

المستهلكية وحقوق المستهلك

* نشر في ملحق جريدة الحياة الجديدة "حياة وسوق" بتاريخ 2011/06/12

لم أجد ترجمة دقيقة لمصطلح Consumerism باللغة الإنجليزية، فقررت المغامرة بترجمته قياساً إلى مصطلح "المستهلكية" باللغة العربية؛ ولست أدري إن كان قد سبقني أحد إلى هذه المحاولة، فإن فعل فجزاه الله خيراً، وإن لم يفعل فستكون هذه مغامرة تستحق المحاولة.

ما يهمني هنا ليس ترجمة المصطلح وإنما معناه. فالمستهلكية هي حركة اجتماعية تهدف إلى تعظيم رفاهية المستهلك من خلال ضمان حصوله على السلع والخدمات التي يحتاج إليها بمواصفات جيدة وبأسعار معقولة. وهي بهذا المعنى أوسع بكثير من مصطلح حماية المستهلك الذي يوحي بأن المستهلك طرف ضعيف. في الواقع، المستهلك هو الطرف الأقوى في المعادلة ولكن قوته مشتتة وموزعة بين ملايين الأفراد، وبالتالي فهو لا يستطيع ممارسة ضغوط تعكس قوته الحقيقية في السوق. بالمقابل، فإن قطاع الأعمال يستطيع أن يحمي مصالحه من خلال تشكيل مؤسسات واتحادات ذات تأثير قوي، مثل مجلس تنسيق القطاع الخاص، جمعية رجال الأعمال، اتحاد الصناعات الفلسطينية، بالتريد، اتحاد شركات التأمين، جمعية البنوك، وغيرها. وهو يقوم، من خلال هذه المؤسسات، بالاتفاق على تثبيت الأسعار وتقسيم السوق والحد من المنافسة وعلى أشياء كثيرة أخرى يتعارض بعضها مع مصلحة المستهلك؛ كما يمارس، من خلال هذه المؤسسات أيضاً، ضغوطاً على الحكومة لسن وتعديل التشريعات الملائمة له. والسؤال هو، إذا كانت هذه المؤسسات تحمي مصالح قطاع الأعمال، فمن يحمي مصلحة المستهلك وحقوقه؟

لا يكفي أن تكون هناك فقط جمعية ضعيفة لحماية المستهلك، نشاطها محدود وصوتها غير مسموع، ولا يجوز أن تكون هذه الجمعية جزءاً من الجهاز الحكومي البيروقراطي. المطلوب هو حركة مستهلكية واعية تسعى إلى تعزيز حقوق ومصالح المستهلكين، وأن يقود ذلك جمعيات تقوم بإعادة الاعتبار إلى المستهلك الفلسطيني، وتعمل على توعيته وتعريفه بحقوقه، وتقرض على البائع الاهتمام بذوق المستهلك وخياراته ورغباته.

جميعيات المستهلك هذه هي مجموعات ضغط، تستطيع أن تمارس ضغطا على مؤسسات الأعمال لتقديم سلع وخدمات أفضل للمستهلك وضمان عدم استغلاله أو خداعه عن طريق الممارسات الخاطئة، مثل الغش التجاري والدعاية المضللة والتزوير واحتكار السلع، وتستطيع أن تمارس ضغطا على الحكومة لسن التشريعات وصياغة السياسات وبناء المؤسسات التي تحمي مصالح المستهلكين وتضمن سرعة تنفيذ القوانين. وهناك الكثير من وسائل الضغط التي تملكها هذه الجمعيات، فهي تستطيع أن تفضح الممارسات الخاطئة، وهي تستطيع أن تقاطع المنتجات غير المطابقة للمواصفات والجودة، وهي تستطيع أن تقاطع الشركات التي تحاول أن ترفع الأسعار بشكل احتكاري. وهناك أمثلة كثيرة على نجاح هذه الضغوط في أماكن مختلفة من العالم.

في العام 1962، ألقى الرئيس كيندي خطابا أمام الكونغرس الأمريكي حدّد فيه أربعة حقوق أساسية للمستهلك هي الحق في الحصول على سلعة آمنة، والحق في الحصول على معلومات كاملة وغير مضللة، وحق المستهلك في الاختيار، وحق المستهلك في الاستماع إليه. وقد اعتمدت الأمم المتحدة هذه الحقوق عام 1985، وأضافت إليها أربعة أخرى هي الحق في إشباع الحاجات الأساسية، والحق في التعويض عن الأضرار، والحق في التعليم، والحق في بيئة صحية. لقد أصبحت هذه الحقوق جزءا من القوانين والتشريعات المحلية في كثير من الدول المتحضرة ، وأن الأوان لتصبح جزءا من القوانين والتشريعات الفلسطينية وأن يتم تطبيقها بحزم.

لعل من المخرج أن يضطر المستهلك لشراء سلعة لا يعرف محتوياتها أو مكوناتها لأن بطاقة البيان مكتوبة بلغة لا يعرفها أو أنه لا توجد بطاقة بيان أصلا، بالرغم من التشريعات التي تجبر البائع على ذلك. وربما يكون من المحزن أن تحدث حالات وفاة بسبب إهمال جسيم في بعض المستشفيات ثم نعزو ذلك إلى القضاء والقدر وحدهما، دون أن يعرف المستهلك نتائج التحقيق، ودون أن يجد المتضرر من يعوّضه عن ذلك. ولعل من التناقض المثير للسخرية أن يدّعي البائع أن الزبون هو دائما على حق ولكنه يتعامل معه أحيانا بفظاظة تعكسها عبارات مثل "البضاعة المباعة لا تردّ ولا تستبدل"، بدلا من عبارة "نحن نضمن لك الرضا التام، وإذا لم ترض عن السلعة بشكل كامل، فيمكنك إعادتها خلال شهر لاستبدالها أو استرجاع نقودك". هذه أمثلة محدودة على انتهاكات لحقوق المستهلك يجب تداركها في التشريعات الفلسطينية.

نحن في فلسطين أحوج ما نكون إلى حركة مستهلكية حقيقية شاملة، وإلى مستهلك واع يعرف حقوقه ويدافع عنها، وإلى جمعيات مستهلك نشيطة في كل مكان من الأراضي الفلسطينية، خصوصا في ظل غياب التشريعات والأجهزة التي تحمي المستهلك وتدافع عن مصالحه، وفي ظل إغراق السوق بمنتجات المستوطنات، وفي ظل ضعف الرقابة، وعدم

السيطرة على الحدود. ولكي تتجح هذه الجمعيات، يجب أن تكون أهلية، غير مرتبطة بالحكومة، وأن تمثل جميع أطراف المستهلك الفلسطيني وتنتشر في كافة الأراضي الفلسطينية.

وأخيرا، لا بد من التأكيد أن المستهلكية ليست صراعا بين أطراف متنازعة ولكنها توازن لمصالح الأطراف المختلفة. وهي ليست ضد رجال الأعمال والمنتجين، بل هي في الواقع تساعد على فهم احتياجات ورغبات ومشاكل المستهلكين. بل إن كثيرا من الشركات الناجحة في معظم دول العالم تسعى باستمرار لمعرفة رأي المستهلك والاستماع لاقتراحاته وأفكاره بغية تطوير منتجاتها لتلبية احتياجات ورغبات زبائنهم، وهذا الاتجاه الصحيح هو اعتراف صريح بحقوق المستهلك، وهو نجاح باهر لفكرة المستهلكية ومساهمتها في خدمة المستهلك والمنتج والمجتمع ككل.

والآن، هل يستحق مصطلح "المستهلكية" أن نضيفه إلى معجم اللغة العربية!؟