

Distr.: Limited  
30 August 2010  
Arabic  
Original: English

# مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية



مؤتمر الأمم المتحدة السادس المعني باستعراض جميع جوانب  
مجموعة المبادئ والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد  
الأطراف من أجل مكافحة الممارسات التجارية التقييدية

جنيف، ٨-١٢ تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠١٠

البند ٦ (أ) من جدول الأعمال المؤقت

استعراض تطبيق المجموعة وتنفيذها

## القانون النموذجي بشأن المنافسة (٢٠١٠) - الفصل الثامن

## القانون النموذجي بشأن المنافسة (٢٠١٠) - الفصل الثامن

بعض الجوانب الممكنة لحماية المستهلكين  
في عدد من البلدان، تكون التشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين مستقلة عن  
التشريعات المتعلقة بالممارسات التجارية التقييدية.

### التعليقات على الفصل الثامن، والنهج البديلة في التشريعات القائمة

#### مقدمة

- ١- لئن كانت سياسات حماية المستهلكين وسياسات المنافسة تتقاسمان هدفاً مشتركاً، هو تعزيز رفاه المستهلكين، فإنهما تتناولان هذا الهدف من منظورين مختلفين، وثمة اختلافات هامة في كيفية تنفيذهما.
- ٢- وقبل التطرق إلى العلاقة القائمة بين قوانين وسياسات حماية المستهلكين والقوانين والسياسات المتعلقة بالمنافسة، التي يتناولها الفصل الثامن من القانون النموذجي بشأن المنافسة، يبدو من المفيد تقديم بعض المعلومات الأساسية عن حماية المستهلكين.

#### الأساس المنطقي للتشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين ومحتويات هذه التشريعات

- ٣- تقوم التشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين على أساس استنتاج مفاده أن العلاقة بين المستهلكين والشركات التي يتعاملون معها غالباً ما تكون غير متكافئة من حيث الوضع الاقتصادي والمستوى التعليمي والقدرة على المساومة. ولذلك فإن قانون حماية المستهلكين النموذجي يسعى إلى تصحيح هذا الموقف الأضعف أو التعويض عنه، والمساهمة من ثم في رفاه المستهلكين. وتباین سبل تحقيق هذا الهدف تبايناً كبيراً بين البلدان المختلفة. والحقيقة أن بالإمكان القول إن التشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين هي أكثر تنوعاً للغاية من قوانين المنافسة. ووفقاً لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك<sup>(١)</sup>، التي تقدم بعض التوجيهات لوضع التشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين، يوصى بأن تتناول هذه التشريعات الجوانب التالية:

"(أ) حماية المستهلكين من الأخطار التي تهدد صحتهم وسلامتهم؛

(ب) تعزيز وحماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين؛

- (ج) توفير سبل حصول المستهلكين على المعلومات الوافية التي تمكنهم من الاختيار عن اطلاع وفقاً لرغبات واحتياجات كل منهم؛

(١) مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك (بصيغتها الموسعة في عام ١٩٩٩)، متاحة على العنوان التالي: [http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption\\_ar.pdf](http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_ar.pdf).

(د) تثقيف المستهلكين، بما في ذلك تثقيفهم بشأن الآثار البيئية والاجتماعية والاقتصادية المترتبة على اختياراتهم؛

(هـ) توافر وسائل فعالة لتعويض المستهلكين؛

(و) حرية تشكيل جماعات أو منظمات للمستهلكين وغير ذلك من التنظيمات ذات الصلة، وإتاحة الفرصة لها لكي تعبر عن آرائها في عمليات اتخاذ القرارات التي تمس المستهلكين؛

(ز) تشجيع أنماط الاستهلاك المستدامة.<sup>(٢)</sup>

٤- ونقدم فيما يلي بعض الأمثلة على سبل ترجمة هذه الجوانب المختلفة إلى تشريعات لحماية المستهلكين.

### أنظمة سلامة المنتجات

٥- تشكل سلامة المنتجات، منذ مدة، إحدى المسائل الرئيسية في التشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين. وقد نشأت أنظمة سلامة المنتجات انطلاقاً من تزايد توقعات المستهلكين بشأن نوعية المنتجات الموفرة لهم. وتُستكمل أنظمة السلامة الوطنية بالمعايير الوطنية أو الدولية والمعايير الطوعية وبسجلات السلامة، وذلك لضمان أن تكون المنتجات مأمونة سواء من حيث استعمالها في الغرض الذي صُنعت من أجله أو في غرض آخر يُتوقع عادة استخدامها فيه. ويمكن الإشارة إلى أستراليا كمثال على بلد لديه نظام إنفاذ مصمم تصميمياً جيداً فيما يتعلق بأنظمة سلامة المنتجات. فمنذ عام ٢٠٠٨، أصبحت اللجنة الأسترالية للمنافسة وشؤون المستهلك تتمتع بصلاحيات جديدة لتعزيز سلامة المنتجات، بما في ذلك صلاحية إصدار مذكرات المخالفات، وصلاحية إصدار تحذيرات على وجه السرعة بشأن سلامة المنتجات، وصلاحية إسقاط الأهلية عن مديري الشركات التي تقوم (مثلاً) ببيع أو إنتاج منتجات لا تمتثل لقواعد السلامة الإلزامية<sup>(٢)</sup>.

### الحماية من المعلومات الزائفة أو المضللة

٦- يتمثل مجال الاهتمام التقليدي للتشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين، عموماً، في منع الممارسات التجارية غير العادلة. وفي هذا الصدد، ثمة كثير من التشريعات التي تمنع المؤسسات التجارية أو الرابطات التجارية من نشر معلومات زائفة أو مضللة بشأن أحد المنتجات، سواء على بطاقة وسم المنتج أو من خلال حملة تسويقه. فقانون حماية المستهلكين في بربادوس، مثلاً، يبين بشكل عام أنه "لا يجوز لشخص، كمورد في ميدان التجارة أو التبادل التجاري،

(٢) القانون الأسترالي لعام ١٩٧٤ بشأن الممارسات التجارية، القانون رقم ٥١ لعام ١٩٧٤ بالصيغة المعدلة. للاطلاع أيضاً على مزيد من المعلومات عن كيفية اعتماد الإصلاحات، انظر:

<http://www.productsafety.gov.au/content/index.phtml/tag/ChangesInLegislation>

إتيان تصرف يكون أو يرجح أن يكون مضللاً أو خادعاً". وبمضي هذا التشريع في سرد عدد من الحالات التي يمكن أن تعتبر "مضللة" أو "خادعة"، مثل الادعاء زوراً أن السلع تستوفي معياراً معيناً؛ أو الادعاء زوراً أن السلع تتميز بخاصية أداء معينة؛ أو تقديم معلومات مضللة بشأن وجود شروط أو ضمانات أو حقوق أو سبل انتصاف فيما يتعلق بسلعة أو خدمة معينة<sup>(٣)</sup>.

### مراقبة الشروط التعاقدية المعيارية

٧- تُستخدم في الأعمال التجارية، في بعض القطاعات، عقود نموذجية تتضمن شروطاً إلزامية تفرض بوجه خاص على المستهلك أن يقبل الشروط؛ ومن ثم تنقيد حريته في التعاقد وممارسة حق الاختيار. واعتمدت بعض البلدان أنظمة لقطاعات معينة تنص على امتثال قطاع الأعمال للعقود المعيارية/النموذجية. وتنص ولايات قضائية أخرى على إجراء محدد لكي يتسنى دمج الشروط التعاقدية المعيارية في عقد من عقود المستهلكين، وتسمح بإجراء القاضي مراقبة معمقة للشروط ذات الصلة. فعلى سبيل المثال، يشترط القانون المدني الألماني، تماشياً مع توجيه صادر عن الاتحاد الأوروبي بشأن شروط التعاقد غير العادلة<sup>(٤)</sup>، أن يُطلَع المستهلك، قبل إبرام عقد من عقود المستهلكين، على دمج الشروط المعيارية في العقد، وأن تتاح أمامه إمكانية قراءة الشروط المعيارية ذات الصلة. وعلاوة على ذلك، يمكن أن ينظر قاض في الشروط التعاقدية المدرجة في عقود المستهلكين ويلغيها إذا لم تكن عادلة<sup>(٥)</sup>. وتعتبر هذه الرقابة المفروضة على الشروط التعاقدية تقييداً لحرية التعاقد.

### اشتراطات كشف المعلومات

٨- نظراً إلى حاجة المستهلكين إلى الحصول على ما يكفي من المعلومات ليتسنى لهم أن يختاروا عن علم المنتجات والخدمات التي يودون شراءها، ومراعاة لعدم تكافؤ العلاقة بين المستهلكين والمنتجين/الموزعين في الاطلاع على المعلومات، قد يكون من المناسب إلزام المنتجين والموزعين بالكشف عن المعلومات. فيمكن، مثلاً، تصميم قاعدة لضمان إتاحة معلومات محددة وهامة للمستهلكين، تمكنهم من اتخاذ قرارات مستنيرة بقدر أكبر بشأن ما يُرجى شراؤه من منتجات أو خدمات. ومن الأمثلة على شرط شائع جداً من شروط الكشف عن المعلومات إلزامية وضع العلامات على المنتجات. فالأغذية، على وجه الخصوص، تحتاج في أغلب الأحيان إلى أن توسم بطريقة مفصلة للغاية، بحيث تتاح معلومات هامة لصحة المستهلكين.

(٣) قانون المنافسة العادلة في بربادوس ٢٠٠٢-١٩، CAP.326C، البابان ١٢ و ١٣.

(٤) توجيه الاتحاد الأوروبي EEC/93/13 المؤرخ ٥ نيسان/أبريل ١٩٩٣ بشأن الشروط غير العادلة في عقود المستهلكين، الجريدة الرسمية، ١٩٩٣، L95/29.

(٥) انظر الأبواب من ٣٠٥ إلى ٣١٠ من القانون المدني الألماني (Bürgerliches Gesetzbuch).

٩- وإذا كانت القواعد تركز على توافر المعلومات، فلا بد أيضاً من استحداث قواعد أو نظم لكي يتسنى للمستهلك أن يستوعب المعلومات المعقدة المتاحة له. وجدير بالذكر أن المعلومات لا تكون دوماً أمراً رئيسياً لدى تصميم القواعد، إذ أن فيض المعلومات يمكن أن يؤدي ببساطة إلى زيادة اللبس وعدم الاهتمام. وبغية استكمال قاعدة من قواعد كشف المعلومات، يمكن لوائح القوانين أن يصمموا نظماً عملية تساعد المستهلكين على استيعاب المعلومات، ويمكن استخدامها أيضاً لتقديم مؤشرات وأدوات للمستهلكين.

١٠- فسجل الاتحاد الأوروبي للقياسات المتعلقة بالمستهلكين، مثلاً، هو نظام يتقصى الأسواق ويرصدها من منظور المستهلك. ويُعد تقرير سنوي عن هذا السجل، يتيح معلومات عن الأسعار والشكاوى والسلامة والرضا وتغيير الموردين في أسواق البيع بالتجزئة للمستهلكين. وتُصنّف البيانات عن المستهلكين ومواقفهم إزاء التجارة العابرة للحدود من أجل تتبع التقدم المحرز في تكامل أسواق البيع بالتجزئة؛ كما تصنف البيانات عن الإنفاذ وجبر الضرر ومعالجة الشكاوى، بهدف وضع الشروط المتعلقة بالمستهلكين على صعيد الاتحاد الأوروبي وعلى صعيد الدول الأعضاء. وتُجمع البيانات باستخدام دراسات استقصائية تُجرى على نطاق الاتحاد، ثم تُعالج تلك البيانات وتحلل. ويتوخى أن تساعد البيانات المستمدة من سجل القياسات في إنفاذ التشريعات القائمة وفي وضع مدونات سلوك موجهة لقطاع الأعمال التجارية، كما تُستخدم تلك البيانات لتمكين المستهلكين من الحصول على معلومات واضحة ويمكنهم الاستفادة منها في انتقاء الخيارات المناسبة وتفاذي الاحتيال وممارسة حقوقهم<sup>(٦)</sup>.

### مدونات السلوك أو قواعد السلوك الإلزامية

١١- إضافة إلى فرض قواعد سلوك معينة، يبدو أن هناك ميلاً متزايداً نحو تشجيع قطاع الأعمال على التنظيم الذاتي، رهناً بموافقة الوكالة المعنية بحماية المستهلكين.

١٢- فنظام قبول مدونات سلوك المستهلكين التابع لمكتب التجارة المنصفة في المملكة المتحدة، على سبيل المثال، هو إطار لمنح الموافقة في هذا الصدد لمجموعات مؤسسات الأعمال - من خلال رابقتها التجارية - التي تتطوع باتباع مدونة سلوك تعزز مصالح المستهلكين أو تحميها، وتستوفي المعايير التي يحددها المكتب لضبط النظام. وتعمل الرابطة التجارية، بالفعل، على صياغة قواعد للتنظيم الذاتي تهدف إلى معالجة شواغل المستهلك المحددة، من قبيل الحاجة إلى كشف المعلومات قبل إبرام العقد، والتحلي بالصدق في إعلانات المنتجات ووسمها، ووضع شروط تعاقدية عادلة. وتُعرض مدونة السلوك على المكتب، ولضمان الحصول على "ختم" موافقته، لا بد من استيفاء معايير رئيسية معينة؛ فعلى سبيل

(٦) بلاغ من المفوضية الأوروبية، "رصد النتائج المتعلقة بالمستهلكين في السوق المشتركة: سجل القياسات المتعلقة بأسواق المستهلكين" (Monitoring consumer outcomes in the single market: the Consumer Markets Scoreboard)، ٢٩ كانون الثاني/يناير ٢٠٠٨، COM(2008) 31 final.

المثال، يجب أن تشمل العضوية أغلبية شركات القطاع؛ ويجب إلزام جميع الأعضاء باحترام المدونة والامتثال لها؛ وينبغي أن تتاح للجهات الراعية للمدونة فرص الوصول إلى ما يكفي من تمويل وموارد لتحقيق أهداف المدونة، كما يجب أن يكون بمقدورهم أن يبرهنوا على أن المنظمات التي تمثل المستهلكين، وكذلك هيئات الإنفاذ، قد استشيرت طوال عملية إعداد المدونة<sup>(٧)</sup>.

١٣ - وفي اليابان، ينص أيضاً القانون المتعلق بالهدايا والدعاية في مجال التعاقد على التنظيم الذاتي. وجاء في مادته ١٢ أنه "يجوز لمقاول أو رابطة تجارية، لدى الحصول على ترخيص من لجنة التجارة المنصفة عملاً بقواعد تلك اللجنة، فيما يتعلق بالمسائل ذات الصلة بالهدايا أو الدعاية في مجال التعاقد، إبرام أو تحديد اتفاق أو قاعدة، بهدف منع إغراء المستهلكين بصورة غير مشروعة، وضمان المنافسة العادلة. وينطبق الأمر ذاته في حالة السعي إلى إدخال تغييرات على ذلك"<sup>(٨)</sup>.

### أعمال التشريعات المتعلقة بالمنافسة وحماية المستهلكين

١٤ - كما ذكر آنفاً، لئن كانت التشريعات المتعلقة بالمنافسة وحماية المستهلكين تتقاسم هدفاً مشتركاً، هو تعزيز رفاه المستهلكين، فإن هذا الهدف يتحقق بطرق مختلفة. فقانون المنافسة يعزز إتاحة مجموعة من خيارات/بدائل الخدمات والسلع للمستهلكين، من خلال حماية المنافسة؛ بينما يتيح قانون حماية المستهلكين فرص الوصول إلى الخيارات/البدائل المتاحة وحرية الانتقاء منها. وتتناول السياسات المتعلقة بالقانونين الهدف ذاته من منظورين مختلفين. أما قانون المنافسة فيستخدم مجموعة من القواعد، بشكل عام وموحد، لتحقيق مزايا للسوق بأكملها؛ وأما قانون حماية المستهلكين فيستخدم قواعد محددة الهدف، تُتناول في قطاعات معينة أحياناً، من أجل توفير قدر أكبر من الإمكانات والمزايا للمستهلك. ولئن كان قانون المنافسة يعطي الأولوية للمنافسة في الأسواق، فإن قانون حماية المستهلكين لا يعالج مسألة مستوى المنافسة السائد في السوق.

١٥ - وتوجه قواعد قانون المنافسة توجيهاً مباشراً نحو السوق، وهي مصممة من أجل تنظيم طريقة تنافس الشركات في السوق، بغية تعزيز المنافسة بينها ومن ثم إتاحة مزيد من الخيارات للمستهلكين. أما قانون حماية المستهلكين فيتضمن طائفة من القواعد أكثر تنوعاً، تتناول سلوك الشركات ومعايير اشتغالها، وقواعد الالتزام بين فرادى الشركات والمستهلكين، بغرض تعزيز فرص الوصول إلى السلع والخدمات، وتعزيز قدر أكبر من الجودة في الخيارات المتاحة، وكفالة وصول المستهلكين إلى معلومات موثوقة وغير محرفة تساعدهم على الاختيار.

(٧) Office of Fair Trading "Consumer Codes Approval Scheme. Core Criteria and Guidance", OFT 390, March 2008.

(٨) قانون مكافحة الهدايا غير المبررة والدعاية المضللة في مجال التعاقد، القانون رقم ١٣٤ لعام ١٩٦٢.

وفي حين أن مزايا قانون المنافسة تقاس عادة اقتصادياً، فإن مزايا قانون حماية المستهلكين قد تكون اقتصادية لكنها تؤدي أيضاً إلى قيم لا تُقاس من منظور اقتصادي، من قبيل سلامة المستهلكين وصحتهم. ولذلك تختلف أحياناً مواضيع القواعد.

١٦- وفيما يخص انطباق القانون عموماً، يتسم انطباق قوانين المنافسة بمحدوديته من حيث أن قواعد المنافسة المتعلقة بالسلوك الاستبعادي والتواطؤ لا يمكن إعمالها لإحداث تغيير في قطاع محدد أو في هيكل سوق معينة. فالقواعد تطبق عموماً تطبيقاً موحداً على نطاق القطاعات بأكملها. أما قوانين حماية المستهلكين، فيمكن استخدامها لفرض قواعد سلوك على الشركات في قطاع بعينه لتتاح للمستهلكين معلومات أفضل عن الخيارات الممكنة، وفرص الحصول على سلع أكثر أماناً، والتعويضات في حال وجود شروط تعاقدية مضللة. وإضافة إلى ذلك، فقانون المنافسة يهدف إلى حماية حقوق المستهلكين على مستوى الصفقة الواحدة، إذ يضمن حماية الحقوق من مجموعة من الانتهاكات؛ في حين أن قانون المنافسة ينطبق على مستوى السوق، وتتحقق مقاصده بتعزيز مصالح المستهلكين لا على مستوى الصفقات وإنما على صعيد الشركات في السوق ذات الصلة.

١٧- وفيما يتعلق بتصميم سبل الانتصاف، من المهم الإشارة إلى أن سبل الانتصاف التي يتيحها قانون حماية المستهلكين قد تكون محددة الهدف بقدر أكبر للغاية مما هو حال سبل الانتصاف التي يتيحها قانون المنافسة؛ فالفئة الأولى، مثلها في ذلك مثل القواعد المنصوص عليها، يمكن أن تتجاوز فرض غرامات أو حظر سلوك معين. ويمكن بذلك استخدام مجموعة أكبر من الأدوات في هذا الصدد. فالتعويض من خلال جبر الضرر هو أحد الخيارات؛ شأنه في ذلك شأن المنع والردع من خلال الغرامات، والعقاب بواسطة السجن، وتعليق رخص مزاولة الأعمال. وفيما يتعلق بالتعويض على وجه التحديد، فلما كان قانون حماية المستهلكين يقوم عادة على مبدأي العدل والتوازن في الحقوق، سيكون التعويض أحد أكثر الأدوات فعالية ضمن سبل الانتصاف. فالتعويض، مثلاً، يسمح بتطور سبل الانتصاف على نحو أقل جموداً، مما يُفسح المجال لأن تكون وقائع القضية على وجه التحديد هي التي تفرض نتيجة منصفة للشركة والمستهلك على السواء. وكدليل عام لتصميم سبل الانتصاف، تجدر الإشارة إلى أن هناك عنصراً رئيسياً في تحديد اختيار سبل الانتصاف في إطار قانون حماية المستهلكين مفاده فيما يبدو أن حجم العقوبة يجب أن يكون رادعاً للسلوك الانتهازي القائم على انتهاك القواعد<sup>(٩)</sup>.

Cseres K (2009). Competition and consumer policies: Starting points for better convergence. (٩)

Amsterdam Centre for Law and Economics working paper no. 2009-06. 1 April

Garoupa N (1997). The theory of optimal law enforcement. و. <http://ssrn.com/abstract=1379322>

.11 Journal of Economic Surveys, 267-296

١٨- وإذ ينبغي التسليم بتباين طرائق إعمال قانوني حماية المستهلكين والمنافسة، يجدر التذكير بأن المسائل المتعلقة بالمنافسة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحماية مصالح المستهلكين الاقتصادية. وقد اعترفت كندا في هذا الصدد بتأزر سياسات هذين المجالين:

١٩- "فالإشارة إلى المستهلكين في نص غرض قانون المنافسة تعكس تقدير البرلمان أن قيام سوق تعمل بطريقة سليمة لا يتطلب إنفاذ القوانين ضد سوء استعمال سلطة السوق فحسب، وإنما يتطلب أيضاً اعتماد الشفافية في المعلومات المقدمة للمستهلكين من أجل تعزيز إمكانية اتخاذ قرارات مستنيرة في مجال الشراء. ولذلك فإن السياسة المتعلقة بالمستهلكين والسياسة المتعلقة بالمنافسة تعزز إحدهما الأخرى [...]"<sup>(١٠)</sup>.

### التفاعل بين حماية المستهلكين وقانون المنافسة

٢٠- نظراً إلى الأهداف المشتركة بين سياسات وقوانين حماية المستهلكين وسياسات وقوانين المنافسة، ومراعاة للاختلاف الكبير في طرائق إعمالهما، يمكن التساؤل عن كيفية تصميم علاقة التفاعل بينهما، سواء على مستوى التشريع أو الإنفاذ.

### على مستوى التشريع

٢١- يورد الفصل الثامن من القانون النموذجي بشأن المنافسة أن التشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين تكون، في عدد من البلدان، مستقلة عن التشريعات المتعلقة بالمنافسة. فيبدو أن الاتجاه السائد حالياً في البلدان التي تعتمد مثل هذه التشريعات هو سن قانونين منفصلين، أحدهما بشأن المنافسة والآخر بشأن حماية المستهلكين. ففي النظم الحديثة في مجال المنافسة، على سبيل المثال، كالنظم القائمة في بربادوس وجامايكا، وعلى الصعيد الجماعي في الجماعة الكاريبية، يُتناول قانون المنافسة وقانون حماية المستهلكين في إطار تشريعيين مستقلين. وينطبق الأمر ذاته على سويسرا. أما في بعض البلدان والمناطق، مثل أستراليا وبولندا وفرنسا وهنغاريا، وفي القانون الإقليمي للجماعة الكاريبية، فإن قانون المنافسة يتضمن فصلاً مكرساً لحماية المستهلكين. وهذه هي الحال أيضاً، مثلاً، في ليتوانيا وفي جمهورية فنزويلا البوليفارية، حيث يشتمل قانون المنافسة على أنظمة بشأن "الممارسات التجارية غير العادلة". وفي كندا، يتضمن قانون المنافسة أحكاماً تتطرق إلى الإعلانات المضللة والممارسات التسويقية الخادعة. وهذه الأحكام مصممة لضمان تزويد المستهلكين بمعلومات أساسية وموحدة ودقيقة عن منتجات استهلاكية معينة، ومنع الدعاية الخادعة والمزيفة.

(١٠) المنتدى العالمي المعني بالمنافسة الذي نظّمته منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (٢٠٠٨). التفاعل بين السياسات المتعلقة بالمنافسة والسياسات المتعلقة بالمستهلكين. DAF/COMP/GF(2008)10. ٥ حزيران/يونيه.

## على مستوى الإنفاذ

٢٢- إن النهج الذي يجسده القانون النموذجي بشأن المنافسة - وهو صوغ قانونين منفصلين - لا يمنع من اتباع نهج منسق إزاء وضع السياسة، ورغم أن التشريعات المتعلقة بحماية المستهلكين قد توضع بمعزل عن التشريعات المتعلقة بالمنافسة، فالقانونان يمكن أن ينفذا بطريقة منسقة، مما يسمح لكل سياسة بأن تكمل الأخرى وتعززها. ولما كانت هناك أيضاً صلات بين المتنين القانونيين، فإن مسؤولية إدارتهما تقع في كثير من الأحيان على هيئة واحدة. وهذه هي الحال مثلاً في الاتحاد الروسي وأستراليا وبنما وبولندا وبيرو والجزائر وسري لانكا وفرنسا وفنلندا وكوستاريكا وكولومبيا والمملكة المتحدة ونيوزيلندا والولايات المتحدة، وإلى حد ما على الأقل في إيطاليا وهنغاريا<sup>(١١)</sup>.

٢٣- وفي ولايات قضائية أخرى، تُكَلَّف هيئتان مختلفتان بإدارة قانوني المنافسة وحماية المستهلكين. فتشريع حماية المستهلكين والهيئة المعنية بحماية المستهلكين في إستونيا، على سبيل المثال، مستقلان عن تشريع المنافسة والمجلس المعني بالمنافسة. غير أن قانون المنافسة الإستهوي أيضاً يتضمن أحكاماً بشأن الممارسات التجارية غير العادلة. وتحدد محكمة مدنية انتهاكات هذه الأحكام. وفي زامبيا، يندرج التشريع المتعلق بحماية المستهلكين ضمن الباب ١٢ من قانون المنافسة. غير أن ذلك التشريع لا يتطرق إلى مسائل محددة ترتبط برفاه المستهلكين، مثل الصحة العامة والمعايير والمبيعات والشراء التأجيري. ولذلك، فلدى الاضطلاع بحماية المستهلكين، تعمل اللجنة المعنية بالمنافسة في إطار تعاون وثيق مع هيئات أخرى مثل السلطات المحلية ومكتب المعايير ودوائر الصحة العامة.

٢٤- ويبدو أن الاتجاه السائد في تصميم الهيكل المؤسسي هو ضم الوكالة المعنية بحماية المستهلكين إلى الهيئة المعنية بالمنافسة. ويظهر، بالفعل، أن هناك عدداً أكبر للغاية من البلدان التي تجمع هياتها المعنية بالمنافسة ووكالاتها المعنية بحماية المستهلكين في مقر واحد - رغم إنشاء إدارة مستقلة لكل وكالة في معظم الحالات، كأستراليا وباربادوس وبولندا وجامايكا وجمهورية كوريا وفرنسا وكندا ومالطة والولايات المتحدة واليابان، على سبيل المثال لا الحصر. ومن شأن تصميم هيئة معنية بالمنافسة تكون مزدوجة الاختصاص - لإنفاذ قانون المنافسة وحماية المستهلكين - أن يقيم علاقات تآزر في حال وجود تنسيق فعلي. فتمتع وكالة، مثلاً، بازدواجية الاختصاص، يؤدي إلى الاستفادة من وجود إدارة مركزية، وكفاءات تشغيلية، وأفرقة متنوعة من التخصصات، وكفاءة في استخدام الخبرات المتاحة. وثمة بالطبع مساوئ أيضاً

(١١) بغية حماية مصالح المستهلكين وتعزيز الممارسات العادلة في السوق، نفذ البرلمان الهنغاري، في عام ٢٠٠٨، التوجيه ٢٩/٢٠٠٥ المتعلق بالممارسات التجارية غير العادلة، والذي أدرج في القانون الهنغاري بموجب القانون رقم ٤٧ الصادر عام ٢٠٠٨ بشأن حظر الممارسات التجارية غير العادلة بين المنشآت التجارية والمستهلكين. ووفقاً لأحكام القانون، ثمة ثلاث هيئات مختلفة مسؤولة عن حماية المستهلكين هي: هيئة المنافسة الهنغارية وهيئة الرقابة المالية الهنغارية والهيئة الهنغارية لحماية المستهلكين.

في اتباع هذا النهج، لأن من الصعب أحياناً، رغم تشابه هذين المجالين القانونيين، التنسيق بين الإجراءات المتعلقة بقانون ينطبق على صعيد المستهلك بمفرده والإجراءات المتعلقة بقانون ينطبق على مستوى السوق؛ كما أن من الصعب في بعض الأحيان التنسيق بين القانونين على مستوى الحالة الواحدة<sup>(١٢)</sup>. وبالرغم من هذا الاتجاه نحو ازدواجية الاختصاص، ليس هناك ما يمنع واضعي القوانين من إقامة الوكالتين في أماكن منفصلة. كما تجدر الإشارة إلى أن بالإمكان، حتى في الحالات التي تكون فيها كل وكالة منفصلة عن الأخرى، تنسيق أنشطتهما من خلال إنشاء لجنة للإشراف أو لجنة مركزية، تشمل عضويتها ممثلين من الهيئة المعنية بالمنافسة ومن الوكالة المعنية بحماية المستهلكين، فضلاً عن أفراد من الإدارات الحكومية والوزارات الأخرى<sup>(١٣)</sup>.

(١٢) المنتدى العالمي المعني بالمنافسة الذي نظّمته منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (٢٠٠٨).  
التفاعل بين السياسات المتعلقة بالمنافسة والسياسات المتعلقة بالمستهلكين. DAF/COMP/GF(2008)10.  
٥ حزيران/يونيه.  
(١٣) المرجع نفسه.