

التوجهات العربية في الحماية المستدامة للمستهلك تجربة دول مجلس التعاون الخليجي

أ.مربة نسرين بوقريو
أستاذ مساعد
جامعة قسنطينة2
Zouioueche.billel@gmail.com

د. بلال زويوش
أستاذ محاضر
جامعة أم البواقي
Zouioueche.billel@gmail.com

الملخص:

يتمثل موضوع الدراسة في عرض أهمية حماية المستهلك ودورها في خلق الوعي والمحافظة على صحة المستهلك وسلامته من المخاطر الناتجة عن الاستهلاك، حيث سنعرض في هذه الورقة البحثية أهم المفاهيم المتعلقة بحماية المستهلك، أهم مراحل تطور حركة المستهلك عبر العالم كذلك الأسباب التي أدت إلى الاهتمام بالمستهلك وحمايته، بالإضافة إلى الانجازات التي حققتها دول مجلس التعاون الخليجي في مجال حماية المستهلك.

تم التوصل أن المساعي التي قامت بها دول التعاون الخليجي ساهمت في توفير قدر كبير من الحماية للمستهلك الخليجي من خلال تثقيفه وزيادة الوعي لديه وتجنب المخاطر فيما يخص السلامة والصحة، وألا يقع تحت آثار الدعاية والاشهارات المضللة أو التخفيضات والتنزيلات الوهمية والضغوط المباشرة وغير المباشرة من قبل مقدمي السلع والخدمات خصوصا في عصر العولمة والتي زادت فيها الوسائل الحديثة للتواصل مع المستهلك.

Abstract

The aim of this paper is the presentation of the importance of consumer protection and its role in creating sensibility and preservation the consumer health and safety risks. Where we'll show the most important concepts related to consumer protection, the most important stages of the evolution of the movement of consumer protection across the world, as well as the reasons that led attention to the protection of consumer, in addition the achievement of Golf Cooperation Council countries in the field of consumer protection.

Was reached that the efforts undertaking by GCC have provided a great deal of consumer protection, through education and rise awareness and avoid health risks and safety and does not fall under the effects of advertising and misleading media or direct and indirect reductions or pressure by providers of goods and services, especially in the era of globalization which has increased the modern means of communication with the consumer.

مقدمة

أسهم التطور الاقتصادي في العالم في ارتفاع المستوى المعيشي للأفراد وزيادة الاستهلاك العالمي وقد أدت هذه الزيادة إلى انفتاح الأسواق العالمية على بعضها البعض مما ساهم في تعدد الأسواق وتوسيعها وتنوع المنتجات المقدمة من السلع والخدمات، الأمر الذي أدى إلى حيرة المستهلكين وحرصهم على الطلب على هذه المنتجات وفي نفس الوقت ولمجاراة الطلب المتزايد على السلع والخدمات ولتلبية الشرائح المختلفة من المستهلكين ولتعظيم أرباح بعض التجار والمنتجين إلى عدم مراعاة قواعد سلامة المنتجات والمعلومات المتعلقة بها.

أدى هذا الوضع إلى تعاظم اهتمام الحكومات والمنظمات الدولية والهيئات غير الحكومية سياسات وحقوق المستهلك، حيث عملت على سن القوانين والتشريعات من جهة، كما عملت على بلورة مفهوم حقوق المستهلك واشباع حاجاته وحمايته من جهة أخرى، ومن أمثلة هذه الدول، دول مجلس التعاون الخليجي، حيث حرصت على اهتمامها بالمستهلكين في مجتمعاتها من خلال انشاء الادارات و المؤسسات المعنية بحماية المستهلك ووضع القوانين والتشريعات والتشجيع على قيام جمعيات المجتمع المدني المعنية بحماية المستهلك، وإيماناً منها بتكامل الأدوار على المستوى العالمي والمحلي أن اسهمت في صياغة حقوق المستهلك التي اعتمدها الجمعية العامة للأمم المتحدة بناء على ما أقره الاتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلك.

وعلى ضوء ما سبق فإننا نطرح التساؤل التالي:

② كيف يمكن أن تساهم دول مجلس التعاون الخليجي في حماية المستهلك؟

للإجابة على اشكالية البحث ندرج الفرضيات التالية:

② انشاء الهيئات والجمعيات الحكومية وغير الحكومية يساهم في حماية المستهلك.

② تقوم دول مجلس التعاون الخليجي بتوعية المستهلك بحقوقه وواجباته مما يساعد على حمايته

من مختلف أخطار المنتجات والخدمات المتوفرة في السوق.

② استخدام دول مجلس التعاون الخليجي للوسائل الالكترونية ساهم بشكل كبير وفعال في

الحماية المستدامة للمستهلك.

سنحاول الاجابة عن الفرضيات المدرجة من خلال عرض العناصر التالية:

أولاً. تعريف حماية المستهلك:

لاستعراض مفهوم حماية المستهلك يجب أولاً أن نحدد المستهلك حيث يجب التمييز بين أنواع المستهلكين الذين يتعاملون مع المؤسسة، والذين يمكن شرحهم فيما يلي (امين عبد العزيز حسن، 123، 2000):

1. الأفراد والأسر: وهم من يقومون بالشراء بغرض تحقيق واشباع حاجاتهم الخاصة، يمثلون في مجموعهم المجتمع الاستهلاكي، بحيث يعتبرون المستهلكين الحقيقيين.
2. المنظمات: هي الوحدات التي تقوم بإنتاج السلع أو تقديم الخدمات ويكون دافع الشراء هنا هو إعادة الإنتاج، ويمكن التمييز في هذه المرحلة بين ثلاثة أنواع من المشترين:
3. المشتري الصناعي: هدفه الرئيسي هو انتاج سلع وخدمات جديدة وبيعها بهدف تحقيق الربح.
4. المشتري الوسيط: الذي يشتري بغرض إعادة البيع مع تحقيق الربح.
5. المؤسسات الحكومية وغيرها: تتمثل أساساً في المؤسسات التي لا تشتري بغرض الربح وإنما بغرض تحقيق المنفعة.

في حين أن هناك تفاوت في تعريف هذا المستهلك حسب التشريعات الدولية، ففي القانون الأمريكي والاسترالي والهندي وجنوب افريقيا يعتبر المستهلك هو الشخص الطبيعي الذي يشتري لاستعماله الخاص، أما التوجه الأوروبي 83/2011 فيعتبره الشخص الطبيعي، أما في كثير من قوانين الدول العربية فيعتبر المستهلك أي شخص طبيعي أو اعتباري. (جميل العلوي، 03، 2012)

وعموماً في مجال حماية المستهلك فإنه يعرّف على أنه كل من يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعاً لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين أو يجري التعامل أو التعاقد بشأنها. ومع التطور التكنولوجي الحاصل تنوعت السلع والخدمات المعروضة والتي قادت إلى توسع دائرة الاستهلاك أين أصبح المستهلك في دوامة هذه المعروضات لذلك ظهر توجه حماية هذا المستهلك وبالتالي انشئت الجمعيات ووضعت القوانين لذلك.

وتعرّف حماية المستهلك على أنها "المجهودات التي تبذلها الجمعيات والحكومات والمنظمات المختلفة داخل السلطة أو خارجها والتي تعمل في الغالب بصورة تطوعية في ظل المصلحة المشتركة والادارة الحرة بهدف توعية وتعريف المستهلك واعلامه بحقوقه وواجباته، وخلق الوعي العام لدى المواطنين للحد من كافة الصور السلبية من أجل تقليل الضرر في كل ما يحصل عليه الناس من سلع وخدمات كان من المفترض أنها تفي باحتياجاته أو تعمل على اشباع رغباته" (ابراهيم الأخرس، 2012، 365).

في حين يرى بعض الباحثين أن حماية المستهلك تعني إعلام هذا الأخير بجميع البيانات والمعلومات الكمية والوصفية والنوعية ودرجة الجودة الشاملة الكلية عن السلعة أو الخدمة التي تعمل على زيادة الوعي والرشد لديه، لإزالة كافة أشكال الغموض حول هذه المنتجات، يقوم هذا التعريف على تحديد الهدف من حماية المستهلك أكثر من صلاحيته لأن يكون تعريفاً، في حين يرى البعض الآخر من الباحثين أن حماية المستهلك تعني الجهود التي تبذلها الحكومات والمنظمات والجمعيات المختلفة داخل السلطة أو خارجها من خلال عدد من أنواع الحماية الاجبارية أو الاختيارية أو الدفاعية التي يقوم بها المستهلك نفسه، أما هذا التعريف فهو إيضاح لإحدى وسائل هذه الحماية وهي الجمعيات والمنظمات التي هدفها حماية المستهلك.

لذلك فإن مفهوم حماية المستهلك أصبح متعدد الأطراف ومن ثم صار عملاً جوهرياً في الوقت الراهن، ويمكن القول بأن المقصود من حماية المستهلك " هو مجموعة القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك وكذا ضمان حصوله على حقوقه من قبل البائعين" (مصطفى عبد العال، 192، 2006).

ولهذه الحماية جانبان: (زكي خليل مساعد، 1997، 446)

الجانب الأول: حماية المستهلك من نفسه نتيجة تعمدته القيام باستهلاك أو استخدام شيء معين مع إدراكه التام بالضرر الناجم عن ذلك كالمخدرات مثلاً

- حمايته من نفسه نتيجة خبرته المحدودة باستخدام السلعة أو جهله بكيفية استخدامها أو أنها جديدة في السوق.

- حمايته من نفسه عند استخدامه سلعة غير مطابقة للمواصفات، مع معرفته بذلك سواء أكان السبب انخفاض في السعر أم البيع بالتقسيط....

- حمايته من نفسه عند تناوله مثلاً بعض الأدوية دون استشارة طبية ...

الجانب الثاني: حماية المستهلك من غيره

يتعلق بحماية المستهلك من الوقوع في الغش والخداع من قبل المنتج أو البائع سواء من حيث مخالفة السلعة للمواصفات أو المحاولة لإقناع المستهلك عن طريق الترويج غير الصادق لتلك السلعة أو الخدمة، حيث يستخدم الإشهار بصفته أحد عناصر المزيج الترويجي، كعدم تطابق البيانات المعلن عنها مع السلعة (الإعلان المضلل)

كما يتطلب حماية المستهلك من ارتفاع سعر السلع والخدمات سواء كان الارتفاع صريحاً أم غير صريح كالتخفيضات الصورية للسلع، أو التلاعب في توقيت التوزيع لبعض السلع وكذلك التلاعب في التغليب والتعبئة والأوزان والأحجام...

ثانياً. أسباب الاهتمام بحماية المستهلك:

من بين الأسباب الهامة التي أدت إلى الاهتمام بالمستهلك ماييلي: (ابراهيم الأخرس 2012، 401)

- ② المحافظة على رضا المستهلك
- ② عدم تمتع السلع والخدمات بالخصائص الفنية والنوعية المعلنة
- ② عدم توافر القدر الكافي من المعلومات عن السلع والخدمات خاصة من جانب بعض التجار الجشعين والمحتكرين الذين يسعون للغنى الفاحش في أوقات الأزمات
- ② صعوبة الاختيار السليم من المستهلك بين البدائل من السلع
- ② عدم اهتمام المنتجين أو البائعين بشكوى المستهلك
- ② تدني مستوى التعويضات
- ② عدم تمتع السلع الغذائية بالجودة خلال فترة الضمان
- ② وجود عيوب خاصة بالتعبئة والتغليف

ثالثاً. تطور حركة حماية المستهلك:

تعتبر أهم عوامل ظهور حركات حماية المستهلك هو ظهور الثورة الصناعية في البلدان الغربية والتي نتج عنها المؤسسات الضخمة ذات القدرة الهائلة على الانتاج والتوزيع. وبالتالي ظهور منتجات كثيرة ومتنوعة وجديدة على المستهلك، ففي نهاية القرن 19 وبداية القرن 20 ظهرت نخبة من المجتمع الأوروبي اقبلت على الاستهلاك والشراء ونتيجة لذلك ظهرت الجمعيات والمنظمات لحماية حقوق المستهلكين على المستوى الوطني والدولي. مرت حركة حماية المستهلك عبر العديد من المراحل خصوصاً على المستوى العالمي، ومن بين أهم مراحل تطور هذه الحركة ما يلي:

② 1906: تبني الكونغرس الأمريكي قانون: "pure food and drugs acte and the meat inspection" وهي النشاط الأول للحكومة الفدرالية لحماية المستهلكين ضد المنتجات الغذائية الخطيرة على صحة المستهلك والأدوية المغشوشة في الولايات المتحدة الأمريكية.

② 1909: انشاء "ligue des consommateurs" وذلك لمحاربة غش الصناعيين المحترفين في فرنسا.

② 1914: انشاء "federal trade commission" والتي تركز دورها على محاربة الغش والمنافسة في الولايات المتحدة الأمريكية.

② 1911: ظهور حملة للأسر والعائلات محتجة على ارتفاع أسعار السلع في فرنسا.

- ❑ 1927: انشاء الكنفيدرالية العامة للاستهلاك في فرنسا والتي استمرت لمدة سنتين فقط.
- ❑ 1951: انشاء الاتحاد الفدرالي للاستهلاك UFC في فرنسا.
- ❑ 1960: تأسست المنظمة الدولية لاتحاد المستهلكين IOCU.
- ❑ 1961: صدور أول عدد لمجلة UFC الفرنسية بعنوان "Que choisir".
- ❑ 1962: خطاب جون كندي حول حقوق المستهلك (حق الأمان، حق الاستماع، حق المعرفة، حق الاختيار) بالإضافة إلى نشأة المكتب الاداري لاتحاد المستهلكين BEUC.
- ❑ 1966: انشاء المعهد الوطني للاستهلاك في فرنسا INC.
- ❑ 1967: تأسيس اتحاد المستهلكين في العالم الثالث.
- ❑ نهاية60: انشاء الاتحاد الجهوي لمنظمات المستهلكين UROC، والتي أصبحت المركز التقني الجهوي للاستهلاك CTCR في فرنسا.
- ❑ سنوات 70: تبني أول نص قانوني فرنسي حول الاشهار، القروض، اعلام المستهلك، الأمان...
- ❑ 1972: قمة باريس حول نوعية الحياة "Qualité de vie" بمشاركة حكام ودول أوروبية حول الاستهلاك والبيئة.
- ❑ 1976: تنصيب أمين الدولة للاستهلاك في فرنسا.
- ❑ 1981: تنصيب وزير فرنسي للاستهلاك.
- ❑ 1983: انشاء اللجنة الوطنية للاستهلاك في فرنسا.
- ❑ 1984: بداية انشاء جمعيات المستهلكين، في حين أن الانتاج والتوزيع خلال هذه الفترة مازال تحت رقابة الدولة، تركز دور هذه الجمعيات على المقارنة بين المعروضات سلع والخدمات، واصدار دوريات ومجلات بالإضافة إلى معالجة بعض المشكلات في فرنسا.
- ❑ القرن 21م: ظهور APC و OMC يثبت أهمية هذه المنظمات.

رابعاً. أسباب الاهتمام بحماية المستهلك:

- توجد مجموعة من الأسباب التي أدت إلى الاهتمام بحماية مصالح وحقوق المستهلكين منها: (احمد عبد الهادي واخرون، 1995)
- ❑ زيادة متطلبات المستهلك من المنتجين في الحصول على خدمات تتفق مع رغباته كفرد، نتيجة ارتفاع دخل ومعيشة المستهلك ومستوى تعليمة ورفاهيته، بينما يقدم المنتجون منتجاتهم لسوق كبير، دون مراعاة رغبات كل فرد على حدة، وأدى ذلك إلى ترك المستهلك في حالة دون الإشباع الكامل.

② توقع المستهلك جودة مرتفعة للمنتجات أو الخدمات مع انخفاض الدخل الحقيقي والقوة الشرائية للمستهلك نتيجة ارتفاع الأسعار، أدى ذلك إلى إحباط وغضب المستهلك.

② عدم توافر المعلومات الكافية عن خصائص الخدمات وأسعارها.

② ظهور مشكلة المستهلك منخفض الدخل، ومعاناته من الغش والمغالاة في الأسعار وانخفاض الجودة وذلك: لعدم إدراكه لأهمية حمايته، وانخفاض مستوى تعليمه وخبرته وعدم وعيه بحقوقه.

② تغير النظرة القانونية والسياسية لموضوع الحماية، وقبول الحكومة التدخل لحماية مصالح المستهلكين، واتجاه السياسيين لتأييد حماية المستهلك كوسيلة لكسب المزيد من الأصوات في مجال حماية المستهلك.

② الأضرار النفسية التي يتعرض لها بعض المستهلكين بسبب استخدام بعض السلع والخدمات.

② عدم معرفة العديد من المستهلكين بالجوانب القانونية للنظام التسويقي لكل من السلع والخدمات والتي يمكن اللجوء إليها وقت الضرورة لحمايتهم.

خامساً. مجالات الإخلال بحماية المستهلك:

يعاني المستهلك في الدول النامية وفي الدول المتقدمة أيضاً من اختراق لكافة حقوقه من قبل المنظمات، والتي غالباً ما تتصارع فيما بينها لتحقيق أكبر ربح ممكن. لذا فإن المستهلك يحتاج دوماً إلى وجود أجهزة رقابة فعالة تحميه من الإخلال الذي قد يتعرض له في أي من المجالات التالية: (زكي خليل المساعد، 1998، 492)

1. الإشهار: حيث انتهجت بعض المنظمات أساليب الخداع في رسائلها الإعلانية لغرض تضليل المستهلك وإثارة التصرفات الانفعالية غير الرشيدة لديه لاقتناء السلعة حتى ولو لم يكن بحاجة لها.

2. الضمان: يفترض حين حصول المستهلك على منتج معين أن يعطى ضماناً من المنتج حول صلاحية المنتج المباع وسلامته من العيوب.

3. التبيين: لا يزال العديد من المستهلكين يعانون من نقص درايتهم حول كيفية استعمال المنتجات لعدم وجود البيانات، أو عدم معرفتهم بكيفية الاستفادة من البيانات المتاحة.

4. السعر: يعاني المستهلك من فرض أسعار لا تنسجم مع مقدراته المادية، إضافة إلى التحايل على الأسعار التي يتبعها المنتجون من خلال البيع بالتقسيم أو التزييلات الصورية وغيرها من الأساليب غير المشروعة.

5. التوزيع: إن عدم توزيع المنتجات في أماكن وأوقات محددة، قد تعرض المستهلك لحالات الاحتكار وتخصيص الكثير من الجهد والوقت لاقتناء تلك المنتجات.

6. التعبئة والتغليف: قد تستخدم المنظمة مواد غير صحية في عمليتي التعبئة والتغليف، الأمر الذي يعرض المستهلك للكثير من الاضرار جراء تلك الممارسات.

7. المقاييس والأوزان: إذ أن عدم وجود الرقابة الكافية قد يعرض المستهلك للإخلال في جانب المقاييس والأوزان الخاصة بالمنتجات مثل النقص في الوزن أو الحجم والمكونات.

8. النقل والتخزين: عدم قيام المنظمات باستخدام الأساليب الأفضل في النقل والتخزين قد يعرض المستهلك إلى أضرار صحية، خاصة إذا ما كانت تلك المواد سريعة التلف مثل المواد الغذائية.

نلاحظ أن مجالات الإخلال بحماية المستهلك عديدة وان المسؤولية الملقاة أمام المنظمات الرقابية في أجهزة الدولة سواء الرسمية منها أو الشعبية تعد مسؤولية ثقيلة، إذ أن الإخلال بجزء من تلك المجالات قد يعرض المستهلك للأذى، فكيف بالمستهلك في الدول النامية والذي يتعرض للإخلال في الكثير من تلك المجالات.

سادسا. تجربة دول مجلس التعاون الخليجي في حماية المستهلك:

1. نشأة وتعريف دول مجلس التعاون الخليجي:

ظهرت فكرة تأسيس اتحاد يضم الغرف التجارية والصناعية والزراعية في الدول العربية الخليجية التي تتشابه ظروفها الاقتصادية بعد تزايد الشعور بالحاجة لتأكيد أواصر الإخوة ووحدة الهدف والمصير ودعم خطوات التعاون الاقتصادي الخليجي ومن خلال اللقاءات الأولية والاتصالات التي تمت بين غرف التجارة والصناعة والزراعة واتحاداتها في الدول العربية الخليجية، تم عقد مؤتمر التنمية الاقتصادية الأول لغرف الخليج العربي في مدينة جدة - المملكة العربية السعودية في الفترة ما بين 16 و20 أكتوبر 1976 م لبحث وسائل التعاون الاقتصادي في كافة الميادين بين أبناء الخليج العربي والدور الذي يمكن أن يؤديه القطاع الخاص في هذا المجال. وقد شارك في هذا المؤتمر اتحادات وغرف الدول العربية الخليجية في كل من دولة الإمارات العربية المتحدة ومملكة البحرين والمملكة العربية السعودية وسلطنة عمان ودولة قطر ودولة الكويت والجمهورية العراقية. وأسفرت مناقشات المؤتمر عن صدور عدد من القرارات والتوصيات جاء في مقدمتها تأسيس اتحاد لغرف التجارة والصناعة والزراعة للدول العربية الخليجية يكون مقره مدينة الدمام - المملكة العربية السعودية، وتشكيل لجنة من مدراء الاتحادات والغرف الأعضاء في المؤتمر لوضع مشروع النظام الأساسي للاتحاد لعرضه على المؤتمر الثاني الذي تقرر عقده بدولة الكويت. وعند انعقاد المؤتمر الثاني لغرف التجارة والصناعة والزراعة للدول العربية الخليجية في دولة الكويت، بتاريخ 14 أكتوبر 1979، تم إقرار النظام الأساسي لاتحاد الغرف الخليجية والإعلان عن قيامه، ووقع كافة رؤساء وأعضاء الاتحادات والغرف العربية الخليجية المشاركة في هذا الاجتماع على النظام الأساسي للاتحاد وأصبحت اتحادات وغرف دولة الإمارات العربية المتحدة ومملكة البحرين والمملكة العربية

السعودية والجمهورية العراقية وسلطنة عمان ودولة قطر ودولة الكويت أعضاء في مجلس الاتحاد. وفي أعقاب الغزو العراقي على دولة الكويت في الثاني من أوت 1990 تم إسقاط عضوية الجمهورية العراقية، وعُدل اسم الاتحاد إلى اتحاد غرف دول مجلس التعاون الخليجي.

ويهدف ترجمة أهداف الاتحاد إلى وقائع ملموسة اتفقت دول المجلس على عدد من الخطوات التي تهدف إلى تحقيق التكامل الاقتصادي بين دول المجلس وفق خطوات متدرجة حيث تمت إقامة منطقة التجارة الحرة في عام 1983 ثم الاتحاد الجمركي في بداية 2003م ثم السوق الخليجية المشتركة في ديسمبر 2007.

وتم اعتماد اتفاقية الاتحاد النقدي من قبل المجلس الأعلى في ديسمبر 2008، وتوقيع الدول الأعضاء الأطراف في الاتفاقية عليها في مطلع 2009، وهو ما يضع مجلس التعاون بالفعل على أعتاب المرحلة الرابعة من مراحل التكامل الاقتصادي، خاصة بعد أن صادقت الدول الأعضاء في الاتحاد النقدي على الاتفاقية الخاصة بذلك، وكذلك بعد إقرار قمة الكويت 2009 إنشاء المجلس النقدي، وتكليفه بتحديد البرنامج الزمني لإصدار العملة الموحدة ويتكون المجلس من أجهزة هي:

- المجلس الأعلى: ويتكون من زعماء الدول الأعضاء، ورئاسته دورية وتكون حسب الترتيب الهجائي للأعضاء. واجتماعاته العادية سنوية.
- المجلس الوزاري: ويتكون من وزراء الخارجية للدول الست، أو من ينوب عنهم من الوزراء. وتكون رئاسته للدولة التي تولت رئاسة الدورة العادية الأخيرة للمجلس الأعلى، واجتماعاته العادية كل ثلاثة أشهر.
- الأمانة العامة: وهي الجهاز المسؤول عن العمل الإداري. وتتكون من أمين عام، يعينه المجلس الأعلى من مواطني دول مجلس التعاون، لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة. ويعاون الأمين العام أمناء مساعدون.
- هيئة تسوية المنازعات: تتشكل من غير أطراف النزاع ولا يقل عددها عن ثلاثة.

2. أهداف مجلس التعاون الخليجي الاقتصادية:

تلخص مجمل أهداف مجلس دول التعاون الخليجي حسب المواد فيما يلي:

1.2. المادة (4): أهداف الاتحاد ووسائل تحقيقها: تتمثل رسالة الاتحاد في ثلاثة أهداف عامة

ورئيسية، وهي:

أ. تحقيق التكامل الاقتصادي الخليجي في إطار صيغة شاملة وفاعلة ومتطورة، انطلاقاً من قناعة موضوعية كاملة وثابتة بان هذا التكامل شرط أساسي لأي تنمية حقيقية متوازنة ومستمرة ليس بالنسبة لدول مجلس التعاون الخليجي مجتمعة فحسب، بل بالنسبة لكل دولة عضو بمفردها أيضاً. ذلك أن هذا التكامل هو الذي يجعل من دول مجلس التعاون الخليجي تكتلاً اقتصادياً واحداً يستطيع أن يتعامل مع

التكتلات الاقتصادية الأخرى بما يتكامل مع المشروع الاقتصادي العربي ويسرع خطاه بشكل خاص، ويدعم التعاون الاقتصادي الدولي والازدهار العالمي بشكل عام.

ب. تمثيل كافة القطاعات الاقتصادية الخليجية عربيا وإقليميا ودوليا من منظور أصحاب الأعمال الخليجين، بما يعبر عن آرائهم وتصوراتهم، وينسق وبلور مواقفهم من القضايا والسياسات الاقتصادية المختلفة، ويدعم دورهم في تنمية اقتصاداتهم الوطنية وفي تكاملها الخليجي، وذلك استنادا إلى منطلقات أساسية بان القطاع الخاص – الذي توفر له الدولة الإطار التشريعي والتنظيمي المناسب – هو قاعدة التنمية ومحركها، وان الحرية الاقتصادية القائمة على تكافؤ الفرص وإطلاق المنافسة ومنع الاحتكار والاستغلال بكل صوره هي الطريق الصحيح لتحقيق الرفاه والعدل والتوازن الاجتماعي، وهي الوسيلة الأجدى لخلق وتطوير فرص العمل الكريم والمجزي، ولتفتح الطاقات الإنتاجية والقدرات الإبداعية للمواطن الخليجي وتوظيفها بالشكل الأمثل.

ج. تعزيز دور الغرف الأعضاء واتحاداتها كممثلة لمجتمعات الأعمال والقطاع الخاص في بلادها، ودعم أجهزتها الفنية والإدارية وقدراتها التقنية والمعلوماتية لأداء هذا الدور على أكمل وجه، وتنسيق آرائها ومواقفها لدى الهيئات والمنظمات الاقتصادية العربية والإقليمية والدولية ومساندة جهود الاتحادات النوعية والمشاريع الاقتصادية والمنظمات المتخصصة التي تخدم نشاطاتها أهداف الاتحاد.

2.2. المادة (5): لأداء رسالته وتحقيق أهدافه المشار إليها في المادة (4) يعمل الاتحاد على تحقيق ما

يلي:

- "المواطنة الاقتصادية" لرعايا دول مجلس التعاون الخليجي في جميع الدول بما في ذلك حق العمل والتملك والاستثمار.
- حرية انتقال المنتجات الوطنية بين دول المنطقة دون قيود إدارية أو جمركية.
- استقصاء مجالات وفرص إقامة المشاريع الاقتصادية الخليجية المشتركة، والعمل على التعريف بها والترويج لها وتسهيل إقامتها... ومعاملة هذه المشاريع في كل من دول المجلس وكأنها شركات وطنية.
- التنسيق الصناعي على مختلف مستوياته وبمختلف الوسائل الممكنة بين دول المجلس
- استغلال كل إمكانية متاحة لتطوير وتنمية القطاع الزراعي والثروة السمكية والحيوانية في دول مجلس التعاون الخليجي مجتمعة ومنفردة بما في ذلك الصناعات الغذائية ومستودعات المواد الغذائية لتحقيق حد مقبول من الأمن الغذائي لهذه الدول.
- التكامل بين دول المجلس في مجالات الخدمات المصرفية والتأمينية والملاحية ومجالات الاتصال والمواصلات
- تنسيق السياسات النقدية في دول المجلس، وصولا إلى عملة خليجية مشتركة.

- تنسيق سياسات التسويق للمواد التي تحتاجها كل أو بعض دول المجلس وخاصة المواد الغذائية والاستراتيجية
- التنسيق والتنظيم المشترك للجهود التسويقية للمنتجات الوطنية لدول المجلس في الأسواق الإقليمية والعربية والدولية.
- إجراء ونشر الدراسات الاقتصادية والقانونية لإبداء الرأي في السياسات والتشريعات الاقتصادية في دول المجلس.
- نشر وتبادل المعلومات والبحوث والمطبوعات الاقتصادية والفنية ذات الأثر في تقدم وتطوير النشاطات الاقتصادية في دول المجلس.
- تزويد الأعضاء بالبيانات والدراسات والمقترحات
- إصدار الدوريات والنشرات والأدلة اللازمة.
- عقد المؤتمرات والندوات الاقتصادية الإقليمية والدولية أو المشاركة فيها وتؤخذ الموافقة المعتادة من الجهات المختصة عند عقد هذه المؤتمرات والندوات في دولة المقر.
- التنسيق بين مواقف الأعضاء في المؤتمرات والندوات الاقتصادية الإقليمية والدولية كلما أمكن ذلك.
- إقامة المعارض والأسواق أو المشاركة فيها، وكل النشاطات الممكنة الأخرى بهدف توسيع أسواق منتجات دول المجلس والترويج لها.
- التوسط لتسوية الخلافات والمنازعات التجارية التي تقوم بين رجال ومؤسسات الأعمال في أكثر من دولة من دول المجلس، على أن تحال القضايا التي يتفق أطرافها على التحكيم إلى مركز التحكيم التجاري لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.
- تدريب وتطوير القوى العاملة الوطنية في دول المجلس مجتمعة ومنفردة بمختلف الوسائل والإمكانات المتاحة بهدف بلوغ درجة مقبولة من الاكتفاء الذاتي في الاعتماد على القوى العاملة الوطنية في هذه الدول .
- تعزيز ودعم الجهود الرامية إلى توثيق عرى التعاون الاقتصادي بين دول المجلس وشقيقاتها الدول العربية الأخرى في شتى المجالات على أساس من الإيمان العميق بان كل مسعى لتحقيق التكامل الاقتصادي العربي الخليجي هو جزء لا ينفصل من العمل لتحقيق التكامل الاقتصادي العربي .
- أية خطوات وتشريعات وإجراءات أخرى تساعد في تحقيق أهداف الاتحاد وبقراها المجلس

3.2. المادة (6): يعمل الاتحاد لتحقيق أهدافه في إطار من التنسيق والمتابعة مع الجهات الرسمية في الدول الأعضاء وما يتخذ في اجتماعات المسؤولين من قرارات تتعلق بالتعاون والتكامل الاقتصادي الخليجي.

4.4. المادة (7): يعمل الاتحاد في سبيل تحقيق أهدافه من خلال التعاون الوثيق مع الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، كما يعمل على الاتصال والتنسيق مع الاتحاد العام لغرف التجارة والصناعة والزراعة للبلاد العربية، والمنظمات والمؤسسات والهيئات العربية والإقليمية والدولية الأخرى ذات العلاقة بأهداف الاتحاد

3. أهم انجازات دول مجلس التعاون الخليجي في حماية المستهلك:

في ظل حجم التحديات التي تتقاسمها دول الخليج كارتفاع اسعار السلع بالأسواق العالمية واستفحال ظاهرة الغش والتقليد والنيل من حقوق المستهلك في بعض المجالات، الأمر الذي يحتم على دول مجلس التعاون الخليجي دفع نسق التعاون والعمل المشترك على وضع التشريعات الموحدة ومتطورة لخدمة المستهلك، إلى جانب تكثيف الزيارات وتبادل الخبرات وتعميم التجارب والمبادرات الناجحة تنفيذاً لقرارات وزارة التجارة بالدول الأعضاء الرامية إلى زيادة تنافسية الأسواق ودعم المستهلك الخليجي حيث عملت على تحقيق العديد من الانجازات، نذكر منها:

❑ معالجة الشكاوى الواردة لمصالح حماية المستهلك لدول التعاون الخليجي حيث جاء في تقريره هذه المصالح أن جمعية حماية المستهلك باشرت أكثر من 70 في المائة من أصل 70.207 شكوى وردت للجمعية في عام 2013، منها تسعة آلاف بلاغ باشرتها الجمعية فوراً ووقفت عليها.

❑ إعداد دليل الرقابة على الأدوية والمستحضرات الصيدلانية المستوردة عبر منافذ دول مجلس التعاون من قبل لجنة الرقابة الدوائية بدول المجلس، كأحد متطلبات الاتحاد الجمركي والعمل بنقطة الدخول الواحدة. ويهدف الدليل إلى المساعدة في الحصول على أدوية صالحة وسليمة وذات جودة عالية ومطابقة للشروط الفنية ومتطلبات تسجيل الأدوية والمستحضرات الصيدلانية، والتأكد من أن جميع الأدوية والمستحضرات الصيدلانية المستوردة لدول المجلس مصحوبة بالوثائق اللازمة. وقد اعتمد المجلس الأعلى للدليل في دورته الثامنة والعشرين (الدوحة، ديسمبر 2007). (مجلة الاقتصادية، 2011)

❑ إعداد دليل إجراءات الرقابة على الأغذية المستوردة عبر منافذ دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية. ويتضمن الدليل المهم من المعلومات اللازمة للأجهزة المعنية في المنافذ الحدودية (برية، بحرية، جوية) للرقابة على جميع الأغذية والمضافات الغذائية ومواد التعبئة والتغليف، بما في ذلك الأغذية التي تستورد لأغراض الاستخدام الشخصي أو كعينات تجارية. ويجري العمل على رصد ملاحظات الأجهزة المتخصصة في دول المجلس على الدليل من خلال فريق فني متخصص. وقد اعتمد الدليل في الدورة السابعة والعشرين للمجلس الأعلى (الرياض، ديسمبر 2006) (مجلة الاقتصادية، 2011)

② تنظيم أسبوع خليجي عن سلامة الأغذية، ويتم تحديد توقيته وهدفه وشعاره في كل اجتماع سنوي للجنة سلامة الأغذية، على أن يقام بشكل سنوي في كل دولة من الدول الأعضاء.

② الاستمرار في تنظيم عملية الشراء الموحد للأدوية والمستلزمات الطبية وذلك بهدف الحصول على أسعار تنافسية من شركات الأدوية وفق قرار المجلس الأعلى في دورته السابعة والعشرين (الرياض، ديسمبر 2006)، حيث أحرز التعاون في هذا الجانب نجاحاً كبيراً في مجال الحصول على أسعار تنافسية من شركات الأدوية وبأسعار معقولة توفر لوزارات الصحة بدول المجلس الكثير من الكلفة. وقد دفع البرنامج العديد من الجهات الحكومية والقطاع الخاص للمشاركة فيه، مبرزاً الحاجة الماسة مستقبلاً إلى التوسع فيه، وبخاصة أنه إلى ما يوفره من خفض للكلفة، يمثل أسلوباً أنسب للتعامل مع العولمة في مجال التصنيع والتجارة (مجلة الاقتصادية، 2011).

② وافقت لجنة التعاون التجاري على مشروع القانون (النظام) الموحد لمكافحة الغش التجاري لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية وفقاً لصيغته النهائية المرفقة والنظر في رفعه للمجلس الأعلى لاعتماده كقانون موحد على مستوى دول المجلس، وتكليف اللجنة الفنية المختصة بمناقشة مشروع القانون (النظام) الموحد لمكافحة الغش التجاري لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية بإعداد مسودة اللائحة التنفيذية لهذا القانون. (قمة البحرين، ديسمبر 2012)

② قررت لجنة التعاون التجاري في اجتماعها السادس والأربعين (3 أكتوبر 2012) رفع مستوى التمثيل في لجنة حماية المستهلك، بحيث تمثل الدول الأعضاء في هذه اللجنة برؤساء الجهات المعنية بحماية المستهلك، وتفعيل لجنة حماية المستهلك، بحيث تعقد أربعة اجتماعات دورية في العام بالدول الأعضاء. (قمة البحرين، ديسمبر 2012)

② إنشاء موقع الكتروني لحماية المستهلك الخليجي "http://www.gccconsumer.org" الذي يعد خطوة مهمة في تفعيل دور حماية المستهلك، حيث يجمع القائمين على حماية المستهلك والمهتمين من مواطني دول المجلس لمعرفة أسعار السلع والمنتجات التي تباع في الأسواق الخليجية.

② عرض أسعار السلع الاستهلاكية بشكل يومي على الموقع وفي كل محافظة أو مدينة، بالإضافة إلى عرض متوسط الأسعار في اليوم والأسبوع، مع وضع خدمة تلقي الرسائل الالكترونية أو الرسائل النصية على الجوال لأسعار السلع الواسعة الاستهلاك وذلك في كل دولة من دول مجلس التعاون. من بين هذه السلع: الزيوت النباتية، السكر، الدقيق، الأرز، الحليب، اللحوم، الدواجن.

② يحتوي الموقع على جميع المعلومات والبيانات التي تهم المستهلك من بينها توضيح حقوق وواجبات المستهلك:

② حقوق المستهلك، ويتمثل في مايلي:

- حق الأمان: للمستهلك الحق في الحماية من المنتجات وعمليات الإنتاج والخدمات التي تُشكل ضرراً على صحته وسلامته.
 - حق المعرفة: للمستهلك الحق في تزويده بالحقائق التي تساعد على الشراء والاستهلاك بصورة سليمة وتعيّنه في إدراك حقوقه الأساسية ومسؤولياته.
 - حق الاختيار: الحق في الاختيار بين العديد من البدائل من السلع والخدمات بأسعار تنافسية مع ضمان الجودة.
 - حق الاستماع إلى آرائه: أن تُمثّل مصالح المستهلك لدى الجهات الرسمية وغير الرسمية ويُأخذ بآرائه في تطوير السلع والخدمات.
 - حق إشباع احتياجاته الأساسية: للمستهلك الحق في الحصول على السلع والخدمات الضرورية الأساسية كالغذاء والكساء والمأوى والرعاية الصحية والتعليم.
 - حق التعويض: للمستهلك الحق في تسوية عادلة لمطالبه المشروعة، بما في ذلك التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية أو أية ممارسات تضر بالمستهلك.
 - حق العيش في بيئة سليمة: للمستهلك الحق في العيش والعمل في بيئة خالية من المخاطر.
- ❑ واجبات المستهلك:
- أن يكون واعياً بحقوقه في جميع نواحي الاستهلاك.
 - أن يتحقق من مصدر السلعة من خلال قراءة تفاصيل بلد المنشأ. أن يبحث عن مواصفات المنتج الذي يريد شراءه.
 - أن يتقيد بالقواعد الصحية التي ترمي إلى جعل المادة أو المنتج صالحاً للاستعمال، وأن يقوم بتنفيذ الإرشادات المقتضية، قبل استعمال المادة أو المنتج، كغسيل الخضار والفواكه بشكل جيد، وغلي الحليب والجبن قبل الاستعمال.
 - أن يتقيد بالتعليمات المثبتة على بيانات العبوة أو العرض، ويقوم بتنفيذها بشكل حرفي، وعلى الأخص فيما يتعلق بطريقة تخزينها وشروط التخزين، ودرجة الحرارة الملائمة للحفاظ والتخزين.
 - أن يمتنع عن شراء المواد والمنتجات والمصنوعات التي تعرض على قارعة الطريق. أن يتوخى الحذر من الوقوع في فخ الإعلانات المضللة.
 - أن يقرأ مضمون بطاقة الضمان قبل شراء السلعة.
 - أن يفحص السلعة جيداً للتأكد من أنها خالية من أي عيوب قبل مغادرة المحل.

- أن يتأكد من مدة صلاحية المنتج أو المادة أو الدواء، وأن يمتنع عن استعمالها بعد فوات مدة الصلاحية.
 - أن يتأكد من أسعار المواد التي يقتننها سواءً كان ذلك عن طريق سعر الأسواق، أو بحكم خبرته في الشراء، وكذلك مقارنته لجودة المنتج أو الخدمة مع ثمنها.
 - أن يعدل عن أنماط استهلاكه في جميع نواحي حياته كتحديد المواد التي يستهلكها والامتناع عن تخزين المواد الغذائية لمدة طويلة أو بواسطة أوعية غير صالحة كالبلستيك المعاد تصنيعه أو غيره، وكذلك الامتناع عن الهدر الكبير في الأطعمة وغيرها التي يكون مصير أكثرها حاويات القمامة.
 - أن يطلب فاتورة / ايصال بالمشتريات من صاحب المحل.
 - ألا يتوانى عن تقديم الشكوى المناسبة إلى الجهات المعنية.
- ☐ يضم موقع حماية المستهلك الخليجي عرضاً للمواقع العربية والعالمية لحماية المستهلك مما يسهل على أي مستهلك مهما كانت جنسيته أن يعثر على الجهة المسؤولة على حمايته في بلده.

جدول رقم (1): بعض مواقع حماية المستهلك العربية والعالمية

الموقع	الهيئة
www.cpa.gov.eg	جهاز حماية المستهلك (جمهورية مصر العربية)
www.omanconsumer.org	الجمعية العمانية لحماية المستهلك
www.cpa.org.sa	جمعية حماية المستهلك (المملكة العربية السعودية)
www.uaescp.ea	جمعية الإمارات لحماية المستهلك (الإمارات العربية المتحدة)
www.consumersarab.org	الاتحاد العربي للمستهلك
www.gccconsumer.com	حماية المستهلك الخليجي
www.sfda.gov.sa	هيئة الغذاء والدواء السعودية
www.arbcon.net	شبكة المستهلك العربي
www.cpsc.gov	هيئة المستهلك الامريكية لسلامة المنتجات، احدى الوكالات الفيدرالية التي تهتم بالعائلة عن طريق تقليل المواد الناتجة عن المنتجات الاستهلاكية في السوق والابلاغ عنها.
www.consumer.gov	وصلات الى مصادر فيدرالية متنوعة عن حماية المستهلك
www.consumersinternational.org	مجمع عالمي لجمعيات ومنظمات حماية المستهلك يضم أكثر من 260 هيئة في 120 دولة

المصدر:

<http://www.gccconsumer.org/Consumer/ViewSites>

❑ إنشاء مركز خليجي موحد للنظر في عمليات استدعاء السيارات والسلع الأخرى التي تحتوي على عيوب مصنعية، ما سيؤثر إيجاباً على موضوع حماية المستهلك في مجال شراء وبيع السيارات، حيث تم استدعاء أكثر من 800 مركبة من نوع "كاديلاك/ATS-CTS" من موديل 2013 إلى موديل 2014؛ لخلل في ناقل الحركة؛ حيث أوضحت الوزارة أن عدم تركيب "كيبيل" نقل الحركة بشكل كامل يؤدي إلى عدم عمل ناقل الحركة بالشكل المطلوب. ودعت "التجارة" مالكي هذا النوع من المركبات، إلى التواصل مع الوكيل لإجراء الإصلاحات اللازمة مجاناً. بالإضافة إلى استدعاء 2425 سيارة من طرازي تويوتا برادو 2010 وتويوتا راف فور للموديلات من: 2006-2010 وذلك بسبب خلل في السلك اللولبي الموصل بين الوسائد الهوائية والكمبيوتر الخاص بها مما يؤدي إلى عدم عملها وأشارت الوزارة أن مراجعة الوكيل تبدأ من يوم الأحد 8-2014 وذلك لإجراء الإصلاحات اللازمة مجاناً.

❑ إنشاء مراكز التفاعل لاستقبال آراء وبلاغات المستهلك، حيث يتم وضع أرقام خضراء مجانية تساعد المستهلك على الاتصال بهذه المراكز، وذلك لإيراد الشكاوى والبلاغات عن وجود المخالفات التجارية والاستفسار عن كل ما يتعلق بالاستهلاك.

❑ وضع المسودة الأولى للقانون الالزامي الموحد لحماية المستهلك بدول المجلس الذي يعد رافداً وإضافة إلى العمل المشترك، وسيعزز من دور حماية المستهلك بشكل منظم وقانوني.

❑ تنظيم يوم خليجي لحماية المستهلك، الذي أصبح أسبوعاً خليجياً، وينظم في الأسبوع الأول من مارس في كل عام، هدفه إيصال رسالة حماية المستهلك لجميع شرائح المجتمع ونشر ثقافة الاستهلاك وزيادة الوعي بأهمية حقوق المستهلكين والسعي الحثيث للشراكة الحقيقية بين جميع أطراف المجتمع والذي من بينها التاجر والمستهلك وصولاً لسوق متوازنة تسودها المصداقية والأمانة. حيث يتم عقد لقاءات دورية بين رجال الأعمال والجهات المعنية بحماية المستهلك الخليجي، بالإضافة إلى القيام بالتظاهرات التي تساهم في توعية المستهلك مثل تدشين حافلة متنقلة في عمان يحمل الكثير من الجوانب فيما يتعلق بالسلع الاصلية والمقلدة والسلع المرتبطة بالبيانات وكتابتها على السلع والنشرات التوعوية والكثير من الجوانب الاستهلاكية، حيث تبنت جمعية المستهلك لسنة 2014 شعار "تسوقك بوعي حماية لك". (خميس بن علي الخوالدي، مارس 2014)

❑ إنشاء لجنة مشتركة لحماية المستهلك تستأنف نشاطها الرسمي في 2016، تضم ممثلين من وزارات التجارة للدول الأعضاء بالإضافة إلى الأجهزة الحكومية لحماية المستهلك، حيث أن اختصاصات اللجن تتمثل في التقريب بين وجهات النظر فيما يتعلق بالسياسات العامة المتعلقة بحماية المستهلك في دول المجلس وتبادل المعلومات والدراسات التخصصية والبحوث الميدانية المشتركة، فيما يتعلق بتأثير السلع والخدمات المختلفة على المستهلكين الخليجين، وتوفير قنوات اتصال فعالة بين دول المجلس للتبادل المعلوماتي بما في ذلك الربط الالكتروني، والمساهمة في وضع برامج توعية مشتركة تهدف إلى تثقيف

المستهلكين بشأن الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئية المترتبة على اختياراتهم، ما يؤدي إلى تعزيز أنماط الاستهلاك المستدام.

الختامة:

تمثل تجربة دول مجلس التعاون في حماية المستهلك الخليجي من التجارب الرائدة في العالم حيث يعبر اليوم هذا التوجه عن مدى السعي لتنمية الاقتصاد وبالتالي تطور ورقي المجتمع، حيث ان المجتمع الاستهلاكي الذي لا يقوم بالأخذ في الاعتبار نمط استهلاكه يتجه نحو فرط الاستهلاك مما يفرق الأسواق بجميع أنواع وكميات السلع والخدمات لتلبية هذا الفرط، والتوجه لحماية المستهلك يساهم في محاربة فرط الاستهلاك وبالتالي التوجه نحو الاستهلاك المستدام.

تسعى دول التعاون من خلال جهودها في حماية المستهلك إلى الحفاظ على صحة وسلامة المستهلك من الأخطار الناجمة عن المنتجات والخدمات المقدمة دون المعايير، كما أنها تسعى إلى مراعاة المصالح الاقتصادية للمستهلك، وتوفير المعلومات والبيانات اللازمة التي تمكن المواطنين من الاختيار بين البدائل المتاحة في الأسواق، وتهيئة المستهلكين حول الآثار الاقتصادية والاجتماعية وحتى البيئية الناتجة عن اختياراتهم. وقد استخدمت دول المجلس من خلال الجمعيات والهيئات الحكومية وغير الحكومية، العديد من الوسائل منها التقليدية من نشرات وكتيبات ومطويات واللجوء إلى وسائل الاعلام للتنوع والتحسيس، بالإضافة إلى الوسائل الحديثة كإنشاء موقع إلكتروني خاص بالمستهلك الخليجي، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعية للتقرب أكثر من المستهلك، والاعتماد على البريد الإلكتروني والرسائل النصية للهاتف بدل التنقل مما يساعد على التعرف على أسعار المنتجات وتوجيه الشكاوى بشكل أسرع توفيراً للجهد والوقت مما يشجع المستهلك على المبادرة ومساعدة الهيئات المسؤولة عن حماية المستهلك.

المراجع والإحالات:

1. أحمد إبراهيم عبد الهادي وأمينة مصيلحي سحبل، حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية بالتطبيق على محافظة المنوفية، المؤتمر الأول لحماية المستهلك، القاهرة، 21 و 22 أكتوبر 1995.
2. أمين عبد العزيز حسن، استراتيجيات التسويق في القرن الحادي والعشرين، دار قباء للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 123-124.
3. جمعية حماية المستهلك، المنظمة العربية للمواصفات والمقاييس، جامعة الدول العربية، عمان، الأردن، 1984.
4. جميل العلوي، حماية المستهلك، ندوة حول المتطلبات القانونية والتنظيمية لإقامة مجتمع معرفة مستدام في المنطقة العربية، 19 و 20 ديسمبر 2012.

5. زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، الطبعة الثانية، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، 1998، ص ص 492-499.
6. زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دارزهران، الأردن، 1997.
7. مصطفى محمود محمد عبد العال، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك (حالة مصر) مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الرابع، 2006، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر.