

المتغيرات في السوق العراقية وأثرها على حماية المستهلك مستقبلاً

أ.م.د. ستار جبار خليل
البياتي
مركز دراسات وبحوث الوطن
العربي

المقدمة

في ظل غياب القانون والإجراءات المنظمة لحركة المجتمع في العراق، يتعرض المستهلك الى اضرار صحية واقتصادية بالغة قد تهدد حياته ومستوى رفاهيته جراء الفوضى الاستيرادية من السلع التي تميزت بها السوق العراقية بعد عام ٢٠٠٣.

وقد لا تتحدد المسؤولية بما هو شأن داخلي وانما تتجاوزها الى الشرعية الدولية وما يتحمله المجتمع الدولي من مسؤولية واضحة اتجاه ما تعرض له العراق من دمار وما استخدم ضد المجتمع من شتى أنواع الأسلحة والمتفجرات المحرمة بموجب القوانين الدولية، بعد ان اثبتت فحوصات التربة التي قامت بها المنظمات الدولية تشبعها باليورانيوم، وحذرت هذه المنظمات من أثارها السلبية على ما يتناوله المستهلك من مياه وأغذية ملوثة قد تهدد حياته.

وإذا أردنا ان لا نتجاوز الى تفاصيل هذه الموضوعات المقلقة حقاً، فأنا سنركز في بحثنا على المدة التي أعقبت ٢٠٠٣/٤/٩، والتي تمثلت باحتلال العراق ومن ثم استباحته وفتح الحدود وما تعرض له الاقتصاد والمستهلك معاً من أضرار ما عادت خافية على أحد.

يهدف هذا البحث الى محاولة التعرف على المتغيرات الجديدة في السوق العراقية وما يتعرض له المستهلك من خروقات لحقوقه جراء الظروف الأمنية السيئة وعدم الرقابة وتطبيق القوانين التي أدت الى اغراق السوق العراقية بشتى انواع السلع ومن مختلف المناشئ بعيداً عن الرقابة والحماية الوطنية للمنتجات والمستهلك معاً.

وفي ضوء ذلك سيتم تناول الموضوع من خلال المحاور الآتية:

اولاً / مقاربات نظرية لتحديد المفاهيم

ثانياً / حركة حماية المستهلك: المضامين والتطور التاريخي

ثالثاً / حقوق المستهلك وواقعها في العراق

رابعاً / متغيرات السوق العراقية

خامساً / الآثار المحتملة على المستهلك العراقي في المستقبل

سادساً / المعالجات المقترحة

أولاً / مقاربات نظرية لتحديد المفاهيم

قبل الدخول في تفاصيل موضوع البحث نرى من الضروري تحديد معنى المفاهيم الأساسية التي سيرتكز عليها البحث وهي: حماية المستهلك والاغراق والسوق.

(١) حماية المستهلك Consumer Protection

تعرف حماية المستهلك بانها: تلك الجهود المنظمة في المجتمع والتي تستهدف حماية المستهلك في مراحل الانتاج والتسويق والاستهلاك، ويضطلع فيها المستهلك بدور أساس^(١). وعلى الرغم من ان التعريف يركز على المستهلك لأنه المعنى اساساً من هذه العملية، إلا ان حماية المستهلك في حقيقتها جهداً جماعياً وليس فردياً، حيث لا يقتصر هدفها على حماية المستهلكين في مرحلة معينة من مراحل العملية الانتاجية وحصرها في عملية الانتاج، وانما تمتد بدءاً من عملية الانتاج وانتهاءً بوصول السلعة الى المستهلكين واستهلاكهم لها، وهذا يعني ان اطرافاً عديدة تشارك بهذا الجهد المنظم مثل المنتج والمصدر والمستورد وحتى مؤسسات الدولة المعنية لاسيما الرقابية منها.

ان مفهوم حماية المستهلك يهدف الى توفير المعلومات بما يساعده على اتخاذ قرار الشراء السليم للسلع والخدمات من خلال التوجه لشراء السلع الجيدة، والتحذير من السلع الرديئة او الضارة، وذلك يساعده في ترشيد الاستهلاك والاستغلال الأمثل لموارده، كما انه يعني تشجيع الانتاج الجيد وتطويره ومنع الانتاج الرديء، أي انه يعمل على توجيه الموارد المتاحة للمجتمع نحو الاستثمار الأفضل وبما يؤدي الى منع الهدر، كما انه يعمل على منع استيراد السلع الرديئة أو الضارة أو غير الآمنة، والتي تعني -بالتالي- منع الانفاق أو الهدر لموارد الدولة والمجتمع^(٢).

ومن هنا فإن المفهوم من الممكن ان ينصرف الى حماية المستهلك مما يقدم له من منتجات قد تلحق به اضراراً صحية أو اقتصادية أو اجتماعية سواء أكان مدركاً لوقوع مثل هذا الضرر أم غير مدرك له، أو كان الضرر بشكل ظاهر أم غير ظاهر، بمعنى انه تظهر آثار الضرر حتى ولو كان داخل جسم المستهلك بشكل مرئي أو غير مرئي، أو كان كآثار جانبية غير معلن عنها نتيجة استخدام المستهلك لمنتج فاسد، أو عدم مطابقته للمواصفات، أو وقوع الضرر في الأجل القصير أو انه من المتوقع أن يحدث في الأجل الطويل، وان عدم وقوع الضرر في الأجل القصير لا يعفي من وقوع جريمة انتفاء عنصر الامان اذا كان من المتوقع وقوع الضرر في الأجل الطويل^(٣).

(٢) السوق Market

يعرف السوق بأنه: المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات، أو بعبارة أخرى، هو: محل التقاء العرض والطلب على السلع والخدمات^(٤).

وإذا كان السوق بهذا المعنى يشير الى مرحلة تاريخية معينة، حيث كان يرتبط بمكان محدد فانه في الوقت الحاضر ليس كذلك، فبفضل التقدم والتطورات الحديثة والمعاصرة في مجال الاتصالات وثورة المعلومات لم يعد للسوق مكان محدد، فقد يتسع السوق ليشمل سلعة معينة أو عدة سلع على مستوى دولة معينة، فيقال عندئذ -على سبيل المثال- سوق التمور في العراق أو يشار له بالسوق المحلية أو الوطنية، أو يشار له اقليمياً أو حتى عالمياً مثل سوق النفط أو سوق القمح في العالم.

لذلك فإن مصطلح السوق اليوم يستعمل بشكل أوسع كمفهوم مجرد يشير عموماً الى التفاوض بشأن معاملات التبادل التي تشتمل عادة على النفوذ والى تحديد الأسعار عموماً التي تتم

بها هذه المبادلات، وان أي نظام سوقي ينجح في تحديد الأسعار وتبادل السلع والخدمات لا بد انه يتضمن أنظمة معقدة من العادات والتقاليد والقوانين والمؤسسات المنفذة للقوانين والأمكنة التي يتم فيها تحقيق المعاملات بين الوحدات الاقتصادية المختلفة^(٥).

وعلى العموم يؤدي السوق الوظائف الآتية^(٦):

أ. تحديد قيم السلع والخدمات
ب. تنظيم الانتاج وتحقيق ذلك عن طريق التكاليف بواسطة تخصيص الموارد التخصيص الأمثل.
ج. توزيع الناتج، حيث ان كل فرد من الناحية النظرية يستلم دخلاً طبقاً لمقدار ما ينتجه، ويكون تبعاً لذلك اكثر قدرة على طلب السلع والخدمات.

د. التقنين، أي تقييد الاستهلاك الجاري طبقاً للانتاج الموجود، وهذا هو جوهر التسعير.
وهنا لا بد من الإشارة الى ان التطورات العلمية اليوم وثورة المعلومات التي ذكرناها، قد قادت الى ايجاد نوع جديد من التفاعلات أو المبادلات عن طريق شبكة (الانترنت) عرفت بـ (التجارة الالكترونية) والتي تطلق على: مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات والشركات والأفراد) المعتمدة على المعالجة الالكترونية للبيانات، وما تحدثه تأثيرات التبادل الالكتروني للمعلومات التجارية على المؤسسات، والعمليات التي تتحكم بالفاعليات التجارية، ويشمل المصطلح اموراً أخرى كإدارة المنظمة والتفاوض التجاري والعقود والاطر التنظيمي والتشريعي وكذلك التسويات المالية والضرائب^(٧)، الى جانب قيامها بوظائف عديدة من عمليات التبادل التجاري، ومن بينها الاعلان والتسويق ومنح الامتيازات والتراخيص واعطاء أوامر البيع والشراء.

وعلى الرغم من ان هذه التطورات قد اكدت على ان السوق ما عادت الحدود تقيده أو تحد من توصيفه، إلا اننا نود ان نؤكد على ان بحثنا الحالي يتناول ما حصل من متغيرات مختلفة في السوق العراقية المحلية المعروفة بحدودها الجغرافية.

٣) الاغراق Dumping

الاجراق أحد أدوات السياسة التجارية^(٨)، ويُعرف بأنه: بيع السلعة في الأسواق الأجنبية بثمن يقل عن الثمن الذي تباع به السلعة نفسها في الوقت نفسه والشروط نفسها في السوق الداخلية^(٩).

وقد يكون الاغراق مؤقتاً أو دائماً، والغرض الرئيس من الاغراق المؤقت هو تصريف الفائض من السلع المختلفة الذي لا يمكن تصريفه بدون تخفيض الأسعار، ولذلك فان هذا الاغراق يكون لأسباب طارئة أو عارضة، وليس الهدف منه السيطرة على الأسواق الخارجية. أما الاغراق الدائم فهده قد يكون من أجل استبعاد المنافسين من السوق والسيطرة عليها بغية احتكارها.

وللإغراق آثار سلبية تظهر عموماً في الدولة المغرقة فيها، إذ انه كثيراً ما يضر بمصالح المنتجين ويحملهم خسائر كبيرة دون أن يعود على الصناعة بربح، فهده المغرقة هنا هو القضاء على الصناعة المحلية عن طريق البيع بأسعار منخفضة مما يؤدي الى تدهور الصناعة المحلية إلا اذا كان لديهم من الاحتياطات والامكانيات ما يمكنها من الصمود فإذا لم تتمكن، فان المنتجين الاجانب سرعان ما يسيطرون على السوق المحلية ويفرضون أسعاراً مرتفعة^(١٠).

ثانياً / حركة حماية المستهلك : المضامين والتطور التاريخي

لقد تناول العديد من الكتاب موضوع حركة حماية المستهلك تحت اسم الحركة الاستهلاكية **Consumer Movement**، كما جرى التعبير عنها بمصطلح **Consumerism**، وقد عُرِفَتْ بأنها: حركة منظمة من الأفراد والمؤسسات الحكومية لأجل تحسين الحقوق والقوة لدى المشتريين في العلاقة مع الباعة^(١).

(١) حماية المستهلك على المستوى الدولي

لقد نشأت حركة حماية المستهلك في الدول الغربية كحركة اجتماعية، أخذت في النمو بشكل متزايد لتتحول مع مرور الوقت من جهود فردية الى جهود جماعية، لمواجهة الغلاء ورداءة النوعية من أجل اعادة بعض الحق للمستهلك الذي لم يكن أحد يسمعه أو يلتفت الى مصالحه، ويرجع سبب قيام هذه الحركة الى الظلم والتعسف الذي كان يمارس من قبل المنتجين والتجار ووسطانهم وابتعادهم عن التمسك بأية ضوابط أخلاقية أو تعاليم دينية من شأنها الدعوة الى العدل والإنصاف.

ان فكرة حماية المستهلك وتوسع حركتها الهائل ونموها المتزايد في المجتمعات المتقدمة جاء بفعل الضغط الذي مارسه المستهلكون على حكوماتهم من اجل التدخل وفرض القوانين لحمايتهم من رجال الصناعة والأعمال والتجار، وقد تبلورت هذه الجهود فعلاً من خلال اصدار الكثير من القوانين التي تدعم هذا التوجه، وظهور جمعيات ومراكز بحثية تعمل على حماية المستهلك، وتقوم في الوقت نفسه باعداد الدراسات والبحوث ذات العلاقة بالسوق وحماية المستهلك، واغلب هذه الجمعيات والمراكز هي من منظمات المجتمع المدني التي اصبح لها دوراً فاعلاً ومؤثراً في هذا المجال من أجل ضمان حماية المستهلك التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة بقرارها المرقم (٣٤٨-٣٩) في نيسان عام ١٩٨٥.

من الناحية التاريخية صدر أول قانون لحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٨٧٣، ثم صدر قانون تنظيم الأغذية المعلبة والمشروبات وإيجاد المواصفات التي تحمي صحة المستهلك من فساد المحتوى من جراء التعليب والتخزين مع الالتزام ببيان تاريخ الانتاج ومدة الصلاحية وعدم اجراء محاولة الغش والخداع، وفي عام ١٩٠٦، صدر قانون المواد الغذائية والأدوية مؤيداً للقانون الصادر عام ١٨٩٠^(٢).

ومن ذلك يظهر ان حركة حماية المستهلك وجدت صدى من جانب الحكومة الأمريكية في المرات العديدة التي تصاعدت فيها أصوات المستهلكين، وعلى الرغم من صدور أول قانون لحماية المستهلك في عام ١٨٧٣، إلا ان الحكومة لم تستطع في مرات كثيرة من التأثير على رجال الصناعة والاعمال لما كانوا عليه من قوة استطاعوا بها أن يمنعوا ما يقرب من (١٠٠) قانون من الاصدار لتنظيم المأكولات والأدوية ما بين عامي ١٨٧٩ و ١٩٠٥، الى ان صدر في عام ١٩٠٦ كما تقدم، وكان السبب الأساس الذي أدى الى ذلك يتمثل في الكتاب الذي اصدره الكاتب السياسي ابتون سينكلر **Upton Sinclair** تحت عنوان (الغابة **The Jungle**)، وصور فيه الأهمال والقدارة التي وصلت الى حد خطير ضار بصحة المستهلك^(٣).

ثم تزايد بعد ذلك ظهور القوانين الضرورية لحماية المستهلك، ففي عام ١٩٣٨، صدر قانون حماية المستهلك من الاعلان الخادع، وفي عام ١٩٦٥، صدر قانون بشأن التغليف وبطاقات المعلومات يقضي بضرورة احتواء العبوة والغلاف لما تنص عليه البطاقة، ثم في عام ١٩٧٠، صدر قانون بشأن قضية البيئة وحمايتها من التلوث^(٤).

بيد ان التجربة الأمريكية لم تكن فريدة من نوعها لحماية المستهلك، فعلى الصعيد الدولي نفسه نجد ان الكثير من الدول الأوروبية قد قطعت شوطاً كبيراً في هذا المضمار مثل بريطانيا وهولندا وبلجيكا والدول الاسكندنافية والنمسا والمانيا وغيرها.

ففي بريطانيا، على سبيل المثال، صدر قانون حماية المستهلك في عام ١٨٧٨، ثم في عام ١٩٧١، صدر قانون مراقبة الأسعار^(١٥)، كما انتشرت الجمعيات الخاصة بالمستهلكين والتي كونت الاتحاد الوطني لجماعات المستهلكين (NFCG).

وفي الدانمارك ينقسم النشاط في هذا المجال بين هيئة حكومية وهيئات فردية، أما النمسا فتعتبر فيها الهيئة المعروفة باسم Verein Fur Konsumenten Information من أهم الهيئات ذات النشاط في أوروبا، فهي لا تصدر نشرات شهرية فحسب، بل تشرف ايضاً على مركز علمي في فينا فيه يستطيع المستهلك ان يستطلع صفات العينات المختلفة للمنتجات ويحصل على الاستشارة اللازمة^(١٦).

أما في تركيا فقد برز النشاط الأهلي في مواجهة انتشار ظاهرة الغش، حيث ظهرت أول جمعية لحماية المستهلك عام ١٩٨٦، ثم تلا ذلك ظهور عدد من الجمعيات الأخرى، مثل: الجمعية التركية لحماية المستهلك، وجمعية التضامن وحماية المستهلك التركية، كما تتوفر فيها أطر قانونية تحمي المستهلك، وتتمثل في قانون حماية المستهلك الذي صدر عام ١٩٩٥، ثم تم تعديله عام ٢٠٠٤، حيث ينص هذا القانون على حبس من يقوم بالغش التجاري لمدة تصل لخمس سنوات^(١٧).

(٢) حماية المستهلك على المستوى العربي:

لاشك في ان حركة حماية المستهلك تجد صداها اليوم ليس على المستوى الدولي فحسب وإنما حتى على المستوى العربي، وترجمتها على أرض الواقع بعض القوانين والاجراءات المنظمة لهذه الحماية وكذلك قيام مؤسسات المجتمع المدني بدور فاعل في هذا المجال من خلال جمعيات حماية المستهلك وبعض مراكز الابحاث المتخصصة.

ففي سوريا جاء صدور قانون حماية المستهلك في الأسبوع الأخير من شهر تموز/ يوليو عام ٢٠٠٤ ليحرك المياه الراكدة في تعامل المجتمع المدني مع هذه القضية التي ما زالت تنتظر الكثير حتى يشعر المستهلكون بأن لهم من يدافع عنهم في مواجهة الأسعار المتصاعدة، وعمليات الغش التجاري، فالقانون الجديد سمح بتأسيس جمعيات ومنظمات لحماية المستهلك، كما أتاح لهذه الجمعيات الحق بالتقاضي عوضاً عن المستهلكين، والكشف عن الاخطاء المرتكبة ضد مصالحهم، بالإضافة الى ضمان الحقوق الاقتصادية المشروعة للمستهلك، ومنها تأمين احتياجاته من المواد الاستهلاكية المختلفة والأدوية والمياه والسكن^(١٨).

وفي الوقت الذي سيفتح القانون المجال أمام جمعية حماية المستهلك توسيع نطاق فعاليتها في المجتمع السوري، فإنه سيساعد على مكافحة الاحتكار لاسيما مع تأكيده انه يتوجب على المنتجين والتجار والوسطاء ومقدمي الخدمات، التقيد بالقواعد الاقتصادية المتعلقة بالعرض والطلب، والمنافسة الشريفة عند بيع المنتجات أو عرض الأسعار، وتحمي الدولة حقوق ومصالح المستهلك من الانتهاك والاحتكار وسيطرة السوق ومن الترويج الإعلامي المضلل.

وفي الكويت هناك قانون الإدارة الحكومية لحماية المستهلك، ثم قوانين أخرى تكافح الغش التجاري مثل قانون رقم (٢٠) لسنة ١٩٦٧، كما صدر آخر في عام ١٩٩٥، لمراقبة البيع بالأسعار المخفضة والدعاية والترويج للسلع والخدمات^(١٩).

ولأن لقوانين قد لا تكون لها قيمة دون ثقافة استهلاكية واعية، فقد بذلت ادارة حماية المستهلك التابعة لوزارة التجارة والصناعة جهداً في توعية المستهلك بالأساليب العامة التي

يمكن من خلالها فحص السلعة قبل شرائها، إضافة لكشف الادارة سلعاً قد لا يصدق المستهلك ان بها غشاً، وتقوم الادارة بنشر ذلك في وسائل الاعلام المرئية والمطبوعة، كما توزع نشرات على المستهلكين مجاناً تزيد وعيهم بحقوقهم في كافة المجالات الشرائية^(٢٠).

أما في البحرين، فان قطاع المواصفات وحماية المستهلك يهدف الى ترويج المفاهيم والممارسات الخاصة بالإدارة الشاملة للجودة وتحسين الانتاجية وكذلك المواصفات الدولية الخاصة بنظم ادارة الجودة والبيئة والسلامة المهنية في القطاعات المختلفة.. ويحرص هذا القطاع على تخطيط ورسم السياسات الملائمة مع الممارسات الدولية في مجال حماية المستهلك من خلال الرقابة على السلع والمنتجات المستوردة والمنتجة محلياً للتأكد من مطابقتها للأنظمة والقوانين الخاصة بجودة وسلامة السلع والمنتجات^(٢١).

ومن أجل مواكبة التطور التكنولوجي وفي اطار التحديث والتنظيم أطلقت وزارة الاقتصاد والتجارة اللبنانية برنامج التنظيم والمكننة تمهيداً للحكومة الالكترونية والتجارة الالكترونية بهدف زيادة الفعالية والانتاجية والشفافية في العمل الاداري ومواكبة التطورات في هذا المجال وتقديم الخدمة سواء للمواطنين أو ضمن اطار العمل الاداري.

ومن المشاريع المنفذة من قبل وحدة المعلوماتية والداعمة للعلاقة الالكترونية المسهلة مع المواطنين ما يتعلق منها بحماية المستهلك هي^(٢٢):

أ. ربط مراكز مصلحة حماية المستهلك في المناطق بالمركز الرئيسي للوزارة لضبط وتسريع متابعة شكاوي المواطنين على كل الاراضي اللبنانية.

ب. تكوين مركز على شبكة الانترنت www.economy.gov.lb يتضمن خدمات لمتابعة امور المواطنين والشركات على سواء، وقد اعتمد مبدأ الشفافية والفرص المتساوية في ادخال وتجميع قواعد البيانات.

ج. ان مواكبة عمليات مصلحة المستهلك، وانسياب ومتابعة الاصول الادارية لشكاوي المواطنين أصبحت بغاية السهولة والدقة مع تطبيق برمجة متطورة Microsoft .Net للطرق العمل من بدايتها حتى النتيجة النهائية، لقد سخرت تكنولوجيا المعلومات لربط مركز الاتصالات الهاتفية وبواسطة الانترنت لتلقي شكاوي المواطنين ببرنامج المصلحة، حيث تغطي برمجة المصلحة عمليات المفتشين، كما يتم بالتعاون المستمر ما بين مصلحة حماية المستهلك ووحدة المعلوماتية على دراسة وتخطيط تطبيق برنامج تحديد وارسال المعلومات بواسطة الأقمار الصناعية وتحديدها على الخرائط لتلبية ومواكبة طرق العمل المتبعة لدى البلدان المتطورة في مجال حماية المستهلك.

د. لقد تم برمجة المكتب الفني للأسعار على أساس الانترنت مما أتاح وسهل عمليات المكتب من ادخال المعلومات ومنها يتم أوتوماتيكياً إصدار تقارير (السلة الاستهلاكية) وما يرافقها من دراسات ومقارنات.

لقد اتسع بشكل متزايد استخدام شبكة الانترنت في العالم، وبدأ يتبلور مفهوم الحماية الالكترونية للمستهلك والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش او الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام ادوات (الوب) التي تستطيع الوصول الى كل مكان وتمارس تأثيراً يتجاوز أحياناً الأدوات التقليدية في الواقع^(٢٣). فقد أتاح الانترنت لنشطاء مصريين تطوير قضية مقاطعة البضائع الامريكية والإسرائيلية لتصبح آلية من آليات الضغط لحماية المستهلك، فقد هدّد

نشطاء مصريون بمقاطعة منتج مصري (ايزي موزو) بعدما اعتبروا ان طريقة الاعلان عن هذا المنتج بالتلفزيون المصري تخدش الحياء، وأرسل نشطاء الانترنت رسالة للشركة المنتجة تطالبها بوقف الاعلان، وإلا سيتم شن حملة مقاطعة لمنتجات الشركة، وقرر رئيس شركة (فرج الله) للعصائر المسؤولة عن الاعلان وقف الاعلان فوراً والاعتذار لنشطاء الانترنت الذين راسلوه على بريده الالكتروني، والتأكيد على ان شركته مصرية (١٠٠%) وتحترم مشاعر المشاهدين^(٢٤).

هذا مع العلم انه في مصر ظهرت جمعية ربات البيوت بدعمها قانون منع الغش التجاري في عام ١٩٤٠، علاوة على وضع نظام مكافحة الغش التجاري في السعودية عام ١٩٧٠، وقانون العقوبات القطري لسنة ١٩٧١ (المادة ٢٤٦٠).

وقد تمخضت حركة حماية المستهلك على المستوى العربي عن عقد المؤتمر العربي الأول لحماية المستهلك في ١٩٩٧/٤/٧ في ظل الجامعة العربية الذي أقر تأسيس الاتحاد العربي لحماية المستهلك الذي يضم مجموعة من جمعيات حماية المستهلك من مصر والإمارات ولبنان والعراق ممثلاً بالجمعية الوطنية لحماية المستهلك وهي احدى مؤسسات المجتمع المدني، وقد تم ذلك في الملتقى السادس للاتحاد الذي عقد في بداية كانون الأول عام ٢٠٠٤^(٢٥).

٣) حماية المستهلك في العراق

قبل عام ٢٠٠٣ لا يوجد في العراق مراكز أو جمعيات تعنى بحماية المستهلك باستثناء مركز بحوث السوق وحماية المستهلك التابع الى جامعة بغداد، أما ما بعد التاريخ المذكور فقد أعلن عن قيام الجمعية الوطنية لحماية المستهلك في العراق كأحدى مؤسسات المجتمع المدني، ذلك ان الدولة سابقاً أخذت على عاتقها هذه المسؤولية عن طريق تشريعات تصورها وتقوم بتنفيذها مؤسسات رسمية على وفق الصلاحيات التي حددتها لها تلك التشريعات.

لذلك لم يصدر أي قانون لحماية المستهلك بشكل مستقل كما لم يصدر أي قانون لمنع الاحتكار كما هو الحال في العديد من دول العالم، وكل ماله علاقة بحماية المستهلك يمكن التعرف عليه ضمن القوانين الخاصة ببعض الوزارات أو المؤسسات الرسمية مثل قانون وزارة التجارة رقم (١١٣) لسنة ١٩٨٠ وقانون وزارة الصحة رقم (٨٩) لسنة ١٩٨١، وقانون الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية رقم (٥٤) لسنة ١٩٧٩^(٢٦).

حيث تتمثل حماية المستهلك في قانون وزارة التجارة عن طريق ما تستورده الوزارة بواسطة مؤسساتها المختصة للسلع ذات النوعيات الجيدة وعرضها في الأسواق بأسعار مناسبة وبمواصفات بعيدة عن الغش التجاري، كما تقوم الوزارة بمهام الرقابة التجارية على الأسواق فيما يتعلق بالسلع التي تتولى الوزارة توفيرها للمواطنين.

اما قانون الصحة العام فقد ركز على حماية صحة المواطن عن طريق:

أ. الرقابة الصحية على المحلات.
ب. مراقبة الاغذية والادوية المستوردة والمنتجة محلياً للتأكد من صلاحيتها للاستهلاك البشري.

ج. حماية البيئة ومنع تلوثها.

د. مراقبة محلات تحضير وخرن وبيع ونقل الأغذية.

هـ. عدم جواز استيراد أو انتاج الاجهزة الكهربائية والمستحضرات الطبية أو الصناعية أو الزراعية إلا بعد شرح أعراض التسمم التي تنتج عند تناولها أو التعرض لها أو استعمالها الخاطئ مع شرح طرق المعالجة.

أما الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية فقانونه يؤكد على ان من أهم واجبات الجهاز في مجال حماية المستهلك هو الرقابة على السلع والمواد المحلية والمستوردة عن طريق:

- أ. تحقيق حماية المستهلكين والمنتجين والبيئة والصحة والسلامة العامة.
- ب. رفع الكفاءة الانتاجية من خلال السيطرة النوعية ومراقبة الجودة للسلع المحلية والمستوردة.
- ج. منح علامة الجودة وشهادة المطابقة.
- د. معايرة ورسم الاوزان والمقاييس والمصوغات ومراقبة تنفيذها.
- هـ. تحديد المواصفات القياسية لمواد التعبئة والتغليف وما يجب أن يثبت من معلومات على أغلفة تلك المنتجات.
- و. استقبال شكاوي المستهلكين والمنتجين.

ثالثاً / حقوق المستهلك وواقعها في العراق

لقد اثمرت جهود حركة حماية المستهلك على تبني الأمم المتحدة لحقوق المستهلك وإقرارها، حيث أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بقرارها المرقم (٣٩/٣٤٨) في ٩/نيسان/١٩٨٥ حقوق المستهلك والمعروفة بالحقوق الثمانية وهي على النحو الآتي^(٢٧):-

١. حق الأمان: أي حماية المستهلك من المنتجات والخدمات التي تؤدي الى مخاطر على صحته وحياته.
٢. حق المعرفة: تزويد المستهلك بالحقائق التي تساعد على الاختيار السليم وحمايته من الاعلانات ومن بطاقات السلع التي تشمل معلومات مضللة وغير صحيحة.
٣. حق الاختيار: أي أنه يستطيع الاختيار من بين العديد من المنتجات والخدمات التي تعرض بأسعار تنافسية مع ضمان الجودة.
٤. حق الاستماع الى آرائه: التأكيد على ان للمستهلك مصالحه التي يجب ان تلقى اهتماماً وتعاطفاً عند وضع السياسات الحكومية، كما ستلقى عناية بالغة على الصعيد الاداري.
٥. حق اشباع حاجاته الأساسية: أن يكون للمستهلك حق الحصول على الخدمات والسلع الضرورية، كالغذاء والرعاية الصحية والتعليم وغيرها.
٦. حق التعويض: ان يكون للمستهلك الحق في تسوية عادلة لمطالبه المشروعة، شاملة التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية.
٧. حق التثقيف: ان يكون للمستهلك الحق في اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة ذات الصلة بممارسة الاختيارات الواعية بين السلع والخدمات، وان يكون مدركاً لحقوقه الأساسية ومسؤوليته وكيفية استخدامها.
٨. حق الحياة في بيئة صحية: ان يكون للمستهلك الحق في أن يعيش ويعمل في بيئة خالية من المخاطر للأجيال الحالية وفي المستقبل.

أما عن واقع حقوق المستهلك في العراق، فهي في حقيقتها لا تنفصل عن واقع حقوق الانسان بشكل عام، فهذه الحقوق تواجه عقبات وخروقات شتى في كل يوم، وكذلك حقوق المستهلك.

فلو أخذنا تجربة البطاقة التموينية كأهم مصدر لسلة الغذاء التي يعتمد عليها المستهلك على سبيل المثال، لوجدنا ان حقوق المستهلك فيها مغيبة تماماً، فلا حق له في الاختيار، وهي لم تف

بأبسط متطلباته وحاجاته الأساسية، ونظراً لحاجة المستهلك اليها فقد رضح لواقع فرض عليه، واستدعى قبوله بجميع مفرداتها حتى وان كان البعض منها غير صالح للاستهلاك، مثل الطحين وبعض أنواع الزيوت وغيرها، ولم يجر تعزيز مفردات الحصاة التموينية على مدى سنوات مضت، بل الاسوء من كل ذلك، ان المستهلك لم يسلم حصته كاملة منذ أكثر من سنتين. فالحقوق في كثير من الاحيان قد تكون مثالية ونموذجية على الورق وضمن وثائقها، بيد ان تطبيقها على أرض الواقع شيء آخر، وبين هذا وذلك يكون المستهلك هو الضحية. أمثلة كثيرة يمكن اختزالها من الواقع، فالبيئة الصحية محروم منها المستهلك، بعد ان تلوث أرضاً (تربة) وماء وهواء، والشركات والمؤسسات الإعلامية تمارس الخداع والتضليل بمنتهى الحرية بعيداً عن الاجهزة الرقابة التي غابت بعد تغييب القانون، والسياسات الاقتصادية يتم وضعها من قبل المؤسسات الحكومية بعيداً عن استشارة الاقتصاديين أو اصحاب الاختصاص، فمن ينظر الى حالة المستهلك أو يستمع الى رأيه؟ أما التثقيف فهو الآخر خدعة، وقد لا يهتم به أحد، في وقت وصلت نسبة الأمية فيه بين الكبار الى (٤٢%)، وحق التعويض يترافق مع خدعة التثقيف، فأبي مستهلك يستطيع الحصول على تعويض جراء الاضرار الناجمة عن استهلاكه لسعة انتهت صلاحيتها أو انها غير صالحة للاستهلاك البشري أصلاً؟ وأي بائع أو تاجر أو منتج يعوض المستهلك في ظل غياب قانون لحماية المستهلك أو قانون لمنع الاحتكار. وهل تعوض الدولة أي مستهلك لحقت الاضرار به جراء تلوث البيئة؟ أسئلة قد لا تجد أجوبة لها في ظل تدهور الواقع الأمني وغياب القانون وتفشي الفساد الاداري في العراق الذي صنفته منظمة الشفافية الدولية بأنه البلد الاكثر فساداً في العالم في عام ٢٠٠٤.

رابعاً / متغيرات السوق العراقية

لاشك في أن أي سوق –وتحديداً اذا كانت محلية- لابد لها أن تشهد بين آونة وأخرى وباستمرار متغيرات كثيرة ناتجة عموماً عن تغيرات الحياة الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع وأفراده، وقد تكون هذه التغيرات بفعل عوامل داخلية نابعة من رغبة الأفراد في التأثير على السوق المحلية من أجل تلبية احتياجاتهم ورغباتهم المتجددة، أو أن تكون بفعل عوامل خارجية جراء عملية التفاعل الحضاري التي تحصل بين الشعوب أو الدول والتي تخلق مستجدات اقتصادية تفرض نفسها على السوق المحلية نتيجة التكيف معها ومحاولة الاستفادة منها. لذلك دائماً ما تتجدد حاجات الانسان وتتطور، وتتغير رغباته وتتجدد، وتزداد حاجاته، بيد أن الموارد غالباً ما تقف عائقاً أمام تلبية تلك الرغبات وتسد تلك الحاجات لاسيما اذا كانت ضرورية، ومن هنا نشأت المشكلة الاقتصادية المتمثلة بـ (الندرة) والتي سعى علم الاقتصاد دائماً ويسعى الى حلها. هذا المحور محاولة لملاحظة ومتابعة ربما نوعين من المؤثرات والمتغيرات الاقتصادية التي شهدتها السوق العراقية في مرحلتين معروفتين، هما: مرحلة ما قبل الاحتلال في عام ٢٠٠٣، ومرحلة ما بعد الاحتلال.

(١) واقع السوق في مرحلة ما قبل الاحتلال

بداية، يمكن القول، ان الفلسفة الاقتصادية التي كانت الدولة تتبناها وتعتمدها لغاية ٢٠٠٣، تقوم على سيطرة القطاع العام على مجمل النشاطات الاقتصادية وحتى القطاع الخاص يكون خاضعاً في مجمل نشاطه الانتاجي والاستيرادي لتوجهات الدولة المركزية.

من المؤكد ان مثل هذه العملية قد لا تلي كل خيارات المستهلك وحاجاته لأن الانتاج هنا يتم بأشراف الدولة والاستيراد كذلك سواء أكان ذلك من قبل مؤسسات القطاع العام نفسه أو من قبل القطاع الخاص، وهذا الأخير يواجه دائماً قائمة من الممنوعات المنتجة أو المستوردة، صحيح ان كل دولة لها الحق في منع انتاج أو دخول بعض السلع تحقيقاً لاهداف اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية أو دينية أو أخلاقية وغيرها، إلا ان التدخل في كل تفاصيل النشاط الاقتصادي قد عرض المستهلك الى حرمان واضح وخروقات لا يمكن تجاهلها في حقوقه، هذا من جانب.

ومن جانب آخر، فقد عانى المستهلك العراقي من عزلة تامة عن العالم الخارجي لأكثر من عقد من الزمن، بفعل العقوبات الاقتصادية ومن ضمنها الحصار الاقتصادي الذي فرض على العراق بموجب قرار مجلس الأمن المرقم (٦٦١) في ٦/ آب/ ١٩٩٠، وقد كان عقد التسعينات بحق مزريراً بالنسبة للعراقيين الذين عانوا من تدهور أوضاعهم المعيشية، ودليلاً على ذلك يكفي الإشارة الى انخفاض استهلاك المواد الأساسية كما يوضحه الجدول الآتي:

المادة	١٩٩٠	١٩٩٦
الدقيق	١٤ كغم	٥ كغم
الرز	١٣ كغم	١.٢٥ كغم
حليب الأطفال	٤.٤٣٠ كغم	١.٨ كغم
السكر	٣.٢٥٠ كغم	٥٠٠ كغم
الشاي	٢٧٠ كغم	١٠٠ كغم
الزيوت	١.٣٣٠ كغم	٧٥٠ كغم
مساحيق التنظيف	٥٤٠ كغم	٢٥٠ كغم

نسبة م خا ق د ك ص ا) ١

لل

لقد تميز عقد التسعينات من القرن العشرين بتدهور قيمة الدينار العراقي مقابل العملات الأخرى بسبب ارتفاع معدلات التضخم واعتماد الدولة في تمويل نفقاتها المختلفة على طريق التمويل بالعجز (طبع العملة)، رافق ذلك اعتماد بعض السياسات الحكومية بعد عام ١٩٩٥، والتي انصب جزء منها حول تخلي الدولة عن سياسات التشغيل التي كانت معتمدة، ومعنى ذلك، توقف الدولة عن التوظيف، ونتيجة لهذا القرار والاضاع الاقتصادية السيئة التي كانت سائدة، ازدادت معدلات البطالة وتدهورت القدرة الشرائية لدى المستهلكين، وازدادت نسبة الفقر في المجتمع، كل ذلك انعكس ربما بآثار سلبية على السوق المحلية التي في حقيقتها عجزت في تلك الفترة عن مواكبة التطورات الحديثة ومعرفة السلع الجديدة، وبالتالي حُرم المستهلك من سلع كثيرة وتخلي مجبراً عن الكثير من ضرورات الحياة.

هذا علاوة على ان مفردات البطاقة التموينية التي كانت مدعومة أسعارها من قبل الدولة لم تكن تؤمن الغذاء الكافي للمستهلكين إلا لأيام معدودة من الشهر وليس الشهر كله، وقد أشار تقرير منظمة الغذاء والزراعة وبرنامج الغذاء العالمي في تموز/يوليو ١٩٩٣، الى ان: نظام الحصص التموينية يؤمن ربما نصف حاجة الفرد من الطاقة، وان الغذاء يفتقر الى المواد المغذية الأساسية والبروتين، فضلاً عن ذلك أدى تضخم الأسعار الى ان كثير من السكان لم يكونوا قادرين على اكمال الحصة بالشراء من السوق^(٢٨).

وخالصة هذا الكلام، ان السوق قد تأثرت بسياسات الدولة ومراقبتها حركة الأسعار وحركة التجارة الخارجية لاسيما الواردات منها، والمستهلك في كل ذلك كان ضحية السياسات الحكومية الخاطئة، فلو كان المستهلك يشعر بالرفاهية الاقتصادية جراء ما يتقاضاه من دخل جيد، لكان قد أهتم بالادخار، وربما الانفاق الرشيد الذي يساعد على تنشيط السوق المحلية ومن ثم دعم الاقتصاد الوطني.

(٢) متغيرات السوق في مرحلة ما بعد الاحتلال

لم يكن ما حصل في السوق العراقية من متغيرات عفوية، وانما حصل ذلك بفعل ثلاثة عوامل أساسية يمكن إجمالها على النحو الآتي:-

أ. الحرب التي قادتها الولايات المتحدة ضد العراق في ٢٠/٢ آذار/٢٠٠٣ والتي انتهت باحتلاله في ٩/نيسان من العام نفسه وما رافقها من انفلات أمني وتدمير البنى التحتية للاقتصاد الوطني.

ب. ونتيجة للعامل الأول الذي تبعه حل الجيش العراقي ومن ضمنه قوات الحدود، فقد فتحت الحدود الدولية للعراق مع دول الجوار على مصراعيها، الأمر الذي ادى الى استباحتها بشكل لم يسبق له مثيل جاء متزامناً مع غياب الجانب الأمني.

ج. غياب الدولة بعد انهيار مؤسساتها، مما ادى الى غياب القانون الذي أنهى وجود أي شكل من أشكال الرقابة الجمركية على المنافذ الحدودية والتي بلغت (٢٣) منفذاً حدودياً، بعد ان كانت المنافذ الحدودية (٣) ثلاثة منافذ مسيطر عليها^(٢٩)، كذلك غياب الرقابة الصحية والصناعية وغيرها عن السوق العراقية.

وفي ظل ظروف التغيرات السياسية والاقتصادية التي جرت في العراق وبغض النظر عن حالة عدم الاستقرار السياسي والأمني، فقد ازدادت الدخول بشكل واضح لاسيما بالنسبة لمنتهي الدولة من ذوي الدخل المحدود، مما ادى الى تحسين القدرة الشرائية للمستهلكين وتحقيق نوع من الرفاهية الاقتصادية لشرائح واسعة من فئات المجتمع التي حرمت من تلبية حاجاتها الضرورية بفعل الحصار الاقتصادي والسياسات الحكومية الخاطئة، ولا ينكر هنا أهمية تبديل العملة الوطنية والمحاولات الجيدة للبنك المركزي العراقي في استقرار أسعار صرف الدينار العراقي مقابل العملات الأخرى، والذي ادى الى تحسين الظروف الاقتصادية للمستهلكين الى حد ما.

على العموم فإن العوامل التي مر ذكرها والمتغيرات الاقتصادية الجديدة قد انعكست على السوق العراقية، ويمكننا من خلال ذلك القول انها أدت الى ما يأتي:-

١. تعرض السوق العراقية الى هجوم سلعي من دول الجوار بعيداً عن قوانين وضوابط التجارة الخارجية، وبعيداً عن مواصفات الجودة المعروفة.

٢. تدمير الكثير من المؤسسات والمصانع الانتاجية أو غلق أغلبها وتوقفه عن الانتاج لأسباب مختلفة منها أوضاع الاحتلال أو الانفلات الأمني أو انقطاع التيار الكهربائي.
٣. إغراق السوق العراقية بشقيه أو من جانبيين، الأول: ان الإغراق كما تقدم هو بيع السلعة في سوق غير سوقها الاصلية بأسعار قد تقل عن أسعارها الحقيقية التي تباع فيها في السوق (الأم)، أما الثاني: فيعني امتلاء السوق المحلية بسلع متنوعة ومن مناشئ مختلفة حتى وان كانت تزيد عن طاقة السوق على استيعابها.
٤. تزايد عمليات التهريب عبر الحدود الدولية بما فيها تهريب أنواع من الأسلحة والمخدرات وبكميات كبيرة لم يشهدها العراق من قبل، ولعل خير مثال على ذلك وأقربه، ما أعلنته إحدى الفضائيات العراقية يوم ٦/١٠/٢٠٠٥ عن ضبط (٣٠٠) كغم من المخدرات تم تهريبها من دولة مجاورة الى العراق.
٥. فقدان الدولة لواحدة من أهم قنوات الإيرادات العامة وهي الرسوم الجمركية التي كان ينبغي فرضها على السلع المستوردة، لاسيما وان العراق بحاجة ماسة الى هذه الإيرادات في هذه الظروف التي مر بها.
٦. دخول سلع استهلاكية (المعمرة منها) مختلفة وأغلبها يُعد جديد على السوق العراقية مثل (الستلايت) والسلع الكهربائية والهواتف النقالة وغيرها.
٧. دخول سلع غذائية (منها المعلبة) غير صالحة للاستهلاك البشري نظراً لانتهاج فترة صلاحيتها أو عدم تخزينها بشكل جيد أو ممارسة حالات الغش التجاري لتسويقها في السوق عن طريق تبديل علاماتها التجارية وتاريخ صلاحيتها وطريقة تعبئتها.
٨. افتقار السوق الى المنتج المحلي الذي يمتلك مواصفات المنافسة مع السلع الأجنبية مما أدى ذلك الى استنزاف موارد المجتمع.
٩. انتشار الاعلان من خلال وسائل الاعلام المختلفة وغيرها والترويج للسلع الأجنبية، وبقدر حاجة المستهلك لهذا الاعلان لتعريفه بالسلع الجديدة ومزاياها ومناشئها، إلا ان الاعلان من جانب آخر، بعضه كان مضللاً للمستهلك، لأن هدفه كان لتسويق هذه السلع ومحاولة تحقيق الارباح أكثر من توعية المستهلك وتثقيفه.
١٠. استغلال الاوضاع السياسية والاقتصادية والظروف الأمنية السيئة من قبل ضعاف النفوس الذين استغلوا هذه الظروف للترويج لسلع رديئة، أو انهم عمدوا الى انتاج الكثير من السلع الاستهلاكية ولاسيما الغذائية منها بعيداً عن أي نوع من أنواع الرقابة.

خامساً / الآثار المحتملة على المستهلك العراقي في المستقبل

يمكن القول ان المتغيرات التي شهدتها السوق العراقية خلال المدة المنصرمة التي تقترب من سنتها الثالثة لها آثار قد تكون ايجابية في بعض جوانبها اذا أخذناها من جانب تلبيتها لكثير من حاجات المستهلك، واعتبارها منفذاً لاطلاع المستهلك على ما حدث من تطورات وتقدم علمي وتكنولوجي في الكثير من دول العالم التي قطعت شوطاً طويلاً في هذا المجال، وهي فرصة أيضاً للاقتصاد الوطني للاندماج بالاقتصاد العالمي والتكيف مع مستجداته.

وعلى الرغم من ذلك، فان الواقع يشير الى مجموعة من الآثار السلبية التي من الممكن ان تتركها تلك المتغيرات على الاقتصاد والمستهلك معاً، بل ان ما ينعكس على الاقتصاد عموماً سلبياً كان أم ايجابياً سوف ينعكس على المستهلك كذلك.

على العموم نرى ان الآثار السلبية التي ستركها تلك المتغيرات على المستهلك يمكن تقديمها على النحو الآتي:-

١. الأضرار بصحة المستهلك ليس على المدى القصير وانما حتى على المدى الطويل، وقد تكون هذه الأضرار ليس صحية فحسب وانما قد تكون اقتصادية أو اجتماعية سواء أكانت ظاهرة أم مخفية، مدركاً لها المستهلك أم غير مدرك.
٢. على الرغم من ان الكثير من السلع الجديدة هي ضرورية للمستهلك، إلا انها يمكن ان تشكل استنزافاً لموارد المجتمع ومنها دخول المستهلكين، لاسيما تلك السلع الرديئة أو التي لا يعرف منشأها والتي قد لا تعمر في الاستخدام طويلاً.
٣. تعرض المستهلك الى حالات من الغش والخداع والتضليل بواسطة الإعلانات المضللة أو ضعاف النفوس الذين يروجون لسلع رديئة أو غذائية غير صالحة للاستهلاك البشري أم غير ذلك.
٤. معاناة المواطن والتضحيات التي يقدمها يومياً جراء العمليات الارهابية وادامتها بالأسلحة والمتفجرات عن طريق الحدود وازدياد عمليات التهريب التي ستزيد الظروف الأمنية سوءاً وتعمل على عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي بل وحتى الاجتماعي.
٥. بروز ظواهر اجتماعية وصحية في المجتمع لم تكن موجودة أو معروفة سابقاً مثل انتشار تناول المخدرات والترويج لها، وتناولها من قبل العاطلين عن العمل أو الذين يشعرون باليأس والاحباط جراء الظروف الصعبة التي يمر بها البلد.
٦. زيادة معدلات البطالة في المجتمع بسبب توقف المصانع عن الانتاج وعدم قدرة المنتج العراقي على المنافسة نظراً لانخفاض أسعار السلع المستوردة، ومن ثم فإن زيادة البطالة يعني زيادة عبء الاعالة وتدهور مستوى رفاهية العائلة العراقية.
٧. عدم استثمار طاقات الكفاءات العلمية والاستفادة من مؤهلاتهم العلمية لعدم وجود فرص العمل الملائمة مع تخصصاتهم وتوجههم للعمل في أعمال (دونية أو مهينة) لكرامتهم، وخير مثال على ذلك ان كثيراً من خريجي المعاهد والجامعات يعملون (عتالين) في سوق الشورجة.
٨. هدر حقوق المستهلكين في العراق على أثر غياب القانون وضعف متابعة هذه الحقوق وحمايتها.
٩. تزايد حالات الفساد الاداري والمالي وانتشار مظاهرها في المجتمع حتى في أبسط صورها مثل الرشوة وشراء الذمم.
١٠. انتعاش الفئات الطفيلية في المجتمع والتي تحاول الاثراء على حساب المستهلكين نتيجة استغلالهم لظروف السيئة واستخدامهم للغش والخداع.
١١. اضعاف تطبيق القانون وتغييب الاجهزة الرقابية التجارية والصناعية والصحية، وبالتالي فان المستهلكين هم الضحية.
١٢. تزايد حالات التهريب الضريبي وحرمان المجتمع من موارد مهمة من الممكن استخدامها في اعمار البنى التحتية وتقديم الخدمات للمستهلكين.

سادساً / المعالجات المقترحة

من الطبيعي الاشارة الى ان معرفة الأسباب هي جزء أساس من الحل أو المعالجات المقترحة، وكما قلنا سابقاً، ان حماية المستهلك من الآثار السلبية التي قد تتركها المتغيرات الجديدة في السوق العراقية تتطلب جهوداً جماعية وليست فردية، تتظافر مع بعضها لمواجهة كل الظواهر السلبية المدانة في المجتمع.

لذلك نعتقد ان حماية المستهلك يمكن ان تتم من خلال ما يأتي:-

١. تفعيل دور الأجهزة والمؤسسات الرقابية مثل الرقابة الصحية والصناعية والتجارية وكذلك الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية.
٢. التنسيق بين وزارة الصحة والوزارات الأخرى العراقية مع الوزارات المناظرة في دول الجوار لضمان وصول السلع الغذائية السليمة الى العراق، و إبرام الاتفاقيات اللازمة، مثل الاتفاق الذي تم ابرامه مع الاردن لضمان سلامة الغذاء المستورد عبر اراضيه.
٣. تفعيل تطبيق القوانين أو تعديل البعض منها، لاسيما القوانين التي لا تزال نافذة، مثل قانون الجمارك رقم (٢٣) لسنة ١٩٨٤.
٤. قيام الإعلام بأنواعه المختلفة بدور فاعل لحماية المستهلك من الاعلانات المضللة وعدم تشجيع بثها أو الترويج لها، مع توعية المستهلك وتعزيز خياراته الاستهلاكية.
٥. اصدار قانون خاص لحماية المستهلك يكون مستقلاً عن مضامين قوانين الوزارات والمؤسسات الرقابية الرسمية، وكذلك اصدار قانون منع الاحتكار.
٦. احكام السيطرة على الحدود الدولية للعراق مع جميع الدول المجاورة له، والالتزام باحكام اتفاقيات منظمة التجارة العالمية (WTO) فيما يتعلق بالتعريفات الجمركية ومنع استخدام سياسة الاغراق.
٧. تمثيل جمعيات ومراكز حماية المستهلك في اللجان والمؤسسات الحكومية التي لها علاقة بوضع السياسات الخاصة بالمستهلك وحمايته.
٨. تضمين مواد المناهج الدراسية مثل مادة حقوق الانسان في الجامعات بعض موضوعات حماية المستهلك من أجل توعية المجتمع وزيادة ثقافته في هذا المجال.
٩. دعم مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات ومراكز الابحاث المتخصصة والتي لها علاقة بحماية المستهلك، كي تتمكن من اداء دورها الرقابي على السوق العراقية والقيام بالبحوث التي تدعم حماية المستهلك في العراق.

المصادر والهوامش

١. خضير كاظم حمود ومحسن علي الكتبي، التسويق: مدخل النظم والأساليب الكمية، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، ١٩٩٢، ص (٣٠٩).
٢. مجلة حماية المستهلك، العدد الثاني، كانون الأول، ٢٠٠١، ص(٥).
٣. نزار عبد المجيد البرواري وناجي عبد الستار محمود الدوري، حماية المستهلك في القطاع الصحي: دراسة تطبيقية في عينة من مستشفيات بغداد، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (٤)، العدد (٤)، ٢٠٠١، ص(٣٠).

٤. د. كريم مهدي الحسنوي، مبادئ علم الاقتصاد، مطبعة أوفسيت حسام، بغداد، ١٩٩٠، ص(١٩٣).
٥. د. عبد المنعم السيد علي، مدخل في علم الاقتصاد: دراسة في مبادئ الاقتصاد الرأسمالي والاشتراكي، ج ١، الجامعة المستنصرية، بغداد، ١٩٨٤، ص ص (٨٧-٨٨).
٦. د. خزعل مهدي الجاسم، الاقتصاد الجزئي، مطبعة جامعة الموصل، (بلا تاريخ)، ص ص (٢٨٦-٢٨٧).
٧. ثائر محمود رشيد العاني وميس صاحب عبد الوهاب، التجارة الالكترونية: أداة للمنافسة الدولية في الأسواق العالمية، مجلة دراسات اقتصادية، بيت الحكمة، العدد (١٥)، السنة الرابعة، ٢٠٠١، ص(٩٧). نقلاً عن:
- عبد الاله الديوه جي، التجارة الالكترونية، الاسكوا، نيويورك، ٢٠٠١، ص(٣).
٨. السياسة التجارية: مجموعة القيود والتنظيمات التي تتعلق بتجارة الدولة.
٩. د. محمد عبد العزيز عجمية، الاقتصاد الدولي، دار الجامعات المصرية، الاسكندرية، ١٩٧٨، ص(١٥٦).
١٠. المصدر السابق، ص(١٥٩).
١١. نزار عبد المجيد رشيد البرواري، مصدر سابق، ص(٢٩).
١٢. د. سالم محمد عبود، حماية المستهلك: المفهوم والنشأة، نشرة حماية المستهلك، مركز ابحاث السوق وحماية المستهلك، العدد السادس عشر، كانون الثاني، ٢٠٠٥، (بلا صفحات).
١٣. حامد الابراهيم، المستهلك: حمايته في الدول المتقدمة وغير المتقدمة، مجلة حماية المستهلك، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك في العراق، السنة الثانية، العدد التاسع، آيار- حزيران، ٢٠٠٥، ص(١٠).
١٤. د. سالم محمد عبود، المصدر السابق.
١٥. المصدر السابق.
١٦. حامد الابراهيم، المصدر السابق، ص ().
١٧. سعد عبد المجيد، تركيا: يوم المستهلك لمنع الغش، موقع اسلام أون لاين على شبكة الانترنت، في ٢٠٠٥/٥/٣٠.
١٨. سلوى الاسطواني، سوريا: المستهلك يخرج للنور، موقع اسلام أون لاين على شبكة الانترنت، في ٢٠٠٥/١/٧.
١٩. عائشة جبار، الكويت: حماية المستهلك من نفسه، موقع اسلام أون لاين على شبكة الانترنت، في ٢٠٠٥/١/٢٨.
٢٠. المصدر السابق.
٢١. —، المعايير وحماية المستهلك، شبكة الانترنت، في ٢٠٠٥/٥/٣٠.
٢٢. —، المكننة والتجارة الالكترونية، شبكة الانترنت، في ٢٠٠٥/٥/٢٤.
٢٣. جميل حلمي، الحماية الالكترونية للمستهلك، موقع اسلام أون لاين على شبكة الانترنت، في ٢٠٠٥/٥/٣٠.
٢٤. المصدر السابق. وهناك مثال آخر، حيث دشّن نشطاء لجنة حقوق المواطن التي تحمي حقوق المستهلك موقعاً الكترونياً هو : <http://www.Mowatenmasri.com> ليوسعوا من قاعدة التأييد لقضية مكافحة احتكار شركتي المحمول في مصر، وعلنوا أياماً محددة لمقاطعة المحمول بحيث يغلق كل مشترك هاتفه المحمول، وقد نجح ضغط هذه اللجنة نسبياً،

حيث عدلت شركتا الهاتف المحمول في مصر بصورة جزئية قراراً بشأن تعريف جديدة للخدمة المدفوعة مقدماً.

٢٥. لمزيد من التفاصيل، ينظر: المقابلة الصحفية التي أجريت مع د. ضياء صافي آل مكوثر رئيس الهيئة الادارية للجمعية الوطنية لحماية المستهلك في العراق والمنشورة في صحيفة (النهضة)، العدد (٣٤١)، الاثنين ١٤/شباط/٢٠٠٥، ص(٦).

٢٦. لمزيد من التفاصيل، ينظر: د. فيصل عبد الفتاح نافع، حماية المستهلك في العراق، نشرة أوراق اقتصادية، قسم الدراسات الاقتصادية، مركز دراسات وبحوث الوطن العربي، العدد الرابع، آيار، ٢٠٠٤، ص ص(٦-٧).

٢٧. ينظر: - د. ليث سلمان الربيعي، حقوق المستهلك، مجلة حماية المستهلك، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، العدد (توكلنا على الله)، كانون الثاني، ٢٠٠١، (بلا صفحات).

- سالم حميد الجبوري، التشريعات الغذائية وحماية المستهلك: الواقع والطموح، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، سلسلة اصدارات المركز (٢)، ص(٥).

٢٨. جيف سيمونز، التنكيل بالعراق: العقوبات والقانون والعدالة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٨، ص(١٧٩).

٢٩. لمزيد من التفاصيل، ينظر: المقابلة الصحفية التي أجريت مع د. منى تركي الموسوي مدير مركز بحوث السوق وحماية المستهلك في جامعة بغداد، والمنشورة في صحيفة (بغداد)، العدد (١٠٥١)، يوم السبت ٢٣/نيسان/٢٠٠٥.