

مركز حماية وارشاد المستعملين



استطلاع حول وعي المستهلكين بحقوقهم

تمارة 2014

مرصد حماية وارشاد المستهلك



بمناسبة الذكرى الأولى لتأسيسه والتي تصادف الاحتفال باليوم العالمي لحماية المستهلك أطلق مرصد حماية وإرشاد المستهلك "محام" استطلاع رأي حول مدى وعي المستهلكين بحقوقهم. شمل هذا الاستطلاع والذي امتد في الزمان لمدة 40 يوماً امتدت منذ 07 فبراير 2014 إلى حدود 11 مارس من نفس السنة، عينة من ساكنة مدينة تمارة محددة في 100 فرد من تمت فيها مراعاة تمثيلية الجنسين حيث ضمت الفئة المستجوبة 50 امرأة في مقابل 50 رجلاً تتراوح أعمارهم بين 18 و70 سنة.

ويعتبر هذا الاستطلاع كتجربة أولى في هذا المجال أراد من خلالها المكتب المسير لمرصد حماية وإرشاد المستهلك تكوين فكرة حول وعي المستهلكين بحقوقهم على مستوى مدينة تمارة، بهدف تخطيط برنامج عمل لسنة 2014 يراعي حاجيات و متطلبات ساكنة المدينة بهدف تنمية الوعي و نشر ثقافة حقوق المستهلكين.

حيث حاول المكتب المسير للمرصد من خلال عملية الاستطلاع هاته ملامسة مجموعة من المؤشرات المرتبطة بحقوق المستهلك سواء فيما يتعلق بالحق في التمثيلية، الحق في الإعلام، الحق في التراجع، نسبة العلم بالقوانين المنظمة لحقوق المستهلك، ثم المعايير التي تحكم الاختيارات الاستهلاكية للمستجوبين.

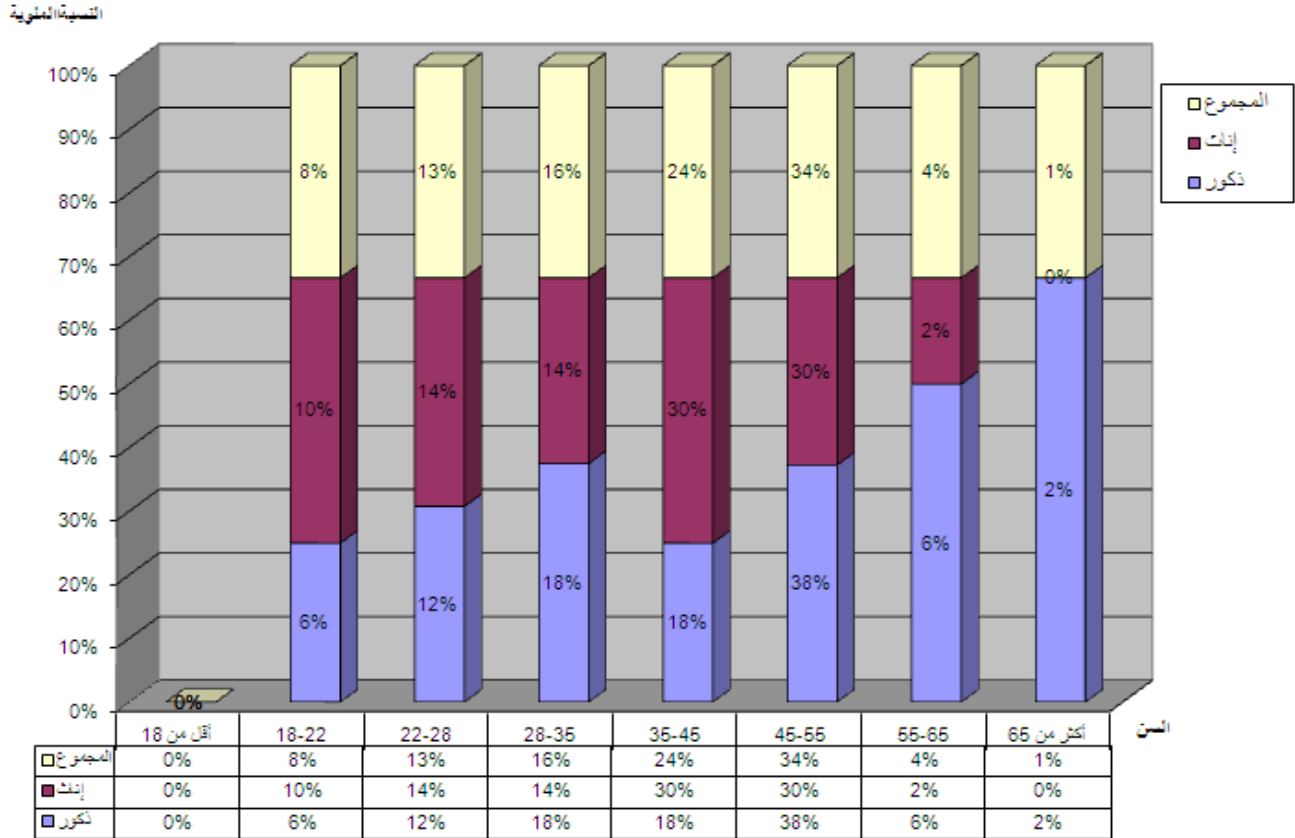
عن المكتب المسير

م.ج.ل.م

بطاقة تقنية حول الفئة المستجوبة

بالنسبة للفئة المستجوبة فقد تم اختيار عينة تتكون من 100 فرد نصفه ذكور و النصف الآخر إناث. راعى هذا الاختيار تمثيل مختلف أحياء مدينة تمارة و مختلف فئات المجتمع و طبقاته، و في ما يلي مبيان يوضح الفئة العمرية المستجوبة:

مبيان يوضح التصنيف حسب السن و الجنس

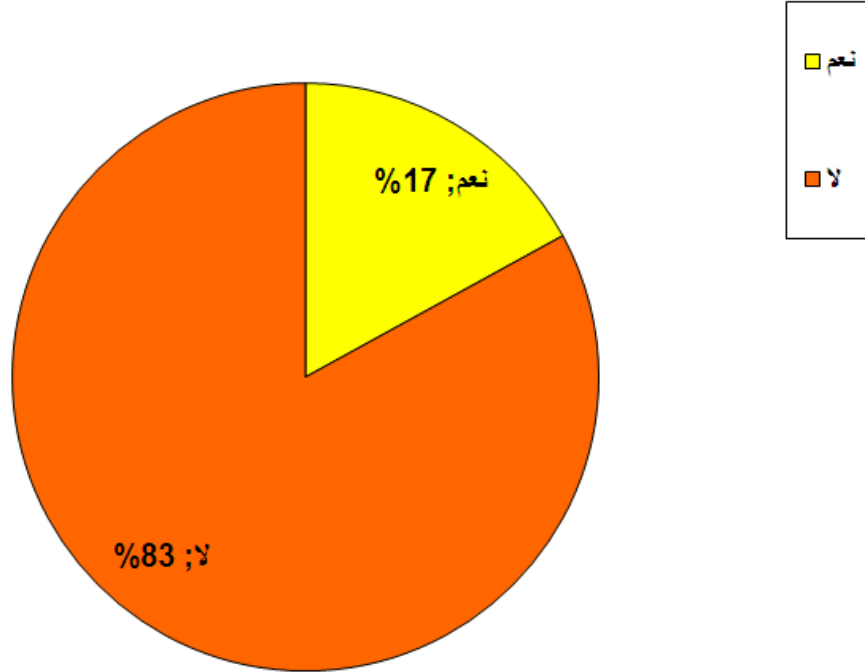


إن اختيار هذه الفئة المتنوعة من حيث الأعمار و المتكافئة من حيث الجنس، يعكس رغبة المكتب المسير للمرصد، في استطلاع رأي الشارع و حرصه على أن تكون العينة المستجوبة ممثلة لمختلف الشرائح العمرية و تضمن المساواة بين الجنسين، كما حرص المكتب المسير من خلال هذا الاستطلاع على ضمان حد أدنى من التقيد بشروط البحث العلمي الموضوعي، حيث تمت مراعاة مبدأ تمثيل العينة المستجوبة لجميع فئات المجتمع بمدينة تمارة و مختلف الطبقات و الشرائح الاجتماعية بهدف وضع خريطة طريق واضحة المعالم ضمن برمجة أنشطة المرصد المستقبلية.

على مستوى الحق في التمثيلية:

يقصد بالحق في التمثيلية، حق المستهلكين في الانتماء إلى جمعيات تهدف بشكل خاص إلى حمايتهم بهذه الصفة (المستهلكين) و الدفاع عن حقوقهم بجميع الوسائل و الآليات المتاحة قانونا. و قد نظم القانون المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك في بابه السابع جمعيات حماية المستهلكين و وضع لها إطارا خاصا يحدد شروط نشأتها و كيفية سير أعمالها غير أن الملاحظ من خلال عملية الاستطلاع التي قام بها "م.ح.ا.م" أن نسبة قليلة جدا من المستجوبين و الذين يمثلون ساكنة مدينة تمارة هي من تنخرط في إحدى جمعيات حماية المستهلك:

هل أنت عضو في إحدى جمعيات حماية المستهلك ؟

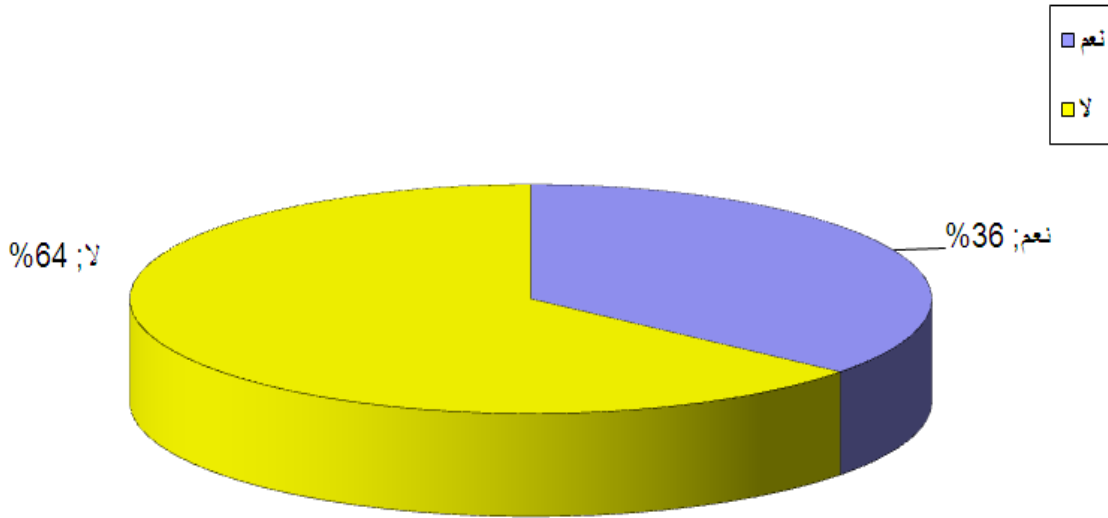


و الواقع أن هذه النسبة المتدنية التي تجسد نسبة الانخراط في جمعيات حماية المستهلك و تعكس بالتالي نسبة اهتمام فئة المستهلكين بحقوقهم في التمثيلية، تسائلنا بالدرجة الأولى كجمعيات لحماية المستهلك و مدى انفتاحنا على هذه الفئة التي نقوم بتمثيلها من جهة كما تسائل الجهات الوصية حول مدى تفعيلها للقانون المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك و بشكل خاص الباب السابع المتعلق بجمعيات حماية المستهلكين و مدى تزييلها للمراسيم التنظيمية التي تضمن فعالية تدخل هذه الجمعيات من قبيل المراسيم المتعلقة بالحق في التقاضي، تأسيس الجمعية الوطنية لجمعيات حماية المستهلكين، صندوق دعم جمعيات حماية المستهلكين....

حول نسبة درااية المستهلكين بالقوانين المنظمة لمجال حماية المستهلك:

يعتبر العلم بالقوانين المنظمة لمجال الاستهلاك و خصوصا تلك المتعلقة مباشرة بمسألة حماية المستهلك، بوابة تمتع هذا الأخير بحقوقه، حيث عمل "م.ح.ا.م" من خلال هذا الاستطلاع على استفسار المستجوبين حول معرفتهم بالقوانين المتعلقة بحماية المستهلكين فكانت النتيجة كالتالي:

مبيان يوضح نسبة درااية المستهلك بالقوانين المتعلقة بحمايته



و إذا كانت السمة العامة لهذه النتيجة هي أن أغلبية المستجوبين ليست لهم درااية بالقوانين المتعلقة بحماية المستهلك، فإن الواقع يعكس نتائج أخرى يمكن اكتشافها بطرح سؤال على الفئة القليلة التي تعلم بهذه القوانين، حول طبيعة هذا العلم أو هذه الدرااية التي تبدو غير كافية بتاتا. و هذه النتيجة تثير إشكالا عميقا يتمحور العلم بالقانون و مسطرة تبليغ عموم المواطنين بالنصوص القانونية المنشورة في الجريدة الرسمية.

حول الحق في الإعلام:

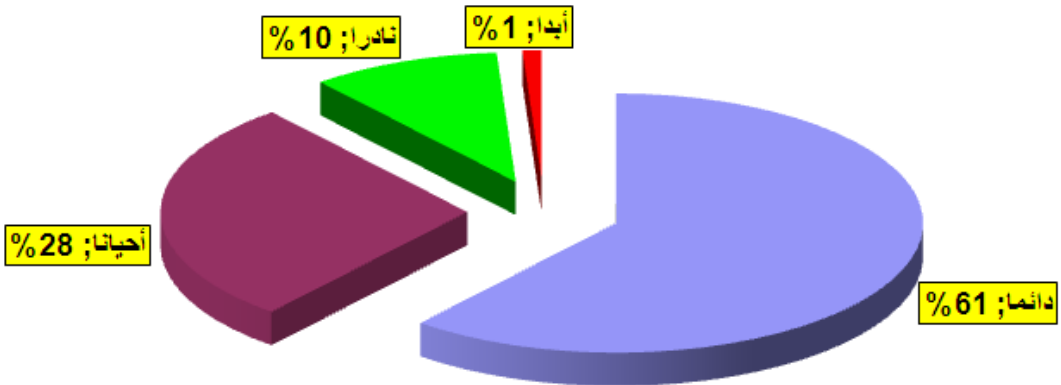
يعتبر الحق في الإعلام أحد أهم الحقوق التي يخولها القانون للمستهلك، بحيث يجب على المهني تمكين المستهلك من التعرف على المميزات الأساسية للمنتج بالإضافة إلى المعلومات الأساسية التي من شأنها أن تساعد المستهلك في عملية الاختيار.

و الواقع أن تمتع المستهلك بهذا الحق يقتضي التزام المهني بالإعلام، بالإضافة إلى حرص المستهلك على التمتع بهذا الحق. حيث حاول "م.ح.ا.م" من خلال هذا الاستطلاع ملامسة بعض المؤشرات حول مدى اهتمام المستهلكين بمدينة تمارة بحقوقهم في الإعلام، من خلال التركيز على ثلاث مؤشرات أساسية كالتالي:

الحرص على مراقبة تاريخ الصلاحية:

من خلال الاستطلاع الذي قام بها "م.ح.ا.م" فقد حمل مؤشر حرص المستهلكين على مراقبة تاريخ الصلاحية بعض الإيجابيات و عن لم تكن بالمستوى المطلوب حيث سجل الاستطلاع حرص 61% من المستجوبين على مراقبة تاريخ الصلاحية المواد الاستهلاكية بكيفية دائمة.

مبيان يوضح نسبة حرص المستهلك على مراقبة تاريخ صلاحية المواد الإستهلاكية

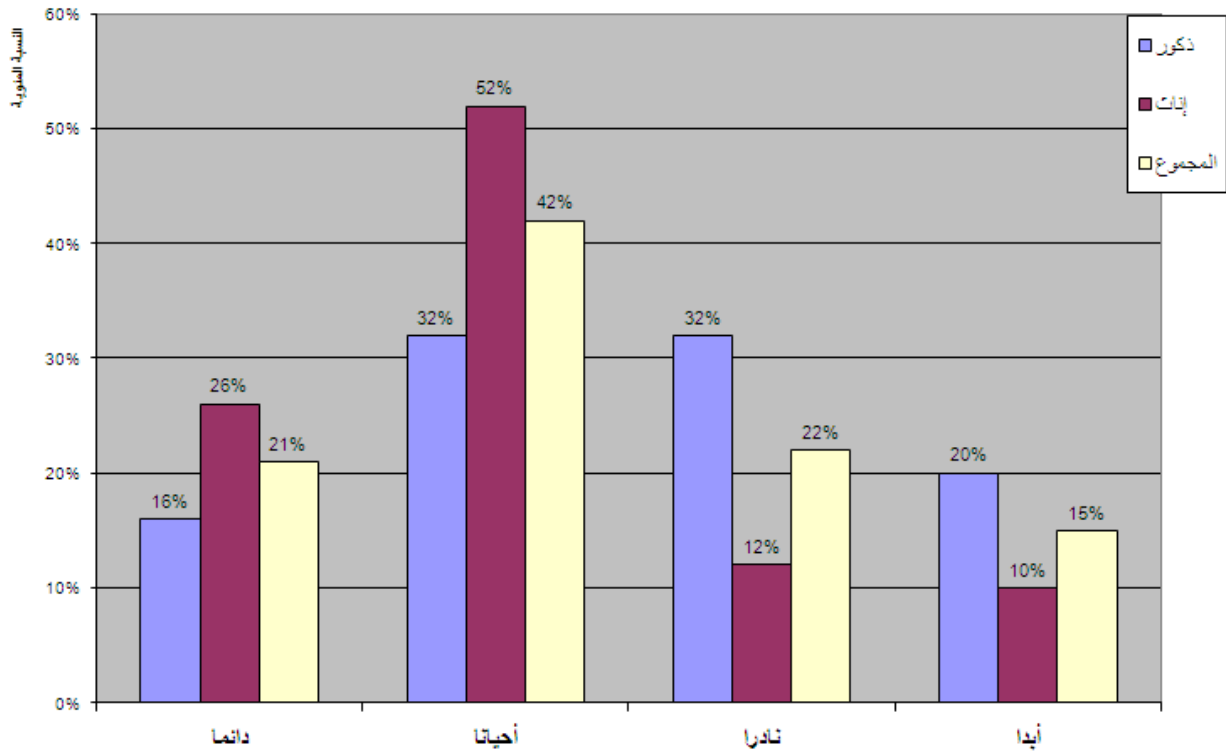


الحرص على قراءة مكونات المنتج:

يعتبر الاطلاع على مكونات المنتج ثاني أهم مظاهر حرص المستهلك على التمتع بحقه في الإعلام، بحيث غالبا ما تتضمن وثيقة عنونة المنتجات الاستهلاكية و بشكل خاص الغذائية منها، مجموعة من المكونات التي قد لا يرغب المستهلك في تناولها، أو التي قد تسبب له ضررا، أو تتضمن مكونا قد لا يتماشى مع عاداته الاستهلاكية أو ما يتناوله من أدوية أو غير ذلك.

غير ان نتائج هذا الاستطلاع تكشف أن 21% فقط من المستجوبين من يحرصون على قراءة هذه المكونات بشكل دائم فيما 15% لا يطلعون على هذه المكونات أبدا.

مبيان يوضح نسبة حرص المستهلك على قراءة مكونات المنتج قبل شرائه



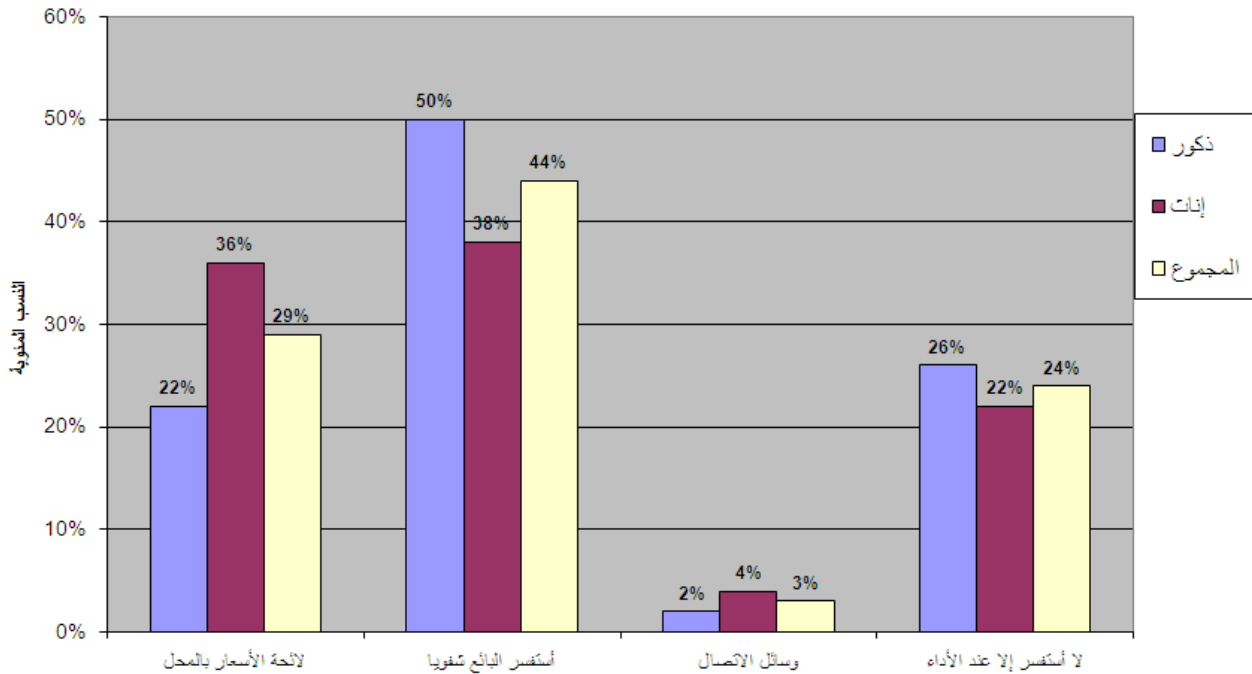
كيفية التعرف على أسعار المواد و الخدمات:

يعتبر إعلام المستهلك بالأسعار أحد أهم مظاهر الحق في الإعلام المخول للمستهلك، و الذي أفرد له المشرع تنظيمًا خاصًا وعيًا منه بأهميته في حماية المستهلك.

و إذا كان المشرع قد نص على تحرير الأسعار و إخضاعها لمنطق اقتصاد السوق و ربطها بالعرض و الطلب باستثناء بعض المواد التي تحددها النصوص التنظيمية، فإنه بالمقابل ألزم المهنيين بضرورة إعلام المستهلك بالسعر حتى يتمكن من ممارسة حقه في الاختيار. غير أن الملاحظ من خلال هذا الاستطلاع أن أغلب المستهلكين يفضلون استفسار المهني بشكل شفوي، مما يرجح إمكانية التفاوض مباشرة.

غير أن قراءة أخرى لهذه النتائج قد تؤكد أن المستهلك بمدينة تمارة لم يتعود على الاطلاع على لائحة الأسعار لأن أغلب المهنيين لا يشهرونها، كما لا يستعمل وسائل الاتصال المختلفة للاطلاع على السعر قبل اللجوء إلى المهني قصد الشراء لكون هذه الوسيلة لا تتضمن الأسعار الحقيقية.

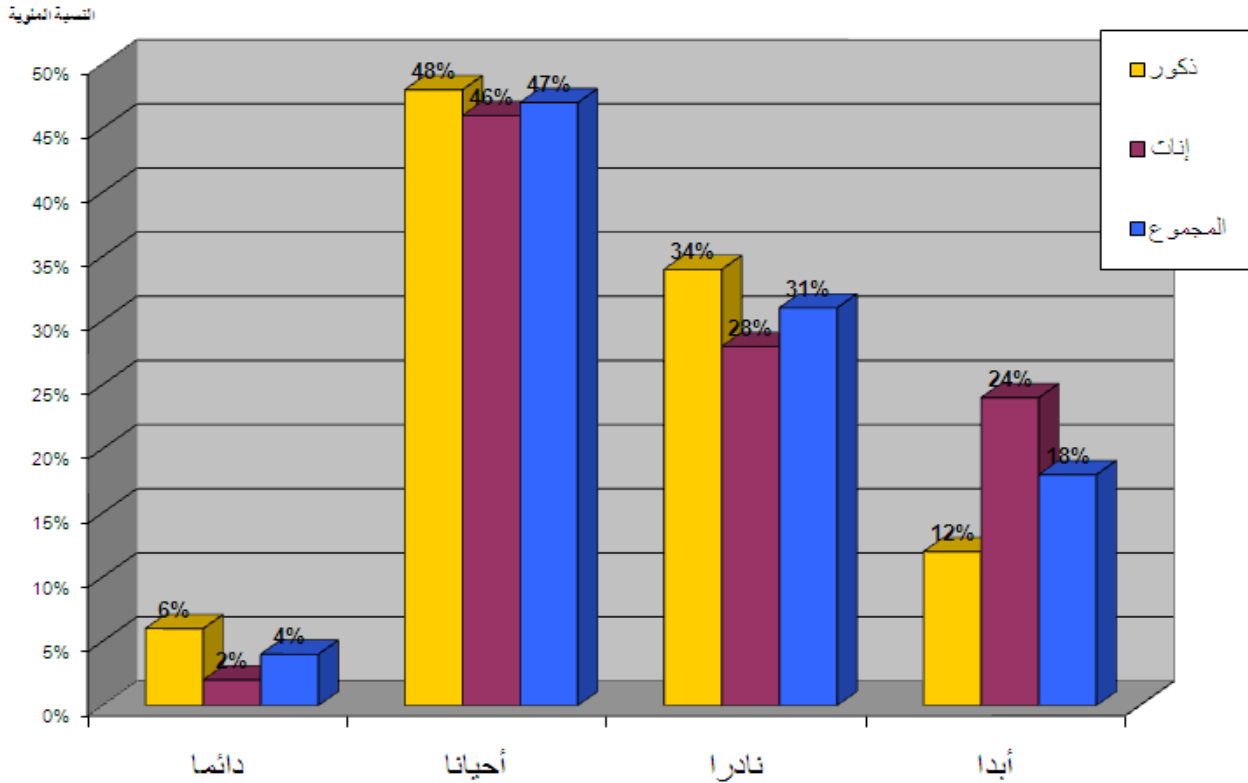
مبيان يوضح نسب كيفية تعرف المستهلك على أسعار المواد و الخدمات



الحرص على طلب الفاتورة أو أي وثيقة تقوم مقامها:

إن إعلام المستهلك لا يمكن أن يعتبر كاملا دون حصوله على وثيقة تثبت عملية الشراء، و تتضمن حدا أدنى من المعلومات المنصوص عليها قانونا و يتعلق الأمر بفاتورة أو تذكرة صندوق أو وثيقة مخالصة أو أي وثيقة تقوم مقامها.

مبيان يوضح نسبة حرص المستهلك على طلب الفاتورة أو أي وثيقة تقوم مقامها



بعض الخروقات القانونية التي يتعرض لها المستهلكون:

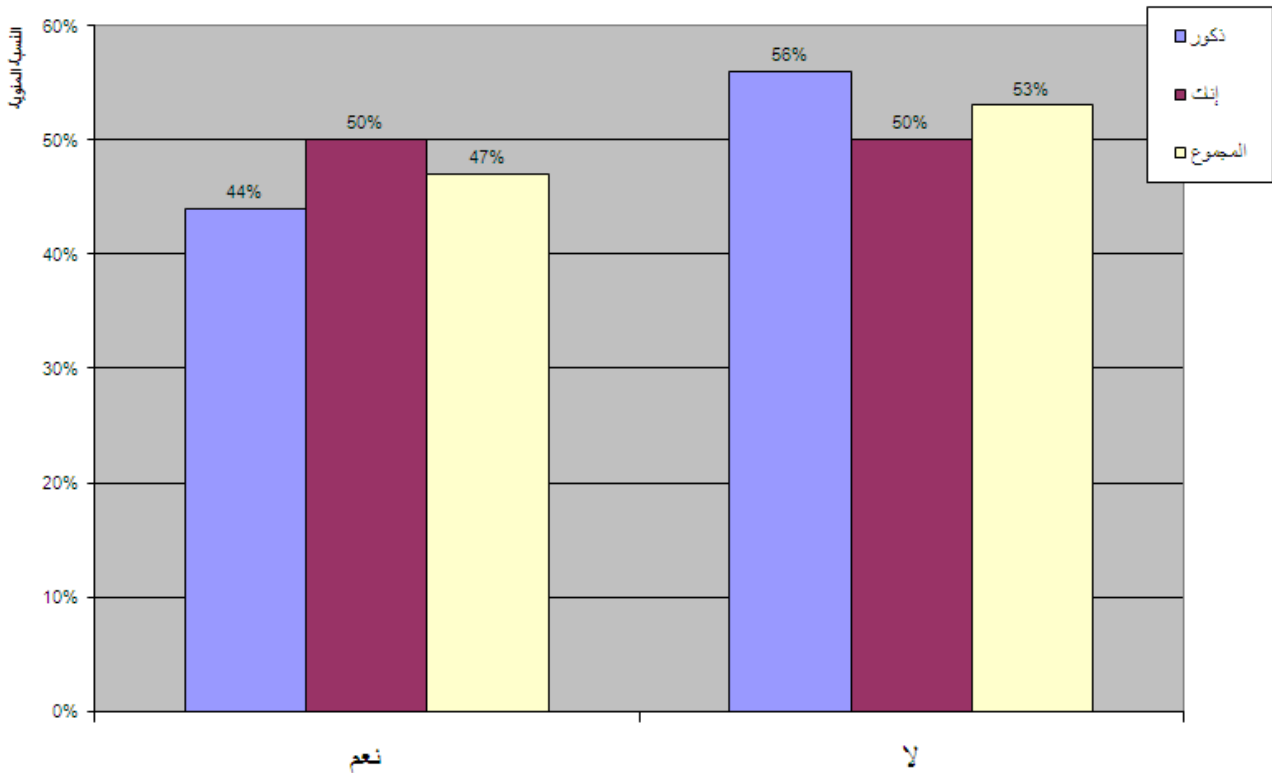
إن استفسار المستهلكين حول مدى وعيهم بحقوقهم من جهة و مدى حرصهم على التمتع بها من جهة أخرى، لا يمكن ان يتم دون سؤالهم حول تعرضهم لبعض السلوكيات التي يعتبرها القانون مخالفات تضر بحقوق المستهلك.

فهي من جهة استكمال لرسم صورة واضحة حول مدى وعي المستهلكين بحقوقهم، و من جهة أخرى محاولة لاستكشاف بعض الممارسات التي يعتبرها المهنيون ممارسات عادية في حين يعتبرها القانون مخالفات.

حول التعرض لإشهار كاذب أو مضلل:

يعتبر الإشهار الكاذب أو المضلل وسيلة لخداع المستهلك و إيقاعه في الخطأ بهدف التأثير على حقه في الاختيار فهو سلوك يضرب في حق المستهلك في الإعلام و معه باقي الحقوق.

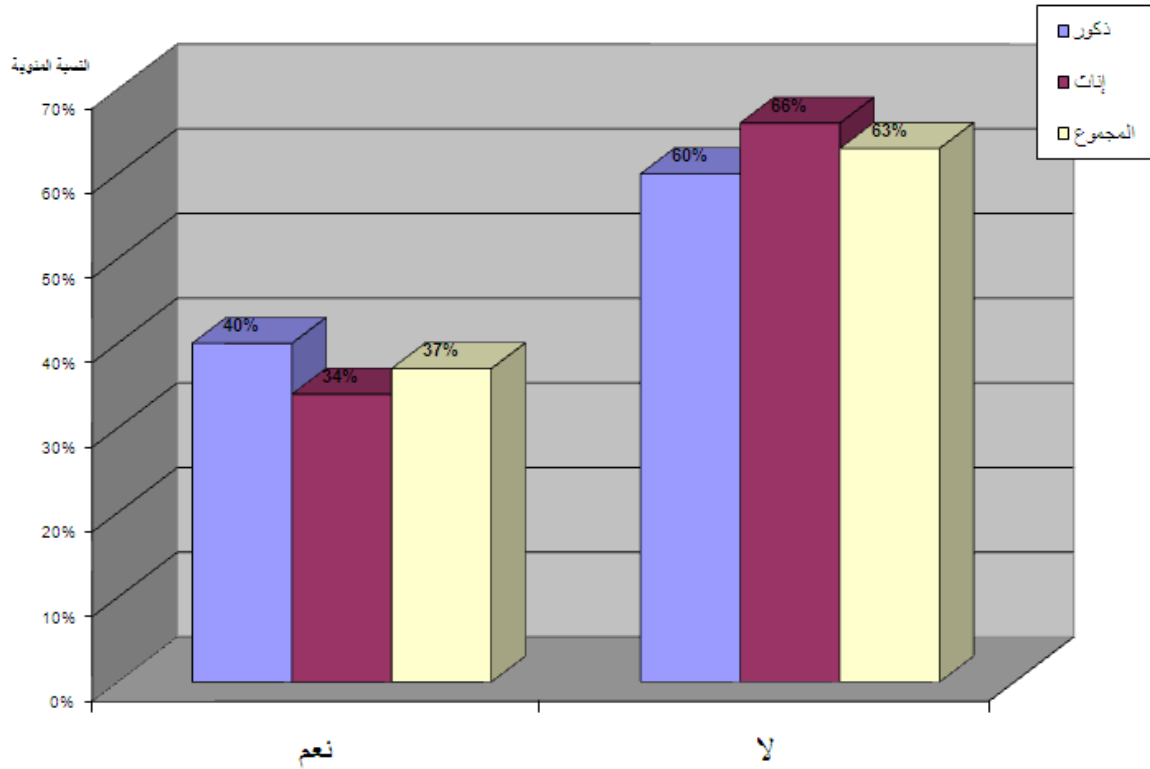
مبيان يوضح نسبة وقوع المستهلك ضحية إشهار كاذب أو مضلل



على مستوى رفض البيع أو تقديم الخدمة:

نص القانون المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك على اعتبار رفض البيع أو تقديم الخدمة مخالفة يرتكبها المهني و تضر بحقوق المستهلك.

مبيان يوضح نسبة رفض مهني بيع منتج أو تقديم خدمة للمستهلك



خلاصات و نتائج

إن قراءة متأنية لنتائج هذا الاستطلاع توحى و لا شك أن المستهلكين و المهنيين على السواء بمدينة تمارة بحاجة ماسة إلى الإرشاد و التوجيه، من أجل تفعيل القانون المتعلق بتحديد تدابير لحماية المستهلك و أيضا باقي القوانين ذات الصلة بالموضوع.

و إذا كان الهدف الذي الأساسي الذي سطره "م.ح.م.ا.م" منذ تأسيسه بتاريخ 15 مارس 2013 هو العمل على حماية و إرشاد المستهلك كما يبدو من تسميته، فإن قناعة المكتب المسير للمرصد تتجه اليوم صوب الإرشاد بالدرجة الأولى عبر التوعية بالحقوق و تقريب القانون من المواطن و تفسيره باعتبار أن الإرشاد و التوجيه يشكل حصة ذاتية للمستهلك من شأنها حمايته من كل مظاهر التعسفات و الشطط.

و اعتبارا لذلك يعتزم مرصد حماية و إرشاد المستهلك تضمين برنامجه السنوي 2014/2015 التوجه نحو الانفتاح على المؤسسات التعليمية بهدف عقد شراكات و تأسيس نوادي المستهلكين بكل ثانوية إعدادية و تأهيلية، بهدف نشر ثقافة حقوق المستهلك.