام خلال 48 ساعة، إلزام المورد بالإجراءات التصحيحية.	تعاون قوي على مستوى اتحادي بين CCCA، والصحة، وسلطات الولايات.
ألمانيا	نظام أوروبي موحد Safety Gate، إنذار سريع، سحب إلزامي، إجراءات قانونية على المورد.	تعاون كامل تحت إطار الاتحاد الأوروبي مع الجمارك والصحة وسلطات الولايات.
سنغافورة	إجراءات فورية للسحب، تحليل مخاطر، كشف عام، متابعة المورد لمدة 12 شهرًا.	تعاون عالٍ بين CASE، والجمارك، وهيئة سلامة الأغذية، والبلديات.
السعودية	منصة متقدمة، نشر الاستدعاءات، إلزام المورد بالإعلان عبر 3 وسائل، غرامات مشددة.	تعاون ممتاز بين وزارة التجارة، والجمارك، والغذاء والدواء، والبلدية.
الإمارات	بوابة الاستدعاء، فحص دوري، سحب فوري عند عدم المطابقة.	تعاون متكامل بين الاقتصاد، والجمارك، والصحة، والبلدية عبر منصة موحدة.
عمان	سحب المنتجات، ونشر الاستدعاء عبر الإعلام والمنصات الرسمية، وتقييم مخاطر، وتفتيش مفاجئ.	تعاون جيد لكنه لا يزال "متفرقًا" بين الجمارك، والتجارة والصحة

تنظيم التجارة الإلكترونية

كلّ الدول في العيّنة لديها إطار قانوني أو لائحة واضحة تحكم التجارة الإلكترونية وبعض الدول كـ اليابان، وكوريا، وسنغافورة، وأستراليا، وكندا، والاتحاد الأوروبي/ألمانيا، تمتلك تشريعات مفضّلة للغاية تتناول حقوق المستهلك عبر الإنترنت، وحماية البيانات، وواجبات المنصات، والبايعين.

الدولة	قانون التجارة الإلكترونية	الجهة المنفذة
قطر	مرسوم بقانون رقم (16) لسنة 2010 بإصدار قانون <u>المعاملات والتجارة الإلكترونية</u>	<ul style="list-style-type: none"> المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزارة التجارة والصناعة - حماية المستهلك
اليابان	<u>Act on Specified Commercial Transactions Act No. 57 of 1976</u>	<ul style="list-style-type: none"> Ministry of Economy, Trade & Industry Consumer Affairs Agency
كوريا الجنوبية	<u>ACT ON CONSUMER PROTECTION IN ELECTRONIC COMMERCE</u>	<ul style="list-style-type: none"> Korea Fair Trade Commission (KFTC) Korea Consumer Agency (KCA)
كندا	<u>Personal Information Protection and Electronic Documents Act</u>	<ul style="list-style-type: none"> Innovation, Science and Economic Development Canada Privacy Commissioner Competition Bureau
أستراليا	<u>Buying Online</u>	<ul style="list-style-type: none"> Australian Competition & Consumer Commission (ACCC) السلطات الحكومية للولايات
ألمانيا/الاتحاد الأوروبي	<u>e-Commerce Directive</u>	<ul style="list-style-type: none"> European Commission الجهات الوطنية (وزارات الاقتصاد/السلطات المحلية).
سنغافورة	<u>The Electronic Transactions Act 2010</u>	<ul style="list-style-type: none"> (IMDA (Electronic Transactions (CASE (Consumer Protection (PDPC (Privacy
السعودية	<u>E-commerce Sector Authorities, Regulations and-Laws in Saudi Arabia</u>	<ul style="list-style-type: none"> (Ministry of Commerce (MoC جهات تقنية/مالية وجمارك.
الإمارات	مرسوم بقانون اتحادي رقم (14) لسنة 2023 في شأن <u>التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة</u>	<ul style="list-style-type: none"> (Ministry of Economy & Tourism (MOET جهات اتحادية/محلية وتنظيم الاتصالات.
عمان	وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار: قرار وزاري رقم 2023 / 499 بإصدار <u>اللائحة التنظيمية للتجارة الإلكترونية</u>	<ul style="list-style-type: none"> Ministry of Commerce, Industry & Investment Promotion (MoCIIP Consumer Protection Authority الجمارك

حملات التوعية والتعليم والتواصل مع المستهلك

من خلال المقارنة بين الدول قيد الدراسة واسلوبها المتبع في توعية المستهلك، اتضح التالي: **قطر**، تقوم بعمل ورش تعليمية لحقوق المستهلك في اليوم العالمي لحقوق المستهلك، وورش توعوية في المدارس للنشأ. أما **عُمان**، تقوم بحملات ميدانية في خريف 2025، تستغل المناسبات والفعاليات في الدولة. **المملكة العربية السعودية** تقوم بفعاليات وورش توعوية في أسبوع المستهلك الخليجي في كل عام. وبالنسبة **للأمارات**، فهي تُقدم برامج التوعية والخطط الإعلامية لتوعية المستهلك بشكل مستمر. وفي **اليابان**، يتم الاحتفال في كل سنة بيوم المستهلك. أما باقي الدول، **كندا، وأستراليا، وألمانيا، وسنغافورة**، فهم يمتلكون برامج ومواد تعليمية توعوية مستمرة لحماية المستهلك. مع الأخذ في الحسبان نقص المعلومات الشاملة لعدد الفعاليات المُقامة في هذا الشأن في اغلب الدول قيد المقارنة، نلاحظ مجهودات الدول في استغلال الموارد المتوافرة والتكنولوجيا في نشر الوعي بين المستهلكين.

الحوكمة والتعاون المؤسسي

يختلف نموذج الحوكمة في حماية المستهلك بين الدول ذات النظام المركزي والدول ذات النظام الفدرالي؛ إذ تعتمد الأولى على جهة وطنية واحدة تتولى وضع السياسات وتنفيذها بالتنسيق مع الوزارات القطاعية، كما هو الحال في اليابان وقطر، بينما تقوم الدول الفدرالية مثل أستراليا وكندا على توزيع الصلاحيات بين مستوى اتحادي يضع الإطار العام ومستويات محلية تتولى التنفيذ، ما يعزز المرونة لكنه يتطلب تنسيقاً مؤسسياً عالياً. ويؤثر هذا الاختلاف بشكل مباشر على سرعة اتخاذ القرار، وتوحيد المعايير، وفعالية إنفاذ قوانين حماية المستهلك.

نموذج مركزي مقابل فدرالي:

- حكومات مركزية (سنغافورة، الإمارات، السعودية، قطر، عمان، اليابان، كوريا)
- دول فدرالية (أستراليا، كندا، ألمانيا)

التعاون القطاعي شائع: الجهات المسؤولة تعمل عادةً مع وزارات القطاع (الصحة، الصناعة، النقل، الاتصالات) ومنظمات السوق (الجهات المالية، رقابة الدواء) عند الحاجة لسحب منتجات أو إنفاذ قوانين السلامة.

التعاون الدولي/الإقليمي: توجد آليات تبادل خبرات واتفاقيات ثنائية/متعددة، في دول الخليج مثلاً تتعاون عبر لجان GCC، مشاركة في الأسبوع العربي لحماية المستهلك، لتعزيز إنفاذ حقوق المستهلك عبر الحدود.

مؤشرات الأداء وقياس الأثر

قطر والإمارات لديهما بيانات شكاوى منشورة رسميًا (عدد الشكاوى ومعدلات حلّها في بعض القطاعات مثل الاتصالات في قطر).

دول أخرى تملك أنظمة إحصاء وإنفاذ لكنها غالبًا لا تنشر بيانات عدد الشكاوى + معدل الرضا + سرعة الاستجابة في مكان واحد كقاعدة مفتوحة للجمهور.

أما بالنسبة لـ اليابان: لديها تقارير حكومية تُنشر بشكل سنوي عن إجمالي عدد الاستشارات، والشكاوى الواردة عن الدفع عند الاستلام أو أعلى الشكاوى تقييماً، وتنشر أيضاً تقارير شكاوى السياح، كما وانهم يقيسون مؤشر ثقة المستهلك في اليابان.

الباب الثاني: الفروقات الجوهرية بين قطر وهذه الدول

مقارنة بين كوريا الجنوبية وبين النظام المطبق في قطر بخصوص مسؤولية المنتج:

قانون كوريا يقوم على مبدأ المسؤولية الصارمة (Strict Liability)

لا يحتاج المستهلك إلى إثبات الإهمال أو الخطأ من المصنع، يكفي أن يثبت أن المنتج كان معيبًا وأن العيب سبب الضرر. وهذا يشمل جميع أنواع العيوب: (عيب تصميم، عيب تصنيع، عيب تحذير أو تعليمات⁵) القانون في كوريا الجنوبية أيضًا:

- يحتمل المسؤولية للمصنّع، والمستورد، وأحيانًا البائع.
 - يفرض معايير واضحة جدًا حول واجب التحذير والإفصاح.
 - يتضمن نصوصًا تفصيلية لتعويض الأضرار المادية والجسدية.
 - يمنح المحاكم صلاحية تقييم طبيعة العيب ومسؤولية كل طرف.
- في الطرف الآخر، قطر، لا تمتلك قانون "مسؤولية المنتج"، ولكن توجد أحكام متفرقة داخل عدة قوانين، أهمها:

قانون حماية المستهلك القطري (قانون رقم 8 لسنة 2008)

يُحتمل المورد/التاجر المسؤوليات التالية: جودة السلعة، ومطابقتها للمواصفات، وضمنان خلوّها من العيوب، وإصلاح أو استبدال المنتج المعيب، و/أو ردّ القيمة إذا تطلب الأمر. لكن، لا يطبق «المسؤولية الصارمة» بشكل صريح، ولا يوجد إطار يحدّد أنواع العيوب، سواء كان العيب في التصميم، أو التصنيع، أو غياب/خطأ في التحذير. التركيز في قطر أكبر على العلاقة التجارية أكثر من هيكلية المسؤولية القانونية، فلا توجد إجراءات تفصيلية لتعويض الأضرار الجسدية أو المادية الناتجة عن العيب في المنتج، والتعويض غالبًا يتم وفق القواعد العامة للقانون المدني وليس قانونًا متخصصًا بذاته. وضمنان مطابقة المنتجات للمواصفات يتم اتباع قانون المواصفات القياسية والتقييس، إلا أنه قانون رقابي وليس مسؤولية مدنية.

في القانون المدني القطري، يمكن للمستهلك المطالبة بالتعويض، لكنه مطالب أيضًا بالتالي: إثبات الخطأ في التصنيع، وإثبات الضرر الواقع، وإثبات العلاقة السببية بينهم، وهذا أصعب بكثير من النظام الكوري.

⁵ Consumer Dispute Settlement Cases: Refund Claim for a Defective Smartphone

ولضمان مطابقة المنتجات للمواصفات يتم اتباع **قانون المواصفات القياسية والتقييس**، إلا أنه قانون رقابي وليس مسؤولية مدنية.

في القانون المدني القطري، يمكن للمستهلك المطالبة بالتعويض، لكنه مطالب أيضاً بالتالي: إثبات الخطأ في التصنيع، وإثبات الضرر الواقع، وإثبات العلاقة السببية بينهم، وهذا أصعب بكثير من النظام الكوري.

مقارنات أخرى:

1. انتشار البنية الرقمية الموحدة: في دول مثل كوريا، وكندا، وأستراليا، والإمارات. حيث أنها تملك منصات إلكترونية متكاملة لتلقي الشكاوى وربطها بفرق التفتيش وتتبع الحالة؛ قطر لديها بوابات وخدمات إلكترونية لكن يمكن توحيدها وربطها أكثر مع أنظمة التفتيش الميداني في الجهات ذات العلاقة في الدولة.
2. اتفاقيات مع منصات التجارة الإلكترونية الكبرى وعمليات المراقبة الإلكترونية، كما هي مطبقة في كوريا الجنوبية لضمان سرعة الاستجابة، ودول أخرى تتابع المتاجر الإلكترونية بنشاط، قطر تحتاج إلى آليات مماثلة لمراقبة الواردات الإلكترونية.
3. حجم وتكرار الحملات التفتيشية الميدانية سنوياً، قطر تقوم بحملات تفتيش لكنها قد تزيد من انتظامها واستهدافها من خلال التعاون مع الجهات الأخرى ذات الاختصاص المشترك، أو تنظيم العمليات داخلياً.
4. اعتماد نظام رقابة قائم على المخاطر، لتوجيه جهود عمليات التفتيش.
5. بناء منصة رصد وبلاغات موحدة رقمياً مرتبطة مباشرة بفرق التفتيش العامة في الدولة. وظيفة المنصة: تلقي الشكاوى، تتبع الحالات، إصدار أوامر سحب، أرشفة نتائج الفحوصات.
6. إلزامية تطبيق متطلبات تسجيل ووسم بعض السلع (SAFETY Mark) (علامة الأمان) قبل العرض، كما هو مطبق في سنغافورة ما يقلل دخول سلع غير مطابقة للسوق.
7. إبرام اتفاقيات تعاون/تحالفات بين الدول بشأن إنشاء شبكة إنذار مبكر للسلع المعيبة وبروتوكولات لحماية حقوق المستهلك، ولتنسيق سحب المنتجات عبر الحدود.
8. إبرام اتفاقيات تعاون رسمية مع منصات التجارة الإلكترونية الخارجية، لمنع دخول سلع خطرة وإزالة القوائم المشبوهة سريعاً.
9. تطوير شبكة مختبرات معتمدة وطنياً لسرعة اختبار العينات المأخوذة من السوق. لتقليل زمن التحقيق ورفع قدرة الإدانة/سحب المنتج بسرعة.
10. تنفيذ آليات إنذار/استدعاء سريعة إضافة إلى نشر شفاف للنتائج، بناء دليل عام/لوائح للاستدعاء. وذلك لإرهاب السلع غير الآمنة عبر إفشاء السحوبات للجمهور فوراً، كما هو معمول به في كندا، اليابان، ألمانيا.
11. الشفافية والتواصل، من خلال نشر لوحات بيانات عامة (dashboards) لنتائج التفتيش والاستدعاءات لضمان ثقة المستهلكين. هذه الممارسات موجودة مثلاً في **أوروبا**.

يمكن من خلال المقارنة استحداث نهج خاص قائم على تجارب الدول الأفضل من حيث الشفافية، ويكون كالتالي:

- من حيث خصوصية بيانات الدولة، يمكن تبني النموذج الياباني والذي يعرض البيانات في نطاق محلي فقط .
- كوريا الجنوبية، كندا، وأستراليا، هي الأمثلة الأبرز للشفافية، حيث إنها تعرض قوائم استدعاءات قابلة للبحث ومفصلة. ولوحات بيانات/تقارير توضح نتائج مشاريع الفحص ونتائج الاختبارات.
- أما النماذج الخليجية فهي تعرض مواد إرشادية واضحة، وبيانات لمخرجات عمليات التفتيش الدورية.

الباب الثالث: التوصيات والمقترحات لتعزيز سياسات حماية المستهلك في قطر بناءً على المقارنة

لوحظ عدم توافر سجل مركزي واحد يوثق كل تعميم، أو قرار، أو لائحة، أو تحديثات قطاعية، أو حالات تطبيق، أو أحكام قضائية، منذ 1999 حتى 2025 بشكل متكامل بخصوص سياسة حماية المستهلك. بمعنى: من الممكن أن بعض التعديلات (خاصة الخاصة بقطاعات معيّنة) تكون موزعة في جهات متعددة (قطاعات اتصالات، غذاء، دواء، تجارة...). وبعض التعاميم كانت مؤقتة وتم سحبها مثلاً، حسب بيان لـ "مكتب الاتصال الحكومي" في 2019، تم سحب بعض التعميمات المؤقتة المتعلقة بضبط السلع المستوردة غير المطابقة التي كانت تصنف تحت الغش التجاري، بعد أن رأت الجهات المعنية أن الوضع تحسّن.

مع تطور التجارة الإلكترونية، والخدمات عن بُعد، والتجارة العابرة للحدود، يتطلب وضع تشريعات/لوائح قطاعية جديدة بشأن تلك التعاملات، بشكل يتناسب مع تلك التطورات المتسارعة.

قياس مستويات رضا المستهلك بشكل دوري وتحليل نتائجه، واستخدامها لتحسين تصميم المنتجات وإجراءات الخدمة. تطبيقاً لمعيار التركيز على العميل ISO 10002.

التحسين المستقبلي يتطلب إنشاء مؤشرات أداء موحدة (KPIs) تنشرها الجهات المسؤولة بصفة سنوية لكل قطاع.

حماية المدفوعات المسبقة، فرض نظام أو حساب تجميد للمدفوعات للطلبات المدفوعة مسبقاً حتى تأكيد التسليم من قبل المستهلك، أو اشتراط عضوية المزودين في آلية تعويض تديرها المصلحة (مثل صندوق ضمان/تعويض) بالتنسيق مع البنوك ومزودي بوابات الدفع. وذلك بهدف تقليل مخاطر الاحتيال وزيادة الثقة.

إصدار قانون مستقل لمسؤولية المنتج، على أن يُحدد فيه، أشكال العيب في التصميم، وأشكال عيوب التصنيع، والمقصود بالعيب في التعليمات والتحذيرات، وتوضيح مسؤولية المستورد والتاجر، وبيان آليات تعويض واضحة.

تطبيق المسؤولية الصارمة جزئياً، على الأقل في المنتجات الأكثر خطورة مثل الأجهزة الكهربائية، وأجهزة ألعاب الأطفال، والأغذية، والمنتجات الطبية.

إلزام الشركات بـ "واجب التحذير" وإعطاء تعليمات واضحة ودقيقة، ومتابعة السلامة بعد البيع.

في بعض الدول يتم تطبيق قانون "Door to Door Sales" والذي ينظم بيع السلع أو الخدمات من بائع متجول يزور المستهلك في منزله «أي بيع مباشر». يلزم بضرورة إعطاء المستهلك فرصة للتراجع/الإلغاء، وتوفير معلومات واضحة قبل العقد، ومنع الإكراه أو الضغط، كما يلزم بتوفير إيصال مكتوب، ويضمن حق الاستبدال أو الاسترجاع إذا تم البيع تحت ضغوط أو بعد زيارة غير مناسبة. الهدف من هذا القانون، حماية المستهلك من المبيعات العشوائية أو المغالطة أو الضغط، وخاصة عندما يتم البيع في بيئة غير "متجر ثابت".

لتحسين حماية المستهلك في حالات البيع من الباب إلى الباب ننصح بالتالي:

1. إصدار لائحة تنظيمية مخصصة أو تعديل قانون حماية المستهلك البيع بالزيارات المنزلية، مع تعريف واضح للبائع وحقوق وواجبات الطرفين عند هذا النوع من البيع.
2. بيان حق المستهلك بالتراجع/إلغاء الشراء أو التعاقد (بدون سبب) عند البيع بالزيارة خلال فترة ضعف المدة المفروضة على المحال التجارية.

- **Find recalls, advisories and safety alerts – Canada.ca.** Government of Canada. Find recalls, advisories and safety alerts. Government of Canada. <https://recalls-rappels.canada.ca/en>
- **Compliance and enforcement reporting for the Consumer Product Safety Program: Dashboard Government of Canada.** Compliance and enforcement reporting for the Consumer Product Safety Program: Dashboard. Government of Canada. <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/consumer-product-safety/reports-publications/compliance-enforcement/dashboard.html>
- **Product Safety Australia.** Australian Competition and Consumer Commission, Product Safety Australia. <https://www.productsafety.gov.au/>
- **وزارة التجارة: مركز استدعاء المنتجات المعيبة (السعودية).** وزارة التجارة السعودية. مركز استدعاء المنتجات المعيبة. <https://recalls.sa>
- **الاستدعاءات المعلنة | وزارة الاقتصاد والسياحة – الإمارات العربية المتحدة، وزارة الاقتصاد والسياحة الإماراتية، الاستدعاءات المعلنة.** <https://www.moec.gov.ae/ar/recalls>
- **الوثائق القانونية الرسمية والتشريعات الوطنية:**
 - قانون حماية المستهلك رقم 8 لسنة 2008، دولة قطر.
 - اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، دولة قطر.
 - قوانين حماية المستهلك في الإمارات العربية المتحدة، قانون اتحادي رقم 15 لسنة 2020.
 - قانون حماية المستهلك في المملكة العربية السعودية، وزارة التجارة.
 - اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك في سلطنة عمان، قرار رقم 2017/77.
 - تقارير ومنشورات المنظمات الدولية والإقليمية:
 - منظمة الأغذية والزراعة (FAO) ومنظمة الصحة العالمية (WHO): مجموعة معايير Codex Alimentarius.
 - منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD): تقارير السياسات الاقتصادية والاجتماعية.
 - منظمة الإنتربول: تقارير عمليات مكافحة الغش الغذائي.
 - المعاهدات والاتفاقيات الدولية:
 - اتفاقية منظمة التجارة العالمية (WTO): TBT، SPS، TRIPS، GATT، GATS.
 - المواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية:
 - موقع منظمة التجارة العالمية (WTO): www.wto.org
 - موقع منظمة الأغذية والزراعة (FAO): www.fao.org
 - موقع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD): www.oecd.org
 - موقع وزارة التجارة والصناعة في قطر: www.moci.gov.qa
 - موقع هيئة حماية المستهلك في الإمارات: www.economy.ae
 - موقع هيئة حماية المستهلك في السعودية: www.mci.gov.sa

وزارة التجارة والصناعة
Ministry of Commerce and Industry
دولة قطر • State of Qatar



مقارنة سياسة حماية المستهلك في قطر مع أفضل الممارسات الدولية

www.moci.gov.qa