جمعية حماية المستهلك
مسجلة برقم ٤٧٤٩ لسنة ١٩٩٥

تحت رعاية

أ.د./ عـــاطـف صـــدقـى
أ.د./ أحـــمـــد جـــويـلى

رئيس المؤتمر

أ.د./ صديق محمد عفيفى

رئيس جمعية حماية المستهلك

حماية حق المستهلك فى المعرفة الاساسية بالسلعة ..

الطريق والتطبيق

د./صبحى منصور
عضو شرف الاتحاد الدولى لفوتوغرافى
البيانات السكرتير العام للجمعية
المصرية لتنمية التربية والثقافة والعلوم

« جميع البحوث محكمة بواسطة لجنة علمية »

جمعية حماية المستهلك

المؤتمر العام لحماية المستهلك

٢١، ٢٢ أكتوبر ١٩٩٥

تحت رعاية

أ.د./ عاطف صدقى

أ.د./ أحمد جويلى

رئيس المؤتمر

أ.د./ صديق محمد عفيفى

رئيس جمعية حماية المستهلك

حماية حق المستهلك فى المعرفة الاساسية بالسلعة ..

الطريق والتطبيق

د./صبحى منصور

عضو شرف الاتحاد الدولى لفوتوغراف

بالبيانات السكرتير العام للجمعية

المصرية لتنمية التربية والثقافة والعلوم

حماية حق المستهلك فى المعرفة الاساسية بالسلعة.. الطريق والتطبيق

د./ صبحى منصور

عضو شرف الاتحاد الدولى لفوتوغرافي البيانات

السكرتير العام للجمعية المصرية لتنمية التربية والثقافة والعلوم

ورقة عمل مقدمة إلى « المؤتمر العام لحماية المستهلك»
المنعقد فى يومى ٢١-٢٢ أكتوبر ١٩٩٥ - القاهرة

خلاصة

تسعى ورقة العمل هذه إلى لفت الانتباه إلى بعض ممارسات الاعتداء على حق المستهلك فى المعرفة الأساسية بالسلعة، والثغرات المستخدمة فى ذلك، ثم تحديد معالم الطريق لحماية المستهلك، والطرق العلمية للتنفيذ فى التطبيق الفعلى بالحياة اليومية.

وقد تناولت الورقة ثلاث جوانب أساسية من حق المعرفة بالسلعة : (١) المعرفة بطبيعتها وخصائصها. (٢) المعرفة بمقياس جودتها وضماناته . (٣) المعرفة بالسعر الحقيقى لها فى ضوء تكاليف الإنتاج الفعلية والعرض والطلب الحقيقيين. واقترحت توصيف طرق التنفيذ العملية للقوانين توصيفاً علمياً تفصيليا دقيقاً، وتحديد العقوبة الرادعة للمخالفين ، وتشجيع إقامة أجهزة أسعار محلية أهلية وحكومية، وإنشاء معامل التحليل والفحص والتقييم السلعى غير الحكومية، بدعم إعلامى حقيقى وفعال، كطريق لحماية حق المستهلك فى المعرفة الأساسيه بالسلعة عمليا.

* مقدمة :

لا يعتبر تقديم المعلومات الصحيحة الكاملة عن السلعة إلى المستهلك حق أساسى تحميه جميع القوانين المحلية والدولية فحسب، ولكنه أيضا دليل على شرف الالتزام بأصول المهنة فى الصناعة والتجارة، وواجب أخلاقى وانسانى فى المقام الأول، ولكن الممارسات العملية فى السنوات الأخيرة بمصر - برغم وجود القوانين - أظهرت إهدار لهذا الحق الأساسى للمستهلك نشأت عنه نتائج أقل ما توصف به أنها سلبية بكل المقاييس العلمية الموضوعية. فقد أدت - فى بعض ما أدت إليه - إلى تعريض حياة وصحة المستهلكين - أطفالاً وكباراً -

الخطر، واضرت بسمعة الصناعة والتجارة والشرفاء من رجال الصناعة والتجارة أينما وجدوا وأيا كانت نسبتهم ، واهتزت بعنف ثقة المستهلك بالسلعة فإلتزام جانب الحيطة والحذر بما انعكس على الصناعة والتجارة ذاتها والوضع الاقتصادى بشكل عام، واهتزت معها بعنف كذلك، ثقة المواطنين بالسلطة التنفيذية بما له من آثار سلبية ممتدة بعيدة المدى.

فما هى – إذن – الوسائل التى يتم بها الاعتداء على حق المستهلك فى المعرفة الأساسية بالسلعة التى تقدم إليه حتى فى وجود القانون والحرص على تنفيذه ؟

وما هى الثغرات التى ينفذ منها العابثون ؟

وكيف يمكن حماية هذا الحق للمستهلك عملياً ؟

*** المعلومات الأساسية للسلعة، وحق المستهلك :**

ولكن ما هى المعلومات الأساسية التى يجب على المستهلك أن يعرفها عن السلعة، وتحمى القوانين حقه فى معرفتها؟ وماهى حق المستهلك فيها تحديداً ؟

١-حق المستهلك :

ألزمت القوانين جميع الصناع والتجار والمتعاملين فى السلعة بتقديم كافة المعلومات الصحيحة والكاملة المتعلقة بالسلعة إلى المستهلك كحق أساسى من حقوقه، ولا يقف الأمر عند مجرد تقديم المعلومات الصحيحة والكاملة عن السلعة، بل إن جميع القوانين تنص على أن تكون هذه المعلومات عن السلعة ظاهرة واضحة مقروءة ويسهل على المتعامل فى السلعة الوصول إليها بسهولة. واعتبرت الحجب أو التغيير أوالتلاعب بأى شكل من الأشكال أو التقصير والإهمال بقصد أو بدون قصد فى تقديم تلك المعلومات عن السلعة إلى المستهلك جريمة من جرائم الغش رالتدليس.

٢- المعلومات الأساسية للسلعة :

فما هى المعلومات الأساسية التى يرغب كل مستهلك أن يعرفها عن السلعة وتحمى القوانين حقه فى معرفتها؟

أولا : حق المستهلك فى معرفة طبيعة السلعة وخصائصها :

وهذه تنقسم إلى أربعة جوانب :

(أ) معرفة هوية السلعة :

فمن حق المستهلك أن يعرف اسم السلعة المميز لنوعها، ومنشأها (قطن مصرى، تفاح لبنانى ، موز كينى ، منشار صينى، ... دباسة هندى ،.. الخ) بالاضافة إلى الاسم التجارى «أو الماركة » الذى أطلق عليها المنتج (الشعلة ، الأهرام ، التمساح، الجوهرة...الخ) وكذلك الوزن ، والمواصفات الخاصة بتصميم تلك السلعة ودرجة جودتها (درجة أولى، درجة ثانية، ..الخ) والبيانات الكاملة للمنتج . فهذه المعلومات تمثل البطاقة الشخصية للسلعة التى يتم التعرف من خلالها على طبيعتها وخصائصها التى تميزها عن غيرها .

(ب) معرفة المحتويات والمكونات:

من حق المستهلك أن يعرف محتويات العبوة التى تقدم إليه فيها السلعة تفصيلا، وكذلك المكونات التى صنعت أو تتكون منها هذه المحتويات.

(جـ) معرفة طريقة الاستخدام الأمثل :

فمن حق المستهلك أن يعرف الطريقة المثلى التي وضعها المنتج للإستفادة من السلعة (كتوضيح طريقة التشغيل، أو السعرات الحرارية لكل ١٠٠ جم من المواد الغذائية، أو اقتراح البدائل الممكنة للحصول عل نتائج أفضل أو أحسن.. الخ ، وحماية وصيانة وحفظ السلعة وطريقة التخلص منها).

(د) معرفة الصلاحية للإستخدام وتاريخ الإنتاج

فمن حق المستهلك أن يعرف تاريخ إنتاج السلعة، ورقم إنتاجها الخاص ومدى الصلاحية للإستخدام بكفاءة.

ثانيا : حق المستهلك فى معرفة ضمان الجودة وخدمة مابعد البيع :

فمن حق المستهلك أن يعرف المواصفات القياسية ومقياس الجودة المعتمد فى إنتاج

السلعة، والضمان الذى يقدمه المنتيج فى حالة إخفاق السلعة فى الوصول إلى مستوى الجودة المعتمد، والخدمات المتوفرة للصيانة وكفاءة الاستخدام لدى المستهلك (BS,ISO ، ق م ، ت ق .. الخ) .

ثالثا : حق المستهلك فى معرفة السعر الحقيقى للسلعة :

فمن حق المستهلك أن يعرف ما تساويه السلعة فعلاً من مال مقابل تكاليف الانتاج الفعلية المتوازنة، وفى ضوء العرض والطلب الحقيقيين على السلعة بعيداً عن الاحتكار والممارسات المفتعلة .

وهكذا يتضح أمامنا أن القوانين تنظر إلى السلعة كخدمة – قبل أن تكون وسيلة لتحقيق الربح – تقوم على العلاقات المتوازنة والمتكافئة بين المتعاملين فيها. ونراها فى المجتمعات الراقية تأخذ دوراً حضارياً إضافياً كوسيلة اتصال بين المستهلكين للإرتقاء بسلوكياتهم ومعلوماتهم ومعارفهم وثقافتهم.

وهذا البعد التواصلى بين جمهور المستهلكين فى المجتمع له دوره الخطير البعيد المدى على المستوى الحضارى، ولاشك أن للمستهلك حق فى الارتقاء بما يعرض عليه من خلال السلعة من أفكار واتجاهات، وعلى الدولة واجب فى حمايتة، وتلك قضية هامة ينبغى على القائمين والمهتمين بالتربية والثقافة والعلوم االتنبه إلى أبعادها .

*** مظاهر الاعتداء على حق المستهلك فى معرفة السلعة :**

نورد بعضا منها، وبافتراض صحة المعوامات المبينة بالسلعة، والحرص على تنفيذ القانون، وبالرجوع إلى المعلومات الأساسية فإننا نجد الممارسات التالية فى السوق كل يوم:

١- تجاهل الإعلان عن هوية السلعة ودرجة جودتها ومواصفاتها.

٢- إهمال المعلومات الغذائية الأساسية على سلع المواد الغذائية.

٣- التحايل فى إخفاء تاريخ الانتاج وصلاحيته السلعة بكل الوسائل القانونية الممكنة مثل :

(أ) كتابة المعلومات صغيرة جداً.

(ب) كتابة المعلومات صغيرة جدا بلون معتم على أرضية معتمة.

(جـ) كتابة المعلومات صغيرة جداً بلون معتم على أرضية معتمة وفى مكان يصعب الاهتداء إليه.

(د) كتابة تاريخ الانتاج فى جانب وتاريخ الصلاحية فى جانب آخر.

(ه) تقديم المعلومات غير واضحة المعالم على السلعة فى مراحل انتاجها.

...الخ .

٤- تجاهل تحديد مقياس الجودة المعتمد فى إنتاج السلعة.

٥- لا توجد أى جهة مسئولة عن تحديدالسعر الحقيقى للسلع بعيداً عن الممارسات المفتعلة للعرض والطلب وتكلفة الإنتاج.

*** مقترحات لحماية حق المستهلك فى معرفة السلعة :**

(أ) حماية حق المستهلك فى معرفة طبيعة السلعة وخصائصها :

يكفل القانون المصرى حماية حق المستهلك فى معرفة طبيعة السلعة وخصائصها . ولما كان الاعتداء على هذا الحق ينشأ من التحايل على و/أو إهمال تقديم المعلومات إلى المستهلك فإن طريقة تنفيذ القانون ومعاقبة المخالفين تصبح بالضرورة هي موضع الخلل.

ولما كان حق المستهلك فى معرفة طبيعة السلعة يرتبط فى جانب منه بعلوم وفنون وتكنولوچيا الاتصال والمعلومات فإن الحل المقترح يكمن فى إعادة النظر فى طريق التنفيذ العملية للقانون بحيث يتم توصيف طرق التنفيذ العملى لهذا القانون توصيفا علمياً تفصيلياً دقيقاً على أساس ثوابت هذه العلوم والفنون والتكنولوچيا فى الاتصال، جنباً إلى جنب مع إعادة النظر فى عقوبة المخالفين.

ولا شك أن تشجيع إنشاء معامل التحليل والفحص والتقييم السلعى (غير الحكومية) يمكن أن يوفر الحماية لحق المستهلك فى المعرفة الأساسية بالسلعة.

(ب) حماية حق المستهلك فى معرفة السعر الحقيقى للسلعة :

فى ظل اقتصاد آليات السوق لا يمكن ترك الأسعار دون مراقبة علمية للتأكد من أن آليات السوق وحدها بعيداً عن الاحتكار هى التى تحدد السعر الحقيقى للسلعة.

لذلك فإن تشجيع إقامة أجهزة أسعار على مستوى محلى أهلية وحكومية تتولى هذه المهمة يمكن أن يوفر الحماية المطلوبة لحق المستهلك فى معرفة السعر الحقيقى للسلعة

ومع دعم حقيقى وفعال من أحهزة الاعلام لأجهزة الأسعار ومعامل التحليل والفحص والتقييم السلعى وحركة السوق فأن حماية حق المستهلك فى معرفة السلعة يصبح ممكناً عملياً.