



جمعية حماية المستهلك

مسجلة برقم ٤١٤٩ لسنة ١٩٩٥

المؤتمر العام الأول لحماية المستهلك

القاهرة فى ٢١ ، ٢٢ اكتوبر ١٩٩٥

زحت رعابة

أ.د. / عاطف صدقى رئيس مجلس الوزراء

أ.د. / أحمد جوبلى وزير التموين والتجارة الداخلية

رئيس المؤتمر

أ.د. / صديق محمد عفى

رئيس جمعية حماية المستهلك

حماية المستهلك فى مجال الخدمات الحكومية

بالتطبيق على محافظة المنوفية

(دراسة ميدانية)

دكتورة

أمينة مصيلحي سجيل

مدرس ادارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة المنوفية

دكتور

أحمد ابراهيم عبد الهادى

أستاذ مساعد ادارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة بنها

جمعية حماية المستهلك

المؤتمر العام لحماية المستهلك

٢١ ، ٢٢ أكتوبر ١٩٩٥

زحت رعاية

أ.د. / عاطف صدقى

أ.د. / أحمد جوىلى

رئيس المؤتمر

أ.د. / صديق محمد عفيفى

رئيس جمعية حماية المستهلك

حماية المستهلك فى مجال الخدمات الحكومية

بالتطبيق على محافظة المنوفية

(دراسة ميدانية)

دكتورة

أمينة مصيلحى سحبل

مدرس ادارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة المنوفية

دكتور

أحمد ابراهيم عبد الهادى

أستاذ مساعد ادارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة بنها

١ - زهيد :

- يرجع إهمال مصالح المستهلكين وتأخر ظهور حركة حماية المستهلكين فى ج . م . ع إلى العديد من العوامل : من بينها قصور أجهزة الدولة والأجهزة التشريعية والنظام السياسى والتنظيمات النسائية والأجهزة الشعبية التطوعية فى الإهتمام بمصالح المستهلكين والدفاع عن حقوقهم الأساسية المتعارف عليها وتحقيق الحماية لهم سواء فى مجال السلع أو الخدمات . كذلك قصور الأطار القانونى الخاص بحماية المستهلكين وعدم قيام منظمات الأعمال بالمجهودات الكافية فى هذا المجال هذا بالإضافة إلى عدم محاولة المستهلك المصرى بشكل فردى أو جماعى الدفاع عن حقوقه ومصالحه^(١) لاعتقاد المستهلك بعدم جدوى الشكوى وعدم الأهتمام من جانب المسئولين بحلها بعد دراستها وعدم توقيع الجزاء الرادع على القائمين بالإضرار بمصالحه بالإضافة إلى عدم إمام المستهلكين بقضية الحماية ووعيهم بالإجراءات التى يجب إتباعها فى هذا الشأن .

- وقد ظهر أهتماماً متزايداً منذ بداية الستينيات بأهمية حماية مصالح وحقوق المستهلكين وذلك من قبل جهات متعددة مثل وسائل الإعلام ورجال الفكر والسياسة والجمعيات التطوعية ، وخاصة بعد ظهور مفهوم المسئولية الإجتماعية لمنظمات الأعمال والذى يقضى بضرورة قيام منظمات الأعمال بمسئولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع والبيئة التى تعمل بها حتى يحدث توافق بين المصالح الخاصة بها وبين مصالح واهتمامات كل الأطراف التى تؤثر وتتأثر بنشاطها فلم تعد المنظمة مسئولة فقط عن إمداد المجتمع بالسلع والخدمات المرغوبة وإنما أصبحت مسئولة عن المساهمة فى تحقيق رفاهية المجتمع وتحسين نوعية حياته quality of life وحل مشاكله الاجتماعية ولهذا تطلب الأمر ضرورة تركيز المنظمة على مجالات أخرى إلى جانب دورها الاقتصادى مثل حماية المستهلك فى مجال السلع والخدمات ، حماية البيئة من التلوث ، المحافظة على الموارد المتاحة وترشيد استخدامها ، تحسين بيئة العمل للعاملين والمساهمة فى حل المشاكل الاجتماعية التى يعانى منها المجتمع مثل البطالة والفقر وانخفاض المستوى الصحى الخ

ومن هنا وطبقاً لمفهوم المسئولية الاجتماعية فإ نجاح المنظمة أصبح لا يقاس فقط بتحقيقها للأهداف الاقتصادية (الربح) بل يتحقق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية معاً أى بالإنجاز الكلى للمنظمة " Total performance "

(١) هنا ، عبد الحليم ، أمانى عامر ، « اتجاهات المستهلكين نحو نظم حمايتهم » ، آفاق جديدة ، المجلة العلمية ،

كلية التجارة جامعة المنوفية ، العدد الثالث ، سبتمبر ، ١٩٩٣ ، ص ٢ .

(٢) أمنية مصيلحى سجيل ، المسئولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال فى ج . م . ع بالتطبيق على قطاع الصناعات الغذائية ، رسالة دكتوراه غير منشورة كلية التجارة جامعة المنوفية مارس ، ١٩٩٣ ص ١١ .

ومما لا شك فيه أن الفكر التسويقي المعاصر يؤكد ضرورة العمل على إشباع رغبات المستهلكين عند أفضل مستوى ممكن وذلك من خلال قيام الشركات بالوقوف على تلك الرغبات وترجمتها فى شكل سلع وخدمات ثم التأكد من تحقيق المستوى المطلوب من الاشباع بعدَ عملية الاستهلاك أو الاستخدام للسلع والخدمات مما ينعكس فى النهاية على تحقيق أهداف هذه الشركات الاقتصادية واستمرارها فى السوق وهذا يتحقق بحماية المستهلك كقضية ومسئولية اجتماعية لها اذا ما كان لها أن تنمو وتستمر فى خدمة المجتمع وإلا فهناك الكثير من العقوبات القانونية والتي يقرها المجتمع^(١)

٣- مفهوم حماية المستهلك :-

إن حماية المستهلك عبارة عن الجهود المنظمة والمستمرة لكل من المستهلكين والجهات الحكومية للدفاع عن حقوق المستهلكين ومصالحهم كذلك تعنى حماية المستهلك حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله على تلك الحقوق قبل البائعين بكافة صورهم سواء كانوا تجاراً أو صناع أو مقدمى خدمات أو ناشري أفكار وذلك فى إطار التعامل التسويقي الذى تكون محله سلعة أو فكرة أو خدمة.

ويفترض هذا المفهوم احتمال تعارض المصلحة بين المشتري والبائع ولكنه لا يفترض حتمية هذا التعارض ؛ الأجل الطويل ، ولا يتطلب مفهوم الحماية أن يكون هناك شكل تعاقدى رسمى بمستندات رسمية بين البائع والمشتري لتنشأ حقوق المستهلك كما أ هذا المفهوم يعنى علاقة عادلة ومتكافئة للطرفين ، ولا يقتصر مفهوم الحماية على ضمان حقوق المستهلك قبل التجارة والصناع ومقدمى الخدمات ولكن يتمدد ليشمل حمايته قبل الحكومة ممثلة فى كافة أجهزتها الخدمية كالمستشفيات والسكك الحديدية ووصف الطرق والمياه والكهرباء ، و الخ (٢)

كذلك يشمل مفهوم حماية المستهلك حماية المجتمع كمجموع وليس فقط حماية المستهلك كفرد أو كمجموعة أفراد وتقع مسئولية حماية المستهلك على كل من المستهلك والبائع والمنظمات الحكومية والتطوعية والهيئات النقابية والشعبية ولذلك فإن حماية المستهلك تكون مسئولية مشتركة بين كل هذه الأطراف وتكون الحماية أكثر فاعلية إذا ركزت على الجانب الوقائى من وقوع الضرر مما لو ركزت على الجانب التصحيحي أو التعويضى بعد وقوع الضرر وأيضاً اذا حكمتها قواعد ونظم إدارية أكثر مما لو حكمتها منازعات يفصل فيها القضاة .

(١) الدسوقي حامد أبو زيد ، دور المستهلك المصرى فى تحقيق الحماية له (دراسة ميدانية) ، مجلة العلوم الادارية ، العدد السادس ، السنة الثالثة ، يوليو ١٩٩٣ ، ص ١١ : ١٢ .

(٢) د. صديق عفيفى ، مجالات ومتطلبات حماية المستهلك فى ج. م. ع. ، ندوة حماية المستهلك ، القاهرة ، ٢٣ يونيو ، ١٩٨١ ، ص ١ .

وهناك تعريف آخر لحماية المستهلك وهو أن حماية المستهلك هي الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظمات بالدولة نحو تقديم أو توفير السلع أو الخدمات للمستهلك بأقل تكلفة مادية وجسمانية ونفسية في ظروف اقتصادية واجتماعية معينة ومن خلال إطار قانوني معين^(١) كذلك تعنى حماية المستهلك درجات الاهتمام التي يعطيها مديرو التسويق بالشركات لمجموعات المستهلكين لإشباع حاجتهم ورغباتهم من خلال برامج متكاملة ومتوازنة لعناصر المزيج التسويقي .

وتعنى أيضاً الجهود المشتركة والمنظمة في المجتمع لحماية حقوق المستهلكين ومعاملاتهم مع الغير . ويتضح من التعريفات السابقة ما يلي :

- ١- أن حركة المستهلكين ذات صبغة إجتماعية إذ تشارك فيها الأطراف المختلفة داخل المجتمع ، من مستهلك فرد أو مجموعات ممثلة للمستهلكين أو الحكومة .
- ٢- أن حركة حماية المستهلك هي عملية مستمرة ومنظمة وليست عملية مؤقتة .
- ٣- أن الهدف من الحركة هي حماية المستهلكين في تعاملهم مع الجهات المختلفة التي تقدم لهم السلع والخدمات بهدف تحقيق الإشباع الأفضل للمستهلكين والرفاهية للمجتمع .
- ٤- أن حركة حماية المستهلك جاءت نتيجة الفشل والقصور في تطبيق كل من : المفهوم الحديث للتسويق^(٢) ، والمفهوم الإجتماعي للتسويق^(٣) .

وينبنى المفهوم الحديث للتسويق على أن أشباع احتياجات المستهلكين وإرضائهم هو وسيلة المنظمة لتحقيق أهدافها في الأجل الطويل . وحركة الحماية هي النتيجة الطبيعية لنقص رشباع احتياجات المستهلكين وعدم رضائهم وإهمال منظمات الأعمال لمصالحهم . أما المفهوم الإجتماعي للتسويق فيشمل المزيد من الأمور المتعلقة بالتكلفة الاجتماعية . ومن ثم فالحكم على منظمة الأعمال لا يكون في ضوء منتجاتها فقط ، ولكن يشمل أيضاً التكلفة الاجتماعية لإنتاج هذه المنتجات .

وقد اتسع مفهوم التكلفة الاجتماعية ليشمل - بجانب الظروف غير المناسبة للعمل وساعات العمل الطويلة واستغلال النساء والأطفال - تلوث الماء والهواء وقرارات الموقع التي تهمل المناطق المرتفعة البطالة ، وإهمال احتياجات المستهلك من خفض الدخل ، والفشل في إيجاد منافسة على

(١) أحمد ابراهيم عبد الهادي ، حماية المستهلك في الدول النامية : مدخل بيئي ، بنها : مكتبة الجامعة ، غير مذكور سنة النشر ، ص ١٩ .

(2) a-Conrad Berenson & Henry Elbert, The Social Dynamics of Marketing, Op.Cit., P.97 .

b-Richard Buskirk & James T.Rothe, Op. Cit., p.62 .

(3) Robert O.herrmann, Op.Cit., P.81.

مستوى متاجر التجزئة فى المناطق الفقيرة (١) .

٣- مجالات حماية المستهلك فى مجال الخدمات :-

١/٣ - مستوى جودة الخدمات المقدمة للجمهور .

٢/٣ - توقيت تقديم الخدمة .

٣/٣ - مكان تأدية الخدمة .

٤/٣ - تكلفة أداء الخدمة .

٥/٣ - كفاية المعلومات عن الخدمة ومدى صدقها .

٦/٣ - أسلوب التعامل والمعاملة مع الجمهور .

٧/٣ - أنواع وأشكال الخدمات الحكومية : (التنوع والتطوير فى الخدمات المقدمة) .

هذا ويمكن تعريف الخدمة بشكل عام بأنها مجموعة أوجه النشاط الغير ملموسة والتي تهدف إلى إشباع مجموعة من الرغبات والإحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك وهذه الأنشطة تكون مقابل دفع مبلغ من المال « (٢) .

ومفهوم حماية المستهلك فى مجال الخدمات الحكومية ينصرف إلى تلك المجهودات الواعية والمشاركة والمنظمة من أجل المحافظة على حقوق المواطنين ورعاية مصالحهم أثناء تعاملهم مع الأطراف المختلفة فى مجال الخدمة الحكومية .

كذلك نجد أن - مفهوم الخدمة :- يعنى

أنها نتيجة مجهودات إنسانية تطبيقية أو مجهودات ميكانيكية تقدم للناس أو للأشياء ، فالخدمات إذن هى عبارة عن منتجات غير ملموسة تشتمل على صنعه أو أداء أو مجهود والذى لا يمكن تملكه مادياً .

٤ - حقوق المستهلك فى مجال أداء الخدمات الحكومية :-

١/٤ - حق المستهلك فى الأمان . -To be safe

٢/٤ - حق المستهلك فى المعلومات . - To be informed.

٣/٤ - حق المستهلك فى الإختيار . -To choose

٤/٤ - حق المستهلك فى أن يستمع إليه . - To be heard .

١/٤ - الحق فى الأمان :- To be safe

- سرعة التعاقد - توافر الأدوات والمعدات المستخدمة فى تأدية الخدمة

(1) Ibid, p.81 .

(٢) محمد شوقى أحمد شوقى ، «حماية المستهلك فى مجال الخدمات السياحية» مؤتمر حماية المستهلك ، القاهرة ، مارس ١٩٨٢ ، ص ٧ .

- السلامة في أماكن أداء الخدمة / مواقع ملائمة لأداء الخدمة
- الأمان المالى (عدم دفع تكاليف أكثر مما يجب)
- فاتورة الحساب تكون صحيحة - الفوضى والإزدحام
- الدقة فى تفسير اللوائح والقوانين لصالح العميل .
- تأدية الخدمة فوراً أو فى الوقت المحدد لها .

٢ / ٤ : الحق فى المعلومات : To be informed

- سهولة الحصول على الخدمة تليفونياً . (إن أمكن)
- إحترام خصوصية المستهلك (العميل) .
- الإحتفاظ بسجلات صحيحة .
- معلومات عن التكلفة بدقة .
- إجراءات وإرشادات تعطى للعميل .
- إستجابة العاملين (الموظفين لأداء الخدمة) للعميل .

٣ / ٤ - حق المستهلك فى الإختيار : To Choose

- وإن كان حقه فى الإختيار غير متوافر بسبب (نقطة إحتكار تأدية الخدمة) من جانب الدولة فإن من حقه المحافظة على الوقت وأهميته فى أداء الخدمة.
- سرعة اداء الخدمة بأقل مجهود ممكن .
 - تسهيل الإجراءات .

- عدم وجود طابور انتظار . (Waiting list)

٤ / ٤ - حقه فى أن يستمع إليه : To be heard

- مشاركة المستهلكين فى وضع التشريعات الخاصة بحمايتهم .
- توافر مهارات التعامل لدى موظفى الحكومة القائمين على تأدية الخدمة .
- معرفة إحتياجات المستهلك على وجه الدقة .
- توجيه الإهتمام الشخصى بالعميل .
- اهتمام الموظف بمصالح المواطنين وحسن التعامل معهم .
- الاهتمام بشكاوى المواطنين .
- الاهتمام بحل أى مشكلة تواجه المواطنين .

٥ - طبيعة العمل بالأجهزة الحكومية :-

اتضح للباحث من الدراسة الاستطلاعية أنه قد ترجع شكوى المستهلكين إلى سوء أداء

الخدمة للمواطنين بواسطة الأجهزة الحكومية بالمحافظة خاصة تلك التى تحتكرها الدولة أو ما يطلق عليه الخدمات الحكومية أو الخدمات السيادية .

تنشأ الأجهزة الحكومية لخدمة المجتمع ومن ثم فإنها تصبح جزءاً منه وبالتالي فإنها تتأثر بالظروف الاجتماعية والمادية السائدة فى هذا المجتمع فما يصدر من سلوك العاملين فى هذه الأجهزة الحكومية من تصرفات فعلية تجاه المواطنين المتعاملين معهم هى فى الواقع إفراز ونتاج للبيئة الاجتماعية والثقافية المحيطة . وبرغم أن الأفراد المستفيدين من الخدمات الحكومية يختلفون طبقاً للعديد من المتغيرات الديموجرافية والجغرافية والسيكولوجية كما تختلف دوافع التعامل من فرد لآخر فإنهم مضطرون للتعامل مع الموظف الحكومى مهما كانت دوافعه وذلك بحكم احتكار الدولة لتقديم بعض الخدمات التى ليس لها بدائل وفى نفس الوقت تمثل هذه الخدمات أهمية كبيرة لتسهيل أمور الحياة ومصالح الافراد ومهمة الموظف الحكومى والأجهزة الحكومية تقديم هذه الخدمات بأقل مجهود مادي أو معنوي يمكن أن يتحمله المستفيد من الخدمة إلا أن علاقة المستفيدين من هذه الخدمات بالموظف الحكومى ممثلاً فى الأجهزة الحكومية ليست علاقة وفاق بل هى كما تشير الدراسات علاقة معاناة فلقد أصبحت البيروقراطية المصرية فى كثير من القطاعات تقدر الشكل والتعقيد على حساب الجوهر والمضمون وتكرر شكاوى المواطنين المستفيدين من الخدمة من سوء الخدمات التى تقدم إليهم وبطء الاستجابة لمطالبهم واستمرارهم إلى التردد على المكان الواحد لعدة مرات لانجاز الخدمة المطلوبة .

كذلك تنتشر بالأجهزة الحكومية السلبيات الأخلاقية والتى يمكن وصفها بالسلوك الغير إخلاقي وتزايد دور الوساطة والمحسوبية وأستغلال النفوذ وعدم الحرص على المال العام وعدم احترام وقت العمل وقبول العمولات والتسويق فى أنجاز المصالح وغير ذلك من التصرفات والظواهر السلوكية السلبية التى أصبحت تنعكس على ثقة المواطنين فى الادارة الحكومية الامر الذى يعطى لدى الجمهور تقديراً منخفضاً لديهم عن الموظف الحكومى .

إن كفاءة الأجهزة الحكومية القائمة بأداء الخدمات للمواطنين يتأثر بمجموعة عوامل وهى :- (١)

١- العامل السياسى :- أن هذه الأجهزة الحكومية التى تقدم خدمات للمواطنين تساهم بشكل مباشر فى تحقيق رضا الفرد عن الدولة فإذا فشلت هذه الأجهزة فى تقديم الخدمات بشكل مناسب للأفراد فقد يؤدي هذا إلى ظهور حالة من السخط والتذمر .

٢- العامل الثانى هو أنه فى حالة عدم القيام بأداء الخدمات المطلوبة بشكل مرضى للجمهور فإنها تتعرض للنقد من أجهزة الإعلام والصحافة ومن التنظيمات الشعبية المختلفة .

(١) محمد ابراهيم وثابت إدريس ، ادارة التسويق ، القاهرة :-

مكتبة عين شمس ، ١٩٩٠ ، ص : ٥٩٠-٥٩٢ .

٣- أن هذه الأجهزة الحكومية لكي تؤدي وظائفها بشكل مرضى يجب أن تتوفر لها الأموال أو الاعتمادات المالية الكافية والسند القانوني ودعم الأجهزة التشريعية لها .
ومن الملاحظ أن الأجهزة الحكومية المقدمة للخدمات لا تدرک جيداً مدى أهمية وجود علاقات طيبة بينها وبين المستفيدين من خدماتها وينعكس ذلك على سوء العلاقات بينها وبين الجمهور مما يؤدي إلى انخفاض مستوى الخدمة التي تؤديها هذه الأجهزة الحكومية وتشويه صورتها في المجتمع ولذلك فبناء علاقات طيبة بين الأجهزة الحكومية والمستفيدين يمثل ركيزة أساسية لتحقيق أهدافها بكفاءة عالية .

٦- أسباب الاهتمام بحماية المستهلك :-

توجد مجموعة من الأسباب التي أدت إلى زيادة الاهتمام بحماية مصالح وحقوق المستهلكين منها :-
أولاً :- عدم رضا المستهلك عن مستوى الإشباع الحالي المقدم له وذلك كما يلي :-

١- زيادة متطلبات المستهلك من المنتجين في الحصول على خدمات تتفق مع رغباته كفرد ، نتيجة ارتفاع دخل ومعيشة المستهلك ومستوى تعليمه ورفاهيته ، بينما يقدم المنتجون منتجاتهم لسوق كبير، دون مراعاة رغبات كل فرد على حده . وأدى ذلك إلى ترك المستهلك في حالة دون الإشباع الكامل .

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

٣- عدم توافر المعلومات الكافية عن خصائص الخدمات وأسعارها .

٤- انخفاض معدل البطالة وتشغيل عمال حديثي التخرج منخفضي المهارة أدى إلى انخفاض جودة الخدمات .

٥- 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 .

٦- 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 .

٧- الأضرار النفسية التي يتعرض لها بعض المستهلكين بسبب إستخدام بعض السلع والخدمات .

٨- عدم معرفة العديد من المستهلكين بالجوانب القانونية للنظام التسويقي لكل من السلع والخدمات

والتي يمكن اللجوء إليها وقت الضرورة لحمايتهم.

٩- عدم توافر المعلومات التي تمكن المستهلك من اتخاذ قراراته في مجال السلع والخدمات .
وفيما يتعلق بقدرات ومهارات الموظف الحكومي بالدول النامية ومنها ج . م . ع وانعكاس ذلك على حماية المستهلك نجد أنه عادة ماتكون مخرجات النظام التعليمي في الدول النامية عامة ليست على مستوى مناسب لمواجهة إحتياجات سوق العمل ربما لعدم وجود خطة واضحة للتعليم بمختلف مستوياته أو عدم ربط خطة التعليم بإحتياجات سوق العمل في المدى القصير أو البعيد أو ربما لأنخفاض مستوى التعليم نفسه . كذلك عادة ماتواجه الدول النامية بمشكلات خاصة بغياب تسهيلات التدريب وعدم توافر بعض التخصصات النادرة بينما تتوفر التخصصات التي لا ضرورة لها . وإن المشكلات الخاصة بقدرات ومهارات الطبقة العاملة بالدول النامية لها تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة على حماية المستهلك حيث تؤثر على مدى استخدام تكنولوجيا متقدمة بهذه الدول .

إن ضعف الجهاز الإداري للدولة وخاصة في الدول النامية يترتب عليه إنتشار الفساد في الإدارة وكذلك كلما زاد تدخل الأجهزة البيروقراطية والإدارية في الشئون الاقتصادية وفي إصدار التراخيص والتصاريح وكذلك كلما زادت جهات اتخاذ القرارات وكثر عدد التوقيعات المطلوبة كلما زاد الفساد الإداري الذي يؤدي إلى إهدار المال العام .

إن للجوانب القانونية والمؤسسات والأجهزة التابعة للدولة دور كبير في حماية المستهلك كما أن المستهلك أيضا له دور في حماية نفسه هذا بالإضافة إلى الأجهزة والمؤسسات السلعية والخدمية التي تقدم السلع والخدمات .

٧- الدراسات السابقة :

نعرض فيما يلي مراجعة لأهم الدراسات والبحوث التي تناولت موضوع حماية المستهلك .
وتفيد هذه المراجعة في إستكمال الخلفية النظرية للدراسة ، وكذلك في تحديد أهدافها وصياغة فروضها وتفسير نتائجها . ويمكن تصنيف هذه الدراسات كما يلي : -

١ - الدراسات التي ركزت أساساً على تقديم تفسير لمفهوم حماية المستهلك ، وأسباب الحماية ، وما يجب على المنظمات عمله لمواجهة حركة المستهلكين . وذلك من الناحية النظرية ^(١) والناحية الميدانية ، من خلال تعريف مفهوم الحماية كما يراه المستهلكون أنفسهم ^(٢) . وقد توصلت هذه

(1) (e.g) : Buskirk & Rothe, (1970) , Herrmann (1970) , Day & Aaker (1970) ,

حمودة (١٩٨١)

(2) (e.g) : Norman Kangum et al., " Consumerism and Marketing Management,"
Journal of Marketing, Vol.39 (April, 1975) , pp.3-10 .

الدراسات إلى تحديد الجوانب المختلفة المثلثة لعناصر الحماية ، إذ أوضحت أن حماية المستهلك تشمل : توفير المعلومات ، و الصحة والأمان ، وتوفير الخدمة والصيانة ، وجودة المنتج ، والأسعار ، ومنع تلوث البيئة ، وتمثيل المستهلك في الحكومة . كما أوضحت إحدى الدراسات أن أكثر العناصر أهمية من وجهة نظر المستهلكين هي : الخدمة والصيانة ، تليها الصحة والأمان ، ثم الجودة ، ثم المعلومات ، ثم الأسعار ، ثم تلوث البيئة وأخيراً تمثيل المستهلك في الحكومة (١) .

٢ - الدراسات التي ركزت على المعلومات والدور الهام الذي تلعبه في حماية المستهلك ، والتي يتم تقديمها من خلال الإعلان والتبيين . وقد توصلت هذه الدراسات إلى ضرورة تحديد المعلومات المقدمة إلى المستهلكين في ضوء إحتياجات المستهلكين وليس في ضوء واضعى السياسة بالمنظمة ، وذلك لإختلاف المعلومات المطلوبة من جانب المستهلك بإختلاف السن والجنس ومستوى التعليم (٢) . كذلك ضرورة تنظيم وتصفية المعلومات والتركيز على المعلومات المفيدة لحماية المستهلك وترشيد قراراته ، ودور وسائل الإعلام في تعريف المستهلك وتعليمه بكيفية تحديد نوع المعلومات التي يحتاجها وكيفية الحصول عليها (٣) . ويضاف لذلك ضرورة قيام الصناعة والحكومة معاً بدورهما المطلوب لتوفير الحماية للمستهلك (٤) . كما توصلت إلى أن المعلومات التي يحتاجها المستهلك بشكل عام في جميع السلع مرتبة حسب أهميتها هي : طريقة الإستعمال ، ومستوى الجودة ، ومخاطر الإستعمال ، وطريقة الحفظ ، وتاريخ الصلاحية ، والسعر ، والوزن ، وتركيب السلعة (٥) .

٣ - الدراسات التي ركزت أساساً على الحماية التشريعية للمستهلك ، سواء من حيث الحاجة إلى مزيد من التشريعات ، أو من حيث مدى سلامة التشريعات الحالية . وقد أوضحت هذه الدراسات

(1) - Norman Kangum et al, Op. Cit., p.6.

(2) Noel Capon & Richard J. Lutz, " A Model and Methodology For The Development of Consumer Information Programs. " Journal of Marketing, Vol .43 (Jan. 1979), pp. 58-67..

٣- جرمين حزين سعد ، البيانات اللازمة لحماية المستهلك وترشيده والإطار الحكومي المنظم لها ، مؤتمر حماية المستهلك ، الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة ، مارس ١٩٨٢ ، ص ٨ .

4- Louis L. Stern, "Consumer Protection Via Increased Information", Journal of Marketing, Vol. 31, (April, 1967) pp. 50- 52. & " Consumer Protection Via Self Regulation," Journal of Marketing, Vol 35, (July,1971), pp. 48-52.

٥- صديق عفيفى وسهير منتصر ، أبعاد مشكلة حماية المستهلك والإطار القانونى الحاكم لها ، ندوة حماية المستهلك ، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، ١٩٨١ ، ص ٨ .

(6) William H. Cunningham and Isabella C.M. Cunningham, "Consumer Protection : More Iformation or More Regulation?," Journal of Marketing, Vol;40 (April, 1976), pp. 63-68.,

- Orvill C. Walker, Jr. & Neil M. Ford, " Can " Cooling-off Laws" Really Protect The Consumer, " Journal of Marketing, Vol.34 (April, 1970), pp. 53-58.

أن الحاجة ليست إلى المزيد من التشريعات ، وإنما إلى تعريف المستهلك بالتشريعات الحالية حتى يمكنهم الاستفادة منها في حماية حقوقهم .

٤ - الدراسات التي إهتمت بمعرفة إتجاهات المستهلكين نحو الممارسات التسويقية لمنظمات الأعمال^(١) . وقد أوضحت هذه الدراسات عدم رضا المستهلكين بشكل عام عن الممارسات التسويقية ، خاصة في مجالات : جودة المنتج ، والإعلان ، والتسعير ، والتبيين ، والخدمة . ويضاف لذلك إتجاه منظمات الأعمال إلى تحقيق المزيد من الأرباح على حساب مصلحة المستهلكين كما يضاف إلى ذلك حاجة المستهلك إلى المزيد من التدخل الحكومي لحمايته ، وإدراكه أن نقص الحماية الحالي يرجع إلى إهمال المستهلك نفسه بذل الجهد المطلوب لحمايته لنفسه . ويتضح من مراجعة الدراسات السابقة مايلي :

- ١ - أن معظم الدراسات السابقة الخاصة بإتجاهات المستهلكين قد أهتمت بسلعة أو خدمة معينة فقط.
- ٢ - أن هذه الدراسات قد ركزت على إتجاهات المستهلكين نحو الممارسات التسويقية في مجموعها أو نحو إحدى هذه الممارسات فقط .
- ٣ - أن أي من هذه الدراسات لم يتناول إتجاهات المستهلكين نحو نظم حمايتهم بشكل عام في مجموعها لكل السلع والخدمات دون الإقتصار على نوعية معينة منها .
- ٤ - تشير نتائج الدراسات التي تمت بجمهورية مصر العربية إلى عدم وجود حماية حقيقية لمصالح المستهلكين . كما تشير إلى ضعف الدور الذي تقوم به المنظمات في هذا المجال ، وعدم محاولة المستهلك المصري الدفاع عن حقوقه وإتصافه بالسلبية^(٢) .

(1) (e.g) Hirm C. Barksdale & William R.Daran, "Consumer Attitudes Toward Marketing and Consumerism" Journal of Marketing, Vol. 36(October, 1972), pp.28- 35.

٢- أ- محمود صادق بازراعة ، " دور التسويق في سوق البائعين " ، مجلة الإدارة ، العدد الأول ، يوليو ١٩٧٦ ، ص ٨٦ .

- (١) مشكلة البحث .
- (٢) فروض البحث .
- (٣) حدود البحث .
- (٤) أهداف البحث .
- (٥) أهمية البحث .
- (٦) أسلوب البحث :

١/٦ : مجتمع وعينة البحث .

٢/٦ : أسلوب جمع البيانات وتحليلها .

٣/٦ : نتائج الدراسة الميدانية .

(٧) التوصيات .

(٨) قائمة الاستقصاء .

إن الأفراد المستفيدين من الخدمات الحكومية التي تحتكر الدولة تقديمها كالبريد والتليفون والمياه والكهرباء وخدمات السجل المدني والشهر العقاري والتأمينات الإجتماعية والطرق والصرف الصحى ... وغير ذلك . هؤلاء الأفراد يختلفون طبقاً للعديد من المتغيرات الديمجرافية والجغرافية والسيكوجرافية كما تختلف دوافع التعامل من فرد لآخر إلا أنهم مضطرون للتعامل مع الموظف الحكومى مهما كانت دوافعهم وذلك بحكم إحتكار الدولة تقديم بعض الخدمات التى ليس لها بدائل وفى نفس الوقت تمثل هذه الخدمات أهمية كبيرة لتسهيل أمور الحياة ومصالح عدد غير قليل من الأفراد ومهمة الموظف الحكومى والأجهزة الحكومية هى تقديم هذه الخدمات بأقل مجهود مادي أو معنوى يمكن أن يتحمله المستفيد من الخدمة إلا أن علاقة المستفيدين من هذه الخدمات بالموظف الحكومى - ممثلاً للأجهزة الحكومية - ليست علاقة وفاق بل هى كما تشير العديد من الدراسات علاقة معاناه فشكاوى الأفراد من التعقيدات البيروقراطية وسوء مستوى أداء الخدمة الحكومية بالإضافة إلى الكثير من المشكلات التى تواجه المواطنين عند ترددهم على دواوين الحكومية للحصول على الخدمات الخاصة بهم هذا إلى جانب مظاهر السلوك الأخلاقى السلبى مثل إنتشار المحسوبية والرشوة وتلقى الهدايا وعدم الحفاظ على المال العام وإهمال مصالح الجمهور وتعطيها ولذلك تتمثل مشكلة البحث فى التساؤلات الآتية :

١- ماهو مستوى الحماية المتوافر فى أداء الخدمة الحكومية ؟

٢- هل يتم مراعاة حقوق المستهلكين الأربعة الأساسية عند تأدية هذه الخدمات الحكومية ؟

٣- ماهى أنواع الخدمات الحكومية التى تتطلب قدر أكبر من الحماية لتحقيق مصالح واحتياجات المواطنين ؟

٤- كيف يمكن تحسين مستوى حماية المستهلكين فى مجال الخدمات الحكومية التى تحتكر الدولة تقديمها أى التى ليس لها بدائل لتأديها من جهات أخرى بخلاف المصالح والأجهزة الحكومية .

٢- فروض البحث :

ليست هناك حماية مناسبة للمستفيدين فى مجال الخدمات الحكومية ويترتب على ذلك :

- أ - عدم توافر حماية مناسبة للمستفيدين فى مجال توقيت أداء الخدمة .
- ب- عدم توافر حماية مناسبة للمستفيدين فى أماكن أداء الخدمة .
- ج- عدم توافر حماية مناسبة للمستفيدين فيما يتعلق بتكلفة أداء الخدمة .
- د - عدم توافر حماية مناسبة للمستفيدين فيما يتعلق بأسلوب التعامل ومعاملة المستفيدين .
- هـ - عدم توافر حماية مناسبة للمستفيدين فيما يتعلق بمجال المعلومات .

٣- حدود البحث :-

١- قد يوجه إلى الباحثين العديد من الإنتقادات لإجراء الدراسة على محافظة واحدة من محافظات الجمهورية وهى محافظة المنوفية مما يجعل هناك قصور فى نتائج الدراسة وصعوبة تعميمها وبالرغم من أن ذلك الرأى صحيح بدرجة أو بأخرى . لهذا فإن الباحثين يريا أن نتائج الدراسة تقتصر على البعدين الزمنى والجغرافى اللذين أجريت فيهما الدراسة .

٢- إقتصرت الدراسة على الأجهزة الحكومية التى تقدم خدمات للمستهلك بمحافظة المنوفية للتعرف على مدى إلتزام هذه الأجهزة والمصالح الحكومية بتوفير الحماية الكافية للمستهلك عند تقديم الخدمات وتشمل هذه الأجهزة ما يلى :-

- ١/٢ - مصلحة السجل المدنى .
- ٢/٢ - مصلحة الشهر العقارى .
- ٣/٢ - إدارة المرور .
- ٤/٢ - الهيئة العامة للمواصلات السلكية واللاسلكية .
- ٥/٢ - إدارة الجوازات .
- ٦/٢ - التأمينات الإجتماعية .
- ٧/٢ - مرفق المياه والكهرباء .
- ٨/٢ - مرفق الصرف الصحى .

هذا وقد تم إختيار هذه الأجهزة على وجه الخصوص لطبيعة إحتكار الدولة للأنشطة التى تؤديها التى يمكن أن نسميها خدمات سيادية محتكرة من جانب الدولة ولايمكن للمستهلك (العميل) أن يحصل على هذه الخدمات إلا عن طريق هذه الأجهزة والمصالح الحكومية .

٤- أهداف البحث :-

(أ) التعرف على آراء المستهلكين فى الخدمات الحكومية من حيث :

- ١- مستوى أداء الخدمة الحكومية .
- ٢- تكلفة الحصول عليها .
- ٣- سرعة الحصول على الخدمة .
- ٤- درجة توفر المعلومات المتعلقة بالخدمة .
- ٥- الإهتمام بشكاوى المستهلكين .

(ب) توصيف الوضع الحالى لحماية المستهلك فى مجال الخدمة الحكومية : أى درجة توافق الوضع الحالى مع الأصول والمبادئ العلمية لحماية المستهلك وما هى المشاكل والمعوقات التى تعوق توفير الحماية.

٥- أهمية البحث:

تستمد الدراسة الحالية ، أهميتها مما يلى :

١- أهمية قضية حماية المستهلك من ناحية وأهمية الخدمات الحكومية من ناحية أخرى والتي تمس احتياجات ومتطلبات كافة المواطنين.

٢ - أهمية توفير الحماية للمستهلك كمطلب ضرورى لتطبيق كل من المفهوم الحديث ، والمفهوم الإجتماعى للتسويق ، ويتم ذلك بتحقيق أفضل إشباع ممكن للمستهلك وحسن إستخدام الموارد المتاحة . وينعكس ذلك على مقدرة المنظمة على النجاح والإستمرار فى الأجل الطويل .

٣ - تفيد معرفة إتجاهات المستهلك المصرى نحو نظم حمايته فى مجال الخدمات الحكومية فى وضع خطوط مرشدة للمنظمات فى تخطيط الأنشطة التسويقية الخاصة بها ، ومراعاة العمل على تحقيق الحماية للمستهلك كضرورة ملحة فى الوقت الحالى ، الذى تتجه فيه الدولة للخصخصة وتحرير السوق ، وأهمية تحقيق أفضل إشباع ممكن للمستهلكين لنجاح وإستمرار المنظمات .

٤ - يفيد تحليل إتجاهات المستهلك المصرى نحو نظم حمايته ، فى توفير معلومات واقعية عن مشكلة حماية المستهلك : ويمكن ذلك الدولة من ترشيد جهودها لتحقيق الحماية للمستهلك ، سواء فى صورة تشريعات أو إجراءات وأساليب أو توعية للمستهلكين بحقوقهم .

٦- أسلوب البحث :

١ / ٦ : مجتمع وعينة البحث :-

مجتمع البحث هم الأفراد المتعاملون مع الأجهزة الحكومية بمحافظة المنوفية التى تحتكر وتقدم خدمات ليس لها بدائل وفى نفس الوقت لها أهميتها لتسهيل أمور حياتهم وأعمالهم اليومية . وهذا ولم يتيسر للباحث الحصول على نسبة عدد المتعاملين مع الأجهزة الحكومية إلى عدد أفراد المجتمع ولهذا نفترض أن نسبة المتعاملين مع الأجهزة الحكومية تبلغ ٥٠٪ عند مسوى ثقة ٩٥٪ وهو مستوى مقبول فى البحوث الإجتماعية وفى هذه الحالة فإن حجم العينة فى مجتمع تزيد مفرداته عن ٥٠٠٠ مفردة هو ٣٨٤ مفردة وذلك عند حدود خطأ معيارى قدره $\pm ٥\%$. ولقد تم إختيار عينة مبسرة من (٤٠٠ مفردة) لسهولة الوصول إليها ومقابلتها وجمع البيانات المطلوبة نظرا لعدم وجود إطار يمكن الإعتماد عليه فى إختيار العينة . ولهذا تمت المقابلات لملء إستمارات الإستقصاء مع الأفراد محل البحث الذين يحصلون على الخدمة من الأجهزة الحكومية السابق الإشارة إليها فى نطاق

البحث خلال أيام الأسبوع المختلفة وخلال الساعات المختلفة ليوم العمل وامتدت لفترة زمنية قدرها شهر . وقد كانت المقابلات تتم مع مفردات العينة بعد إنتهاء حصولها على الخدمة مباشرة حتى يمكن الحصول على آراء مفردات العينة لحظة الإنتهاء من الحصول على الخدمة للتعرف على الإنطباعات والآراء الحقيقية لديهم والخاصة بتعاملهم مع الموظف الحكومى .

٢/٦ : اسلوب جمع البيانات وتحليلها :

ينقسم اسلوب جمع البيانات إلى نوعين : الأول تم فيه جمع البيانات الثانوية المنشورة من المراجع والأبحاث السابقة والدوريات والدراسات التى تناولت موضوع حماية المستهلك المصرى فى مجال السلع بصفة عامة وفى مجال الخدمات الحكومية المحتكرة بصفة خاصة ، والنوع الثانى من البيانات هو البيانات الميدانية وقد م الإعتماد فى تجميع هذه البيانات على أسلوبين فرعيين :

أ - أسلوب الإستقصاء .

ب- أسلوب الملاحظة الشخصية من قبل الباحثين .

فيما يتعلق بإعداد قائمة الإستقصاء فقد تم إعداد قائمة الأسئلة بحيث تتضمن بعض العبارات التى عن طريق الإجابة عليها باستخدام مقياس مدرج (خمس درجات هى : موافق جدا - موافق - غير محدد - غير موافق - غير موافق على الإطلاق) وذلك لقياس درجة حماية المستهلك فى مجال الخدمات الحكومية فيما يتعلق بـ :

١- حماية المستهلك فى مجال توقيت أداء الخدمة .

٢- حماية المستهلك فى مجال تكلفة أداء الخدمة .

٣- حماية المستهلك فى مجال إمداده بالمعلومات المتعلقة بالخدمة .

٤- حماية المستهلك فى مجال أسلوب التعامل معه أثناء تأدية الخدمة الحكومية .

٥- حماية المستهلك فيما يتعلق بمكان أداء الخدمة .

هذا وقد تم مراجعة القائمة قبل إستخدامها للتأكد من صلاحيتها وخلوها من الأخطاء أو الأسئلة المتحيزة أو المحرجة . وقد تم اخنيار المستقصى منهم بحيث يكونوا من الجنسين (الذكور والإناث) وأن يكونوا ذوى مستويات تعليمية مختلفة (مؤهل عال - متوسط - أقل من المتوسط - بدون مؤهل) كذلك من مختلف الأعمار . هذا وسيتم إستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات .

٣/٦ : نتائج البحث :-

بالنسبة لنتائج الملاحظة المباشرة :-

- عدم وجود إرشادات تفسر للعملاء طريقة إنهاء الأوراق الخاصة بهم فى أغلب المصالح الحكومية.
- إن الموظف الحكومى لا يصرح بجميع الأوراق المطلوبة من العميل مرة واحدة ولكن يطلبها على فترات وبالتالي هذا يسبب ضياع لوقت ومجهود العميل (المستهلك) .
- شكوى العملاء من ترددهم أكثر من مرة على الهيئة الحكومية لإنهاء أوراقهم وذلك بسبب عدم وضوح الإجراءات فيرجع المستهلك أكثر من مرة .
- كثير من المواطنين كانوا فى غاية الإستياء من الهيئات الحكومية ووجدوا فى قائمة الإستقصاء وسيلة للتعبير عما يشعرون به وهذا يدل على وعى بحقوقهم .
- هناك عملاء يرفضون الإجابة على القائمة ويرتابون فى الأمر رغم شرح الموضوع لهم مما يدل على عدم وعيهم بالحماية .
- هناك أماكن إنتظار للعملاء فى السنترال أما فى البريد والشهر العقارى والسجل المدنى فلا يوجد أماكن إنتظار .
- إعترض بعض المستقصى منهم على كلمة كثير فى العبارة رقم (١١) .
- حدثت مشادة بين أحد العملاء والسجل المدنى بسبب تعطيلهم لورقة وإصرارهم على عدم توقيع الورق دون وجه حق وهذا يدل على عدم إحترام المواطن وأن الموظف يتحكم فيه بحكم سلطته .
- بعض العملاء ومنهم المتعلمين أشار وأكد على أن الوساطة والمحسوبية هى أهم وسيلة وأقصر طريق لإنهاء الإجراءات وأنه أحضر أخاه من النيابة لإكمال الورق له .
- بعض المستقصى منهم إعترض على أن المصالح توجد فى مواقع غير مناسبة . حيث تم إنشاء مجمع للمصالح الحكومية وتخصيص مبنى لكل مصلحة بتناسب مع طبيعة العمل بها على مستوى المحافظة .
- بعض العملاء (متعلم ، محامى) أشار إلى أن تهديد الموظف خبير وسيلة لإنهاء الورق وان معاملته بالحسنى لا تساعد على إنهاء الورق .
- بعض الأماكن مثل الشهر العقارى أكد المواطنون أن الخدمة ممتازة وأن إنهاء الأوراق يتم فوراً بسبب مدير الشهر العقارى فهو على حد تعبيرهم ممتاز عن المدير السابق له الذى كان من وجهة نظرهم وعلى حد تعبيرهم يضع العقدة أمام المنشار. وهذا يدل على أن قائد المصلحة يكون له دور فى خدمة المواطنين فكلما كان هذا القائد متفهماً لوظيفته ودوره فى خدمة المواطنين وغير متمسك

- بالروتين كلما ساهم ذلك فى إنجاز مصالح المواطنين فى أقل وقت .
- كثير من المصالح الحكومية توجد فى أماكن غير معروفة ويصعب الوصول إليها بسهولة
 - ان الموظف الحكومى يتمسك باللوائح ويفسرها لصالحه وأنه لا يتمتع بأى قدر من المرونة .
 - ذكر أحد العملاء أن الموظف يتعامل معه على أنه أجبر عنده وليس مستهلك يطلب خدمة .
 - إذا كان المستقصى منه موظف فان رأيه إيجابى عن الموظف أى أنه يتحيز للموظف وينفى عنه كل الإتهامات سواء المتعلقة بالرشوة أو عدم المبالاه بمصالح المواطنين .
 - فى مصلحة الجوازات بمجمع المصالح تم القبض بواسطة رجال الأمن على القائمين بجمع البيانات ، ولكن إنتهى الموقف بشكل سلمى بعد معرفة أن هذا البحث تابع لجامعة المنوفية -كلية التجارة .
 - بعض العملاء أكدوا أنه لا أمل فى الإصلاح وأن هذا الوضع للمصالح الحكومية سيبطل إلى الأبد وأنه لا جدوى من الأبحاث لأن هذا لن يتغير وأن هذا الروتين من أيام عصر محمد على وأكدوا أنه لا جدوى من البحوث وأكدوا أن هذا مجرد كلام على ورق لن يُنفذ منه شئ .
 - أماكن الوحدات الحكومية غير ملائم للظروف الصحية حيث لاتهبوية ولا نظافة .
 - بعض الأفراد كانوا يحتاجون لوجود الباحث بجانبهم لشرح عناصر القائمة لهم .
 - أشار أحد العملاء إلى أن انهاء الأوراق يستغرق شهوراً بسبب تعسف الموظف .
 - عند سؤال المستقصى منهم عن العبارة رقم (٢٤) وهى ضياع السجلات والمستندات الخاصة بالمواطنين من الأمور التى لاتهم الموظف الحكومى . اعترض المستقصى منهم ولم يوافقوا على ذلك حيث برروا ذلك بأن هذه المستندات تقع ضمن مسئولية الموظف وهو يهتم بكل مايقع تحت مسئوليته .
 - أحضر أحد العملاء قريبه الذى يعمل وكيل نيابة لكى يساعده فى سرعة استخراج الأوراق الخاصة به لأنه يريد هذه الأوراق على وجه السرعة بسبب السفر إلى دولة الامارات وقد أخرج بالفعل قريبه ماثبت أنه وكيل نيابة وأظهرها لموظف السجل المدنى فقام الموظف بسرعة تنفيذ الإجراءات له .
 - أغلب المستقصى منهم قاموا بسؤالنا : " انتم تبع أنهى جهة ؟ وهذا البحث بتاع إيه؟" وهذا يدل على تحفزهم فى البداية من الإدلاء بالبيانات والمعلومات.

جدول رقم (١) يوضح مدى توافر الحماية فى مجال كفاية المعلومات *

ترتيب الأهمية النسبية	غير موافق		لاأدرى		موافق		مجالات الحماية
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
٣	٥٠	١٢,٥٪	٢٠	٥٪	٣٣٠	٨٢,٥٪	* لا يوجد إهتمام من جانب الموظف بشكاوى المواطنين أو مقترحاتهم .
١	٢٠	٥٪	٢٠	٥٪	٣٦٠	٩٠٪	* الموظف الحكومى يفسر اللوائح والقوانين طبقا لوجهة نظره .
٢	٣٥	٨,٧٥٪	١٥	٣,٧٥٪	٣٥٠	٨٧,٥٪	* كثير من المصالح الحكومية لاتضع إرشادات لتسهيل أعمال الجمهور .
٥	٢٨٠	٧٠٪	٢٥	٦,٢٥٪	٩٥	٢٣,٧٥٪	* ضياع السجلات والمستندات من الأمور التى لايهتم بها الموظف .
٤	٦٤	١٦٪	١٣	٣,٢٥٪	٣٢٣	٨٠,٧٥٪	* كثير من الموظفين لا يقدمون الخدمة صحيحة من أول مرة .

من الجدول السابق يتضح أن (٩٠٪) من المستقصى منهم يرون أن الموظف الحكومى يفسر اللوائح والقوانين طبقا لوجهة نظره كما يرى المستقصى منهم بنسبة (٢٨,٥٪) أنه لا يوجد إهتمام من جانب الموظف بشكاوى المواطنين أو مقترحاتهم كما يرى (٨٧,٥٪) من المستقصى منهم أن كثير من المصالح الحكومية لاتضع إرشادات لتسهيل أعمال الجمهور . كما يرى (٢٣,٧٥٪) من المستقصى منهم ان ضياع المستندات والسجلات من الأمور التى لايهتم بها الموظف . ووجد أن (٨٠,٧٥٪) من المستقصى منهم يرون ان الكثير من الموظفين لا يقدمون الخدمة الصحيحة من أول مرة .

* المصدر : إجابات المستقصى منهم على العبارات (٢٥ . ٢ . ١٠ . ٢٤ . ١٥) من قائمة الإستقصاء المرفقة .

جدول رقم (٢) يوضح مدى توافر حماية المستهلك
فيما يتعلق بأسلوب التعامل معه من جانب الموظف الحكومي *

ترتيب الأهمية النسبية	غير موافق		لأدري		موافق		مجالات الحماية
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
١	٤٥	٪١١,٢٥	١٠	٪٢,٥	٣٤٥	٪٨٦,٢٥	*الموظف يتعامل مع المواطنين بحذر وشك .
٣	٥٥	٪١٣,٧٥	١٥	٪٣,٧٥	٣٣٠	٪٨٢,٥	*الموظف لا يبالي بمصالح المواطنين .
١	٤٥	٪١١,٢٥	١٠	٪٢,٥	٣٤٥	٪٨٦,٢٥	*كثير من الموظفين لا تتوافر لديهم مهارات التعامل مع المواطنين .
٤	٩٥	٪٢٣,٧٥	٣٠	٪٧,٥	٢٧٩	٪٦٩,٧٥	*الموظف الحكومي يتهرب من مسئوليته .
٢	٥٠	٪١٢,٥	١٥	٪٣,٧٥	٣٣٥	٪٨٣,٧٥	*الموظف رمز للسلطة وهو ممثل الحكومة .

أوضحت نتائج الإستقصاء لآراء المبحوثين أن (٪٨٦,٢٥) منهم يرون أن الموظف يتعامل مع المواطنين بحذر وشك كما يرى (٪ ٨٢,٥) منهم أنه لا يبالي كثيرا بمصالح المواطنين كما يرى (٪ ٨٦,٢٥) من المستقصى منهم أن الموظفين لا تتوافر لديهم مهارات التعامل مع المواطنين . كما يرى (٪ ٦٩,٧٥) من المستقصى منهم أن الموظف الحكومي يتهرب من مسؤولياته كلما أمكنه ذلك . كما يرى (٪ ٨٣,٧٥) من المستقصى منهم أن الموظف الحكومي رمز للسلطة وهو ممثل الحكومة .

* المصدر : اجابات المستقصى منهم على العبارات (٣ . ٤ . ١٨ . ١ . ٨) من قائمة الإستقصاء المرفقة .

جدول رقم (٣) يوضح مدى توافر الحماية فى مجال تكلفة أداء الخدمة *

ترتيب الأهمية النسبية	غير موافق		لاأدرى		موافق		مجالات الحماية
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
٢	٧٧	٪١٩,٢٥	١٣	٪٣,٢٥	٣١٠	٪٧٧,٥٠	* يدفع المواطن رسوم مبالغ فيها لا تتناسب مع تكلفة الخدمة التى يحصل عليها .
١	٥٥	٪١٣,٧٥	٢	٪٠,٥٠	٣٢	٪٨١,٢٥	* يرتبط أداء الخدمة بإجبار المواطنين على دفع رسوم إضافية .
١	٥٥	٪١٣,٧٥	٢	٪٠,٥٠	٣٢٥	٪٨١,٢٥	* الموظف الحكومى يسيء التصرف والتعامل مع المواطنين.
٣	١٠٥	٪٢٦,٢٥	١٠	٪٢,٥٠	٢٨٥	٪٧١,٢٥	* بعض الموظفين يستغلون وظائفهم لتحقيق مصالح شخصية .
١	٦٥	٪١٦,٢٥	١٠	٪٢,٥٠	٣٢٥	٪٨١,٢٥	* كثير من الموظفين لا يهتمون بأى مشكلة تتعلق بأداء الخدمة .

أوضحت نتائج الإستقصاء لآراء المبحوثين أن (٪٧٧,٥٠) منهم يرون أنهم يدفعون رسوم مبالغ فيها لا تتناسب مع تكلفة الخدمة التى يحصلون عليها . كما يرى (٪٨١,٢٥) من المستقصي منهم أن أداء الخدمة مرتبط بإجبار المواطنين على دفع رسوم إضافية . كما يرى (٪٨١,٢٥) من المستقصي منهم أن الموظف الحكومى يسيء التصرف والتعامل مع المواطنين . كما يرى (٪٧١,٢٥) منهم أن بعض الموظفين يستغلون وظائفهم لتحقيق مصالح شخصية . كما يرى (٪٨١,٢٥) منهم أن كثيرا من الموظفين لا يهتمون بأى مشكلة تتعلق بأداء الخدمة .

* المصدر : إجابات المستقصي منهم على العبارات (١٣. ١٢. ٧. ٢٣. ٢٢) من قائمة الإستقصاء المرفقة .

جدول رقم (٤) يوضح مدى توافر الحماية فى مكان تادية الخدمة

ترتيب الأهمية النسبية	غير موافق		لاأدرى		موافق		مجالات الحماية
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
٣	٦٢	٪١٥,٥	٢٣	٪٥,٧٥	٣١٥	٪٧٨,٧٥	* كثير من المصالح الحكومية لا تتوافر فيها أماكن ملائمة لأداء الخدمة .
٤	٨٠	٪٢٠	١٠	٪٢,٥	٣١٠	٪٧٧,٥	* كثير من المصالح الحكومية لا تتوافر فيها أماكن لراحة المواطنين .
١	٤٥	٪١١,٢٥	١٥	٪٣,٧٥	٣٤٠	٪٨٥	* كثير من المصالح الحكومية توجد فى مواقع غير مناسبة للمواطنين .
١	٥٠	٪١٢,٥	١٠	٪٢,٥	٣٤٠	٪٨٥	* كثير من المصالح الحكومية تتسم بالفوضى والإزدحام .
٢	٦٥	٪١٦,٢٥	١٠	٪٢,٥	٣٢٥	٪٨١,٢٥	* عدد الموظفين الذين يؤدون الخدمة بالمصالح الحكومية لا يتناسب مع أعداد المواطنين .

أوضحت نتائج الإستقصاء أن (٪٧٨,٧٥) من المستقصى منهم يرون أن كثيرا من المصالح الحكومية لا تتوافر فيها أماكن ملائمة لأداء الخدمة . كما يرى (٪٧٧,٥) من المستقصى منهم أن كثيرا من المصالح الحكومية لا تتوافر فيها أماكن لراحة المواطنين . كما يرى (٪٨٥) منهم أن كثيرا من المصالح الحكومية توجد فى مواقع غير مناسبة للمواطنين ويرى (٪٨٥) منهم أن كثيرا من المصالح الحكومية تتسم بالفوضى والإزدحام . كما يرى (٪٨١,٢٥) منهم أن أعداد الموظفين القائمين على تادية الخدمة بالمصالح الحكومية لا تتناسب مع أعداد المواطنين طالبي الخدمة .

* المصدر : إجابات المستقصى منهم على العبارات (١٦ . ١٧ . ١٩ . ٩ . ١٤) من قائمة الإستقصاء المرفقة .

جدول رقم (٥) يوضح مدى توافر الحماية فى مجال حق المستهلك فى الأمان*

ترتيب الأهمية النسبية	غير موافق		لاأدرى		موافق		مجالات الحماية
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
٥	٩٥	٢٣٫٧٥٪	٣٠	٧٫٥٪	٢٧٩	٦٩٫٧٥٪	*الموظف الحكومى يتهرب من مسئولياته كلما أمكن ذلك .
١	٢٠	٥٪	٢٠	٥٪	٣٦٠	٩٠٪	* الموظف الحكومى يفسر اللوائح والقوانين طبقا لوجهة نظره . * الوساطة والمحسوبة .
٤	٦٥	١٦٫٢٥٪	٢٠	٥٪	٣١٥	٧٨٫٧٥٪	
٢	٥٥	١٣٫٧٥٪	١٥	٣٫٧٥٪	٣٣٠	٨٢٫٥٪	*الموظف لايبالى بمصالح المواطنين .
٣	٥٥	١٣٫٧٥٪	٢٠	٥٪	٣٢٥	٨١٫٢٥٪	* الموظف يسىء التصرف والتعامل مع المواطنين .

أوضحت نتائج الإستقصاء أن (٦٩٫٧٥٪) من المستقصى منهم يرون أن الموظف الحكومى يتهرب من مسئولياته كلما أمكن ذلك . ويرى (٩٠٪) منهم أن الموظف الحكومى يفسر اللوائح والقوانين طبقا لوجهة نظره . ويرى (٧٨٫٧٥٪) منهم أن الوساطة والمحسوبة هما أفضل الطرق لقضاء المصالح . ويرى (٨٢٫٥٪) منهم أن الموظف الحكومى لايبالى بمصالح المواطنين . كما يرى (٨١٫٢٥٪) منهم أن الموظف الحكومى يسىء التصرف والتعامل مع المواطنين .

* المصدر : إجابات المستقصى منهم على العبارات (١ . ٢ . ٦ . ٤ . ٧) من قائمة الإستقصاء المرفقة .

جدول رقم (٦) يوضح مدى توافر الحماية فى مجال توقيت اداء الخدمة *

ترتيب الأهمية النسبية	غير موافق		لاأدرى		موافق		مجالات الحماية
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
١	٥٥	٪١٣٫٧٥	١٠	٪٢٫٥	٣٣٥	٪٨٣٫٧٥	* الوقت ليس له قيمة لدى الموظف الحكومى .
١	٦٠	٪١٥	٥	٪١٫٢٥	٣٣٥	٪٨٣٫٧٥	* أوقات العمل غير مناسبة لكثير من المواطنين .
٤	٢٦٠	٪٦٥	٢٠	٪٥	١٢٠	٪٣٠	* كثير من الموظفين لايتواجدون فى أماكن عملهم .
٣	٦٥	٪١٦٫٢٥	٢٥	٪٦٫٢٥	٣١٠	٪٧٧٫٥	* من الصعب على المواطن الحصول على البيانات وقت الحاجة .
٢	٦٠	٪١٥	١٠	٪٢٫٥	٣٣٠	٪٨٢٫٥	* إجراءات العمل طويلة فى كثير من المصالح .

أوضحت نتائج الإستقصاء أن (٪٨٣٫٧٥) من المستقصى منهم يرون أن الوقت ليس له قيمة لدى الموظف الحكومى . كما يرى (٪٨٣٫٧٥) منهم أن أوقات العمل غير مناسبة لكثير من المواطنين . ويرى (٪٧٧٫٥) منهم أنه من الصعب على المواطن الحصول على المعلومات المطلوبة وقت الحاجة إليها . كما يرى (٪٨٢٫٥) منهم أن إجراءات العمل طويلة فى كثير من المصالح الحكومية .

* المصدر : إجابات المستقصى منهم على العبارات (٥ . ٢٠ . ٢١ . ٢٦) من قائمة الإستقصاء المرفقة .

جدول رقم (٧) يوضح مقترحات المستهلكين (المستقصى منهم) فيما يتعلق بكيفية تحسين مستوى الحماية في مجال الخدمات الحكومية المحترقة

المقترحات	الأهمية النسبية من وجهة نظر المستقصى منهم	ترتيب الأهمية النسبية من وجهة نظر المستقصى منهم
١- ضرورة تقليل الإجراءات والخطوات اللازمة للحصول على الخدمة والقضاء على الروتين .	٪٩٣	٢
٢- تطوير اللوائح والقوانين التي تحكم العمل في المصالح الحكومية .	٪٨٤	٧
٣- تطوير عملية تقديم الخدمة الحكومية من خلال دراسة مقترحات وشكاوى المستهلكين .	٪٨٧	٤
٤- تشديد الرقابة على أداء الموظفين الحكوميين .	٪٨٦	٥
٥- الإعداد والتدريب الجيد للموظف الحكومى .	٪٩٢	٣
٦- ضرورة توافر مهارات التعامل لدى الموظف الحكومى .	٪٩٨	١
٧- ضرورة وجود إدارة ناجحة وفعاله فى المصالح الحكومية .	٪٨٥	٦

جدول رقم (٨) يوضح مدى توافر حماية المستهلك
فى مجال الخدمات الحكومية المحتكرة من وجهة نظر المستقصى منهم

الغير موافقين			الموافقين			بيان
ترتيب	نسبه	عدد	ترتيب	نسبة	عدد	
٢	٪٢٣.٧٥	٩٥	١٠	٪٦٩.٧٥	٢٧٩	١- الموظف الحكومى يتهرب من مسئولياته كلما أمكن ذلك .
٩	٪٥	٢٠	١	٪٩٠	٣٦٠	٢- الموظف الحكومى يفسر اللوائح والقوانين طبقاً لوجهة نظره .
٧	٪١١.٢٥	٤٥	٣	٪٨٦.٢٥	٣٤٥	٣- الموظف يتعامل مع الموظفين بحذر وشك وعدم ثقته .
٥	٪١٣.٧٥	٥٥	٦	٪٨٢.٥٠	٣٣٠	٤- الموظف لا يبالي بمصالح الموظفين .
٥	٪١٣.٧٥	٥٥	٥	٪٨٣.٧٥	٣٣٥	٥- الوقت ليس له قيمة لدى الموظف الحكومى .
٣	٪١٦.٢٥	٦٥	٨	٪٧٨.٧٥	٣١٥	٦- الوساطه والمحسوبيه أفضل طريقه لقضاء المصالح .
٣	٪١٦.٢٥	٥٥	٧	٪٨١.٢٥	٣٢٥	٧- الموظف الحكومى يسىء التصرف والتعامل مع المواطنين .
٦	٪١٢.٥٠	٥٠	٣	٪٨٦.٢٥	٣٤٥	٨- الموظف رمز للسلطه وهو رجل الحكومه .
٦	٪١٢.٥٠	٥٠	٤	٪٨٥	٣٤٠	٩- كثير من المصالح الحكوميه تتميز بالإزدحام .
٨	٪٨.٧٥	٣٥	٢	٪٨٧.٥	٣٥٠	١٠- كثير من المصالح الحكوميه لا تضع الإرشادات لتسهيل أعمال الجمهور .
٤	٪١٥	٦٠	٦	٪٨٢.٥٠	٣٣٠	١١- إجراءات العمل طويله فى الكثير من المصالح الحكوميه .
١	٪٢٧.٥	١١٠	٩	٪٧١.٢٥	٢٨٥	١٢- بعض الموظفين يستغلون وظائفهم لتحقيق مصالح شخصيه .
٣	٪١٦.٢٥	٦٥	٧	٪٨١.٢٥	٣٢٥	١٣- كثير من الموظفين لا يهتمون بأى مشكله تتعلق بأداء الخدمة التى يحصل عليها المواطن .

تابع جدول رقم (٨)

الغير موافقين			الموافقين			بيان
ترتيب	نسبة	عدد	ترتيب	نسبة	عدد	
٥	٪١٦.٢٥	٦٥	٥	٪٨١.٢٥	٣٢٥	١٤- عدد الموظفين الذين يؤدون الخدمة بالمصالح الحكومية لا يتناسب مع اعداد واحتياجات المواطنين.
٦	٪١٦	٦٤	٦	٪٨٠.٧٥	٣٢٣	١٥- كثير من الموظفين لا يقدمون الخدمة الصحيحة من أول مرة .
٧	٪١٥.٥	٦٢	٧	٪٧٨.٧٥	٣١٥	١٦- كثير من المصالح الحكومية لا تتوافر بها أماكن ملائمة لأداء الخدمة.
٣	٪٢٠	٨٠	٨	٪٧٧.٥	٣١٠	١٧- كثير من المصالح الحكومية لا تتوافر بها أماكن لراحة المواطنين .
١٢	٪١١.٢٥	٤٥	١	٪٨٦.٢٥	٣٤٥	١٨- كثير من الموظفين لا تتوافر لديهم مهارات التعامل مع المواطنين.
١١	٪١١.٢٥	٤٥	٢	٪٨٥	٣٤٠	١٩- كثير من المصالح الحكومية توجد في مواقع غير مناسبة للمواطنين.
٨	٪١٥	٦٠	٣	٪٨٣.٧٥	٣٣٥	٢٠- أوقات العمل غير مناسبة لكثير من المواطنين.
٢	٪٦٥	٢٦٠	١٠	٪٣٠	١٢٠	٢١- كثير من المواطنين لا يتواجدون في أماكن عملهم في أوقات العمل الرسمية .
٤	٪١٩.٢٥	٧٧	٩	٪٧٧.٥	٣١٠	٢٢- يدفع المواطنون رسوم مبالغ فيها لا تتناسب مع تكلفة الخدمة التي يحصلون عليها.
٩	٪١٣.٧٥	٥٥	٥	٪٨١.٢٥	٣٢٥	٢٣- يرتبط أداء الخدمة بإجبار المواطنين على دفع رسوم إضافية في شكل تبرعات.
١	٪٧٠	٢٨٠	١١	٪٢٣.٧٥	٩٥	٢٤- ضياع السجلات أو المستندات الخاصة بالمواطنين من الأمور التي لا يهتم بها الموظفون.
١٠	٪١٢.٥	٥٠	٤	٪٨٢.٥	٣٣٠	٢٥- لا يوجد اهتمام من جانب الموظف بشكاوى المواطنين أو مقترحاتهم.
٥	٪١٦.٢٥	٦٥	٨	٪٧٧.٥٠	٣١٠	٢٦- من الصعب على المواطنين الحصول على بيانات أو مستندات في وقت حاجاتهم اليها.

بالنسبة لنتائج الاستقصاء :-

١- هناك إتجاه سلبي لدى المستهلكين فيما يتعلق بتوافر الحماية الكاملة لهم في مجال الخدمات الحكومية المحتكرة التي لا بدليل لها ولتقديمها بواسطة جهة أخرى غير الدولة ممثلة في أجهزتها الحكومية حيث أن الغالبية العظمى من المبحوثين أجابوا بالإيجاب على أن عناصر ومجالات الحماية غير متوافرة وهي :-

- حماية الجمهور فيما يتعلق بسرعة أداء الخدمة المطلوبة (التوقيت) .
 - حماية الجمهور من المتعاملين فيما يتعلق بتكلفة أداء الخدمة .
 - حماية الجمهور من المتعاملين فيما يتعلق بإمكان أداء الخدمة .
 - حماية الجمهور من المتعاملين فيما يتعلق بالمعلومات المتعلقة بالخدمة .
 - حماية الجمهور من المتعاملين فيما يتعلق بكيفية التعامل الجيد من جانب الموظف الحكومي .
- وهذا يثبت صحة الفرض الخاص بالبحث .

٢- أن أغلب مقترحات المبحوثين في مجال الخدمات الحكومية تركزت حول الآتى فيما يتعلق بكيفية تحسين مستوى حماية المستهلك في مجال تلك الخدمات .

- أ- ضرورة إلزام الموظف الحكومي بحسن التعامل مع الجمهور .
- ب- ضرورة حماية المستهلك فيما يتعلق بأسعار تقديم الخدمة خاصة بالنسبة لفواتير المياه والكهرباء والتليفون ورسوم تسجيل العقارات والمباني بالشهر العقارى ورسوم إستخراج التراخيص بالمرور ورسوم إستخراج جوازات السفر وإستخراج البطاقات الشخصية دون مغالة أو مبالغة من جانب الدولة في صورة رسوم أو دفعات أو ضرائب حتى يمكن شعور العملاء بالأمان المادى فى تقديم الخدمة .

٣- إن الصورة الذهنية السيئة لدى الجمهور فيما يتعلق بالموظف الحكومي القائم على تقديم تلك الخدمات لها أثر كبير من الناحية النفسية على شعور المبحوثين بالحماية في مجال الخدمة الحكومية من جانب الدولة .

التوصيات

يوصى الباحثان بالآتى بشأن تحسين مستوى حماية المنتفعين أو المستفيدين بالخدمات الحكومية :-
 أولاً : فيما يتعلق بكيفية تقديم الخدمات الحكومية :-

- ١- ضرورة تقليل الإجراءات والخطوات المطلوبة للحصول على الخدمة المقدمة مع القضاء على الروتين بالأجهزة والمصالح الحكومية .
- ٢- ضرورة التزام الموظف الحكومى بساعات العمل الرسمية لقضاء مصالح الجمهور مع زيادة فترة التعامل مع الجمهور من الساعة ٨.٥ حتى الساعة الثانية بدلاً من الساعة ٩ - ١٢ ظهرأ .
- ٣- تحسين وتطوير أسلوب العمل بتلك المصالح الحكومية بأستخدام الأساليب الحديثة المتطورة فى التنفيذ (كأستخدام الكمبيوتر) بدلاً من الأساليب التقليدية فى حفظ وإستدعاء المستندات وذلك لتوفير راحة الجمهور .
- ٤- تطوير اللوائح الحكومية التى تحكم العمل بتلك المصالح الحكومية حيث أن أغلب هذه اللوائح قد تم وضعها منذ فترة زمنية طويلة ولكن مع تغير الظروف والبيئة المحيطة أصبح لابد من التغيير بما يتلاءم مع الاوضاع الجديدة .
- ٥- وجود تعليمات ولوحات إرشادية فى أماكن ظاهرة فى كل مصلحة حكومية لتعريف الجمهور بما هو مطلوب منهم لقضاء واستخراج الأوراق الخاصة بهم وأن يكون هناك أيضاً لوحات إرشادية بالشوارع والميادين للتنبيه عن أماكن تواجد المصالح الحكومية بالإضافة إلى لوحات إرشادية داخل المصالح نفسها للتفرقة بين الإدارات والأقسام داخل كل مصلحة لتيسير على الجمهور.
- ٦- العمل على إلغاء كافة المعوقات الإدارية والروتينية التى تعوق حسن أداء وسير العمل بالأجهزة الحكومية أثناء تأدية الخدمة للجمهور .
- ٧- السرعة فى أداء الخدمات للجمهور مع التنسيق بين كافة الأجهزة الحكومية المسئولة عن تأدية الخدمات للجمهور .

ثانياً : فيما يتعلق بحماية المستهلك فى مجال تكلفة أداء الخدمة :

- ١- التطوير المستمر فى أداء الخدمات الحكومية عن طريق دراسة أداء ومقترحات المستهلكين ودراساتها ومحاولة تنفيذها مع تعيين مندوبين عن المستهلكين ومشاركتهم فى وضع وتحديد اجراءات أداء الخدمة واتخاذ القرارات المتعلقة بها .
- ٢- تكوين جمعيات لحماية المستهلكين لكى تكون صمام الأمان من أجل الدفاع عن حقوق المستهلكين ورعاية مصالحهم .
- ٣- إجراء العديد من الدراسات الاقتصادية بهدف تحديد أسعار الخدمات الحكومية بشكل غير مبالغ فيه .

- ٤- تشديد الرقابة بشأن مطالبة المستهلك (العميل) بدفع رسوم عدد كبير من الخدمات المقدمة إليه حيث تكون هذه لرسوم مبالغ فيها أحياناً ولأسباب لا ترجع للمستفيد نفسه خاصة فى حالة الامتناع عن الدفع وقطع الخدمة عن المستفيد بسبب ذلك .
- ٥- تخفيض رسوم أدا . بعض الخدمات (مثل جوازات السفر) حيث تكون عالية خاصة لبعض فئات المستهلكين ممن ليست لديهم القدرة على الدفع لظروفهم المعيشية .
- ٦- زيادة عدد الموظفين فى بعض المصالح الحكومية لكى يتناسب مع عدد المستفيدين طالبي الخدمة منعاً للأزدحام والفوضى ومعاناة الجمهور من ذلك .
- ٧- اعطاء الفرصة للمستفيد للتنظيم فى حالة وجود أخطاء فى فواتير الدفع لبعض الخدمات كالمياه والكهرباء والتليفون قبل قطع الخدمة عنه .
- ٨- أن يكون بكل مصلحة حكومية مكتب خاص لتلقى شكاوى المواطنين والعمل على سرعة البت فى حلها .

ثالثاً : فيما يتعلق بتطوير أداء الموظف الحكومى :-

- ١- الإعداد الجيد للموظف الحكومى حتى يتمكن من أداء دوره على اكمل وجه وذلك عن طريق :-
- أ- وضع الشخص المناسب فى المكان المناسب (الاختيار السليم) .
- ب- التدريب لرفع كفاءة أداء الموظف الحكومى خاصة الموظفين الجدد للإلمام بمتطلبات أداء الخدمة للجمهور .
- ج- تهيئة وتحسين بيئة العمل التى يعمل فيها الموظف وتوفير الامكانيات المادية المناسبة لها .
- ٢- ضرورة توافر المهارات الأساسية للتعامل لدى الموظف الحكومى حتى يحسن معاملة الجمهور من المترددين على المصالح الحكومية .
- ٣- ضرورة وجود الإدارة الناجحة بالمصالح الحكومية والقيادة الفعالة حتى تكون القدوة للموظف الحكومى فى أداء عمله .
- ٤- تحسين الأحوال المادية للموظف الحكومى عن طريق وضع نظام سليم للأجور والمرتبات والحوافز لتحقيق رضائه ورفع روحه المعنوية بما ينعكس على كفاءته فى الأداء .
- ٥- وضع نظام جيد للرقابة على الآداد وتقييم الأداء للموظف الحكومى مع تطبيق مبدأ الشواب والعقاب بطريقة موضوعية ومحاسبة كل من يهمل فى عمله أو يسئ معاملة الجمهور .
- ٦- أن يتولى أداء الخدمات المختلفة القطاع الخاص ولكن تحت اشراف الوحدات المحلية بحيث تقوم الادارات المحلية بتحديد مواصفات أداء الخدمة وأسعار بيعها . (بمعنى تطبيق سياسته

التخصيصية) فى مجال الخدمات على مستوى المحافظة تحقيقاً لمبدأ المنافسة ومنع الإحتكار من جانب الدولة .

رابعاً : توصيات عامة :-

١- تحسين مواقع أداء الخدمات الحكومية من حيث ضرورة توافر هذه المصالح الحكومية فى كافة مراكز ومدن وقرى المحافظة .

حتى يمكن الإقتراب من العملاء (المستفيدين من الخدمة) بمعنى تعدد منافذ توزيع الخدمة تيسيراً على جمهور المنتفعين بها . وتزويدها بالتسهيلات المطلوبة .

٢- تجميع كافة المصالح والأجهزة الحكومية فى مكان واحد لتسهيل حصول العملاء على الخدمة وهذا مابدى فى تنفيذه بالفعل بأنشاء « مجمع للمصالح الحكومية » مع التنسيق الكامل بين هذه الأجهزة .

٣- أن يكون هناك أماكن مناسبة لأداء الخدمة داخل هذه المصالح الحكومية من حيث ضرورة توافر أماكن لراحة وإنتظار العملاء بدلاً من الزحام والفوضى وطوابير الأنتظار الطويلة فى الشوارع أمام هذه المصالح خاصة فى أوقات الذروة (وقت دفع وتحصيل فواتير التليفونات أو فواتير المياه والكهرباء) الخ .

٤- توسيع نطاق عمل المنظمات الغير حكومية (الجمعيات الشعبية التطوعية) وتشجيعها على العمل فى مجال حماية حقوق المستهلكين (العملاء) ومصالحهم .

٥- تنمية الاحساس بالتنمية والولاء لدى الموظف الحكومى وتشجيعه على حسن معاملة الجمهور وجعل حسن معاملة الجمهور وتسهيل أداء الخدمة له من معايير الحكم على أداء الموظف الحكومى .

٦- رفع كفاءة أداء الموظف الحكومى سواء من طريق التدريب فى مجال كيفية التعامل مع الجمهور أو فى مجال العلاقات العامة أو فى مجال حماية المستهلك فى مجال الخدمات الحكومية .

بسم الله الرحمن الرحيم

السيد الفاضل /

تحية طيبة وبعد :

إن حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية من الأمور الحيوية التي يجب أن تحظى بالإهتمام سواء من جانب الدولة أو من جانب الأجهزة التنفيذية الرقابية أو جانب الجمعيات الأهلية التطوعية (المنظمات الغير حكومية) أو من جانب المستهلك نفسه ، ونحيط سيادتكم علماً بأن هذا البحث يهدف إلى توصيف الوضع الحالي فيما يتعلق بمدى توافر حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية (المياة - الكهرباء - الطرق - المرور - الجوازات) وهذا الإستقصاء ضرورى لإجراء هذا البحث والحصول على البيانات الميدانية اللازمة له .

فالرجاء من سيادتكم التعاون معنا في الإجابة على هذا الإستقصاء والأسئلة الواردة به لتحقيق أهداف البحث مع العلم بأن ما تدلون به من بيانات ومعلومات هي لأغراض البحث العلمى فقط .

دكتور

أحمد إبراهيم عبد الهادى

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

كلية التجارة - جامعة بنها

دكتورة

أمينة مصيلحي فرحات

مدرس إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة المنوفية

الرجاء من سيادتكم وضع علامة (√) أمام الاختيار الذى يتفق ووجهة نظر سيادتكم

م	العبارة	موافق جداً	موافق	غير محدد	غير موافق	غير موافق تماماً
١	الموظف الحكومى يتهرب من مسئولياته كـ_____ أمكن ذلك .					
٢	الموظف الحكومى يفسر اللوائح والقوانين طبقاً لوجهة نظره .					
٣	الموظف يتعامل مع المواطنين بحذر وشك وعـ_____ ثقة .					
٤	الموظف لا يبالى بمصالح المواطنين .					
٥	الوقت ليس له قيمة لدى الموظف الحـ_____ومى .					
٦	الوساطة والمحسوبية أفضل طريقة لقضاء المصـ_____الح .					
٧	الموظف الحكومى يسئ التصرف والتـ_____عامل مع المواطنين .					
٨	الموظف رمز للسلطة وهو رجل الحكومة .					
٩	كثير من المصالح الحكومية تتميز بالفـ_____وضى والإزدحام .					
١٠	كثير من المصالح الحكومية لا تضع إرشادات لتسهيل أعمال الجمهور .					
١١	إجراءات العمل طويلة فى كثير من المصـ_____الح الحكومية .					
١٢	بعض الموظفين يستغلون وظائفهم لتحقيق مصـ_____الح شخصية .					

م	العبارة	موافق جداً	موافق	غير محدد	غير موافق	غير موافق تماماً
١٣	كثير من الموظفين لا يهتمون بأى مشكلة تتعلق بأداء الخدمة التي يحصل عليها المواطنون .					
١٤	عدد الموظفين الذين يؤدون الخدمة ببعض المصالح الحكومية لا يتناسب مع أعداد وإحتياجات المواطنين .					
١٥	كثير من الموظفين لا يقدمون الخدمة الصحيحة من أول مرة .					
١٦	كثير من المصالح الحكومية لا تتوافر بها أماكن ملائمة لأداء الخدمة .					
١٧	كثير من المصالح الحكومية لا تتوافر بها أماكن لراحة المواطنين .					
١٨	كثير من الموظفين لا تتوافر لديهم مهارات التعامل مع المواطنين .					
١٩	كثير من المصالح الحكومية توجد في مواقع غير مناسبة للمواطنين .					
٢٠	أوقات العمل في كثير من المصالح الحكومية غير مناسبة لكثير من المواطنين .					
٢١	كثير من الموظفين لا يتواجدون في أماكن عملهم في أوقات العمل الرسمية .					
٢٢	يدفع المواطنون رسوم مبالغ فيها لا تتناسب مع تكلفة الخدمة التي يحصل عليها .					

م	العبارة	موافق جداً	موافق	غير محدد	غير موافق	غير موافق تماماً
٢٣	يرتبط أداء الخدمة بإجبار المواطنين على دفع رسوم إضافية على شكل تبرعات .					
٢٤	ضياع السجلات أو المستندات الخاصة بالمواطنين من الأمور التي لا يهتم بها كثير من الموظفين .					
٢٥	لا يوجد إهتمام من جانب الموظف الحكومي بشكاوى المواطنين أو مقترحاتهم الخاصة بمستوى أداء الخدمة .					
٢٦	من الصعب على المواطن الحصول على بيانات أو مستندات في وقت يحتاجه لها .					

- ما هي مقترحات سيادتكم بشأن تحسين مجهودات حماية المستهلك في مجال الخدمة الحكومية ؟

الإسم :

المستوى التعليمي :

الوظيفة :

السن :

الجنس :

الحالة الاجتماعية :

وشكراً على تعاونكم معنا ،

٧ - مراجع الدراسة

١/٧ مراجع عربية :

- ١ - أسامة عبد الخالق الأنصارى، "سبل حماية المودعين عند حدوث الأزمات المصرفية : نظام مقترح للتأمين على الودائع"، مجلة العلوم الإدارية، كلية التجارة، جامعة القاهرة، بنى سويف، العدد السادس، يوليو ١٩٩٣.
- ٢ - الدسوقي حامد أبو زيد، "نور المستهلك في تحقيق الحماية له"، مجلة العلوم الإدارية، كلية التجارة، جامعة القاهرة، بنى سويف، يوليو ١٩٩٣.
- ٣ - الكتاب الإحصائى السنوى ١٩٥٢-١٩٩٢، الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، جمهورية مصر العربية، يونيو ١٩٩٣.
- ٤ - جرمين حزين سعد، البيانات اللازمة لحماية المستهلك وترشيده والأطار الحكومى المنظم له، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزى للتنظيم والإدارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ٥ - جمال الدين المرسى، دراسة تحليلية لاتجاهات المستهلك نحو السياسات والممارسات التسويقية وجهود الحماية لمنظمات الأعمال المصرية، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزى للتنظيم والإدارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ٦ - راشد عبد الجليل وأحمد فؤاد سالم، حماية المستهلك في مجال مستحضرات التجميل، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزى للتنظيم والإدارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ٧ - راشد عبد الجليل، حماية المستهلك، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزى للتنظيم والإدارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ٨ - صديق عفيفى وسهير منتصر، أبعاد مشكلة حماية المستهلك والإطار القانونى الحاكم لها، ندوة حماية المستهلك، المجلس الأعلى للثقافة، لجنة العلوم الإدارية، القاهرة، يرنية ١٩٨١.
- ٩ - صديق محمد عفيفى والعاذل عطية رحيم، إدارة التسويق، مكتبة عين شمس، القاهرة، ١٩٨٦.
- ١٠ - عبد الهادي قريطم وآخرون، تقييم نظم حماية المستهلك : دراسة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، مركز البحوث والتنمية، كلية الاقتصاد والإدارة، جدة، ١٩٨٣.
- ١١ - عطيات محمد عميش، المنافسة وأثرها على المستهلك فى قطاع المياه الغازية، مؤتمر حماية المستهلك، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ١٢ - على عبد المجيد عبده وآخرون، حماية المستهلك في السوق المصري، مركز البحوث والدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة القاهرة، ١٩٩٢.

- ١٢- فاروق رضوان، التبيين كأداة لحماية المستهلك المصري : دراسة تطبيقية على منتجات الصناعات الغذائية، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ١٤- محمد شوقي أحمد شوقي، حماية المستهلك في مجال الخدمات السياحية، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ١٥- محمد عفيفي حمودة، مفهوم حماية المستهلك، ندوة حماية المستهلك، المجلس الأعلى للثقافة، لجنة العلوم الادارية، القاهرة، يونية ١٩٨١.
- ١٦- محمود صادق بازرة، إدارة التسويق، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٣.
- ١٧- _____، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٠.
- ١٨- _____، حركة المستهلكين ومدى ضرورتها في جمهورية مصر العربية، ندوة حماية المستهلك، المجلس الأعلى للثقافة، لجنة العلوم الإدارية، القاهرة، يونية ١٩٨١.
- ١٩- _____، "دور التسويق في سوق البائعين"، مجلة الإدارة، العدد الأول، يوليو ١٩٧٦.
- ٢٠- محمد نور فرحات، الحماية التشريعية للمستهلك، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزي للتنظيم والإدارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ٢١- مراد محمد على، الاسلام وحماية المستهلك، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزي للتنظيم والادارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ٢٢- نعمات أحمد فؤاد، تغير النمط الاستهلاكي في مصر على مر العصور وأثر هذا علي النمط الحضارى للإنسان المصري، ندوة حماية المستهلك، المجلس الاعلي للثقافة، لجنة العلوم الادارية، القاهرة، يونية ١٩٨١.
- ٢٣- نعيم حافظ جمعة، حماية المستهلك من الخداع في مجال الاعلان، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزي للتنظيم والادارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.
- ٢٤- نيفين عيسى شاهين، حماية المستهلك في مجال خدمات الاقراض المصرفي، مؤتمر حماية المستهلك، الجهاز المركزي للتنظيم والادارة، القاهرة، مارس ١٩٨٢.

٢/٧ مراجع اجنبية :

1. A. Parker, Consumerism In Newzealand, International Marketing Review, Autumn, 1987.
2. Concrad Bereson & Henry Elbert, The Social Dynamics of Marketing, Random House, New York, 1973.
3. David W. Cravens & Gerald G. Hills, "Consumerism : A Prespective for Business", Business Horizons, Vol. 18, August, 1970.
4. George S. Day & David A. Aaker, "A Gudie to Consumerism", Journal of Marketing, Vol. 34, July, 1970.
5. H. Barksdale & W. Perreault, "Can Consumers Be Satisfied?", Msu Business Topics, Spring, 1980.
6. H. Barksdale et al., "Cross-national Survey of Consumer Attitudes Toward Marketing Practices, Consumerisim and Government Regulations", Columbia Journal of World Business, Summer, 1982.
7. Hirm C. Barksadle & William R. Daren, "Consumer Attitudes Toward marketing and Consumerism", Journal of Marketing, Vol. 36, October, 1972.
8. Louis L. Stern, "Consumer Protection Via Increased Information", Journal of Marketing, Vol. 31, April, 1967.
9. -----, "Consumer Protection Via Self Regulation", Journal of Marketing, Vol. 35, July, 1971.
10. Noel Capon & Richard J. Lutz, "A Model and Methodology For The Development of Consumer Information Programs," Journal of Marketing, Vol. 43, Jan. 1979.
11. Norman Kangum et al., "consumerism and Marketing Management", Journal of Marketing, Vol. 39, April, 1975.

12. P. Kotler & G. Armstrong, Marketing : An Introducton, 2nd ed, Prentice-hall International, Inc., 1990.
13. P. Kotler, Principles of Marketing, Prentice-hall, Inc., Englewood Cliffs, N.J., 1980.
14. P. Kotler, "What Consumers Mean to marketers", H.B.R., May-Joune, 1972.
15. Richard H. Buskirk & James T. Rothe, "Consumerism-An Interpretation", Journal of Marketing, vol. 34, October, 1970.
16. R.L. Day & H.K. Hunt, new Findings on Consumer Satisfaction And Complacency, St. Louis, Missouri, 1980.
17. Robert O. Herrmann, "Consumerism : Its Goals, Organizations and Future", Journal of Marketing, Vol. 34, October, 1970.
18. William M. Pride & O.C. Ferrel, Marketing : Basic Concepts and Decisions, 2nd ed, Houghton Mifflin Co., Boston, 1980.