



□ سلطنة عمان
□ الهيئة العامة لحماية المستهلك
ادارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي

استطلاع رأي ثقافة ووعي المستهلك بسلامة الاطراف في محافظة البريمي



أعداد :-

قسم الدراسات والتطوير

رجب ١٤٣٧ هـ / ٢٠١٦ م

المحتويات

رقم الصفحة	العنوان	م
٣	الملخص	١
٤	المقدمة	
٥	المشكلة	٢
٥	الاهداف	٣
٥	حجم العينة	٤
٥	أداة جمع البيانات	٥
١٦-٦	النتائج الرئيسية	٦
١٧	التوصيات	٧
١٨	الملاحق : ١- استطلاع الرأي	٨

قائمة الاشكال (الرسوم البيانية لاستطلاع الرأي):

رقم الصفحة	العنوان	م
١٣	الشكل (١): توزيع أفراد العينة على حسب نوع الاطار المفضل لديهم.	١
١٣	الشكل (٢): توزيع أفراد العينة حسب موقع شراء الاطار	٢
١٤	الشكل (٣): توزيع أفراد العينة حسب شراء اطارات ماركة معروفة أم شراء ماركة جديدة وغير معروفة	٣
١٤	الشكل (٤): توزيع أفراد العينة حسب العلم بمدى صلاحية الاطار بالنسبة لمركبات الركاب	٤
١٥	الشكل (٥): توزيع أفراد العينة على حسب القيام بفحص الاطار قبل الشراء	٥
١٥	الشكل (٦): توزيع أفراد العينة على حسب قراءة البيانات المكتوبة على جدار الاطار قبل الشراء.	٦
١٦	الشكل (٧): توزيع أفراد العينة على حسب معرفة المقصود بالرموز (الأرقام والأحرف) المكتوبة على جدار الاطار قبل الشراء.	٧
١٦	الشكل (٨): توزيع أفراد العينة على حسب النظر الى بلد منشأ الاطار.	٨
١٧	الشكل (٩): توزيع أفراد العينة على حسب نوع الاطار وجودته قبل شراء الاطارات.	٩
١٧	الشكل (١٠): توزيع أفراد العينة على حسب النظر لسعر الاطار أم وجودته.	١٠
١٨	الشكل (١١): توزيع أفراد العينة حسب الاحتفاظ بفاتورة شراء الاطار	١١
١٨	الشكل (١٢): توزيع أفراد العينة حسب معرفة فترة الضمان للاطار الجديد.	١٢
١٩	الشكل (١٣): توزيع أفراد العينة حسب فترة ضمان الاطار كافية.	١٣
١٩	الشكل (١٤): توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الرئيسية لتلف الاطار.	١٤
٢٠	الشكل (١٥): توزيع أفراد العينة حسب اختلاف قياس ضغط الهواء في الاطار يؤدي الى تلفه.	١٥
٢٠	الشكل (١٦): توزيع أفراد العينة حسب القيام بفحص الاطارات بشكل دوري	١٦
٢١	الشكل (١٧): توزيع أفراد العينة حسب تدوير أماكن اطارات مركبتك الأمامية والخلفية.	١٧
٢١	الشكل (١٨): توزيع أفراد العينة حسب الاهتمام بفحص الاطار الاضافي (الاحتياطي) لمركبتك كل فترة.	١٨
٢٢	الشكل (١٩): توزيع أفراد العينة حسب هل تعتقد بأن الاطار المستعمل جيد للاستخدام	١٩
٢٢	الشكل (٢٠): توزيع أفراد العينة حسب أسباب شراء الإطارات المستعملة.	٢٠
٢٣	الشكل (٢١): توزيع أفراد العينة حسب الابلاغ عن التجار الذين يقومون ببيع وتسويق الاطارات المستعملة.	٢١

الملخص

نفذت إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي إستطلاع رأي بعنوان "ثقافة ووعي المستهلك بسلامة الإطار" والذي يهدف إلى قياس الثقافة والوعي بسلامة الإطار والمحافظة عليه، وتجنب أسباب تأكله، كما أنه تطرق إلى معرفة مدى الإقبال على شراء الاطارات المستعملة والاسباب التي تؤدي بالبعض إلى إقتنائها. ولقد طبقت أداة جمع البيانات على عينة صدفية في حدود محافظة البريمي، حيث بلغ حجم العينة (٢٣٨) مبحوث ممن هم (فوق سن ١٨).

- ❖ ولقد خرج الاستطلاع بمجموعة من النتائج نذكر أبرزها فيما يلي:
- ❖ تعتبر إطارات (بروجسترون ويوكوهاما وميشلان) من أفضل الإطارات لدى أفراد العينة.
- ❖ (٤١٪) من أفراد العينة لا يعرفون مدة صلاحية الإطار.
- ❖ (٣٣٪) من أفراد العينة لا يلتزمون بفحص الإطار الجديد قبل القيام بعملية الشراء.
- ❖ أن (٤٠٪) لا يقرأون البيانات المكتوبة على ظهر الإطار قبل الشراء.
- ❖ (٦٦٪) ليس لديهم المعرفة الكاملة بمعاني الرموز والاحرف الموجودة على ظهر الإطار.
- ❖ (٢٢٪) لا يهتمهم معرفة دولة المنشأ المصنعة للإطار.
- ❖ (٣٣٪) من أفراد العينة يهتمون بسعر الإطار بغض النظر عن مستوى جودته.
- ❖ (٢٤٪) من أفراد العينة لا يحتفظون بفاتورة الشراء.
- ❖ (أكثر من نصف العينة لا يعرفون فترة الضمان التي حددها القانون.
- ❖ هناك عدة أسباب تؤدي إلى تلف الاطار من وجهة نظر العينة أبرزها سوء الاستخدام والظروف المناخية.
- ❖ (٢٨٪) من أفراد العينة لا يقومون بفحص إطارات المركبة بشكل دوري، كما أن (٤٨٪) منهم لا يهتمون بفحص الاطار الاحتياطي.
- ❖ ما يقارب نصف العينة يعتبرون أن الاطار المستعمل صالح للاستخدام في بعض الحالات.
- ❖ أكثر من ثلاثة أرباع العينة لا يبلغون الجهات المعنية عن التجار الذين يقومون ببيع الإطارات المستعملة. وفي ضوء هذه النتائج تم طرح مجموعة من التوصيات كان أبرزها:
- ❖ تكثيف حملات التوعية و التنقيف فيما يتعلق بسلامة الاطار وأضرار الإطارات المستعملة وثقافة قبل وبعد الشراء.
- ❖ تكثيف الرقابة على محلات بيع الإطارات للتأكد من التزامهم بعد بيع الإطارات المستعملة.
- ❖ وضع الخطط الكفيلة للحد من دخول الإطارات الغير مطابقة للمواصفات والمقاييس إلى أراضي السلطنة.

نبذة عن الاستطلاع

المقدمة:

تلعب الإطارات دور هام في تركيب المركبة ، فهي تشكل الجزء الأبرز والتي من دونها لا يمكن للمركبة أن تتحرك. ومن هذا الباب يجب أن يولي سائق المركبة اهتماما كبيرا وعناية فائقة بالإطارات سواء قبل شراء الاطار أو بعد شرائه واستخدامه ، حتى يتجنب الكثير من المشاكل التي يولدها عدم كفاية الوعي بالجوانب المتعلقة بسلامة الاطار وطرق المحافظة عليه.

وبالرجوع إلى الاحصائيات التي تصدرها الجهات المعنية فإننا نجد أن عدم الاهتمام بسلامة الاطار واستخدام الإطارات المستعملة و المتهالكة هو من أبرز مسببات الكوارث المرورية ، ومن منطلق حرص الهيئة العامة لحماية المستهلك على عدم تداول وبيع الإطارات المستعملة، فقد صدر قرار من رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك رقم (٢٠١٤/٢٤٦م) في ظل قانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني رقم (٢٠٠٢/٨٢م) ، وتم تغييره في ظل قانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني رقم (٢٠١٥/٦٦م) برقم (٢٠١٥/٢٥٧م) والذي نص بحظر بيع وتسويق وعرض وتوزيع الإطارات المستعملة .

كما نص القرار بحظر تداول الإطارات الغير المستعملة التي مضى على تاريخ إنتاجها (٢٤) شهرا، بالنسبة لإطارات المركبات، والحافلات، والشاحنات الخفيفة، و (٣٠) شهرا للشاحنات الثقيلة. ونص على المزود إعطاء المستهلك وثيقة ضمان للإطار لا تقل مدة سريانها عن (١) سنة واحدة من تاريخ البيع، ويسرى الضمان على الإطارات الملحقة بالسيارات الجديدة والمستعملة المعروضة للبيع.

المشكلة:

ما مدى وعي المستهلك بوسائل المحافظة على سلامة الاطار؟ ومدى وعيه بأضرار الإطارات المستعملة؟

الأهداف:

يهدف هذا الاستطلاع إلى تحقيق مجموعة من الاهداف أهمها:

1. معرفة اهم العوامل التي يراعيها قائد المركبة عند شرائهم إطار جديد.
2. قياس مدى ثقافة قائد المركبة ومعرفته بدلالات الرموز المكتوبة على ظهر الإطار وضغط الهواء الموصي به لمركباتهم.
3. معرفة مدى الالتزام بالممارسات الدورية التي تضمن لقائدي المركبة سلامة الإطارات وتجنبهم الحوادث.
4. معرفة أهم أسباب التي تؤدي إلى تلف الإطارات من وجهة نظر أفراد العينة.
5. معرفة أهم العادات المتبعة من قبل أفراد العينة حول كيفية المحافظة على سلامة الاطار.
6. معرفة مدى الثقافة بمخاطر استخدام الاطارات المستعملة، والأسباب التي تؤدي بالبعض إلى إقتنائها.
7. قياس الوعي المستهلك في تبليغ الجهات المعنية عن عدم إلتزام بعض التجار بتطبيق قرار منع بيع وتسويق الإطارات المستعملة.

حجم العينة:

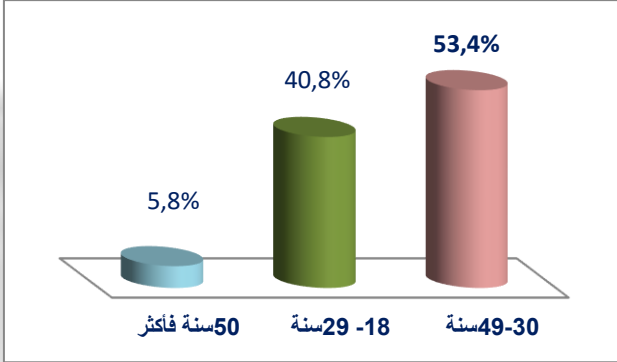
بلغ حجم العينة (٢٣٨) مواطنا عمانيا من قائدي المركبات بمختلف أنواعها من الفئة العمرية (١٨ سنة فما فوق)، ومن مختلف المستويات التعليمية. حيث تم سحب العينة من مختلف ولايات محافظة البريمي.

أداة جمع البيانات: -

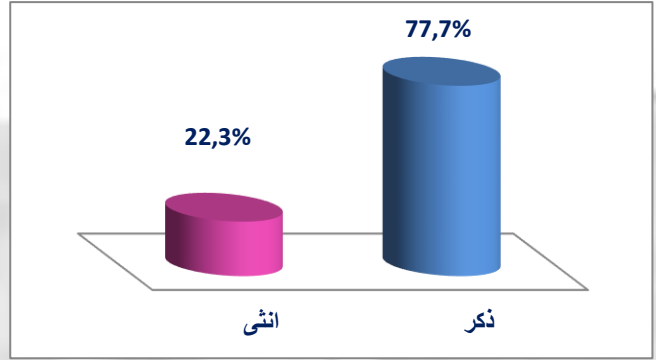
اعتمد هذا الاستطلاع على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، باعتبار الاستبانة أداة شائعة لجمع البيانات في بحوث العلوم الاجتماعية، حيث تستخدم لجمع بيانات متنوعة من العينة المختارة من المجتمع، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة بهدف التعرف على حقائق معينة أو توجيه نظر الباحثين واتجاهاتهم نحو موضوع معين. تضم أداة جمع البيانات مجموعة من البيانات الديمغرافية بالإضافة إلى ان هناك قسم متعلق بقياس الثقافة التوعوية عن العوامل التي يراعيها عند شراء الإطارات وأهم الممارسات التي يتبعها للمحافظة على سلامة الاطار والتقليل من تأكله، ومدى إدراكه بأخطار استخدام الإطارات المستعملة.

البيانات الديمغرافية

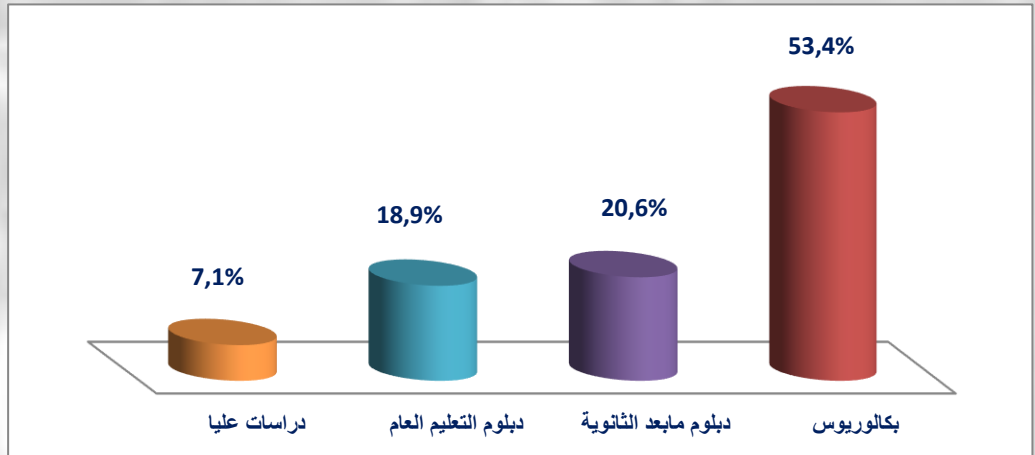
ثانيا: العمر



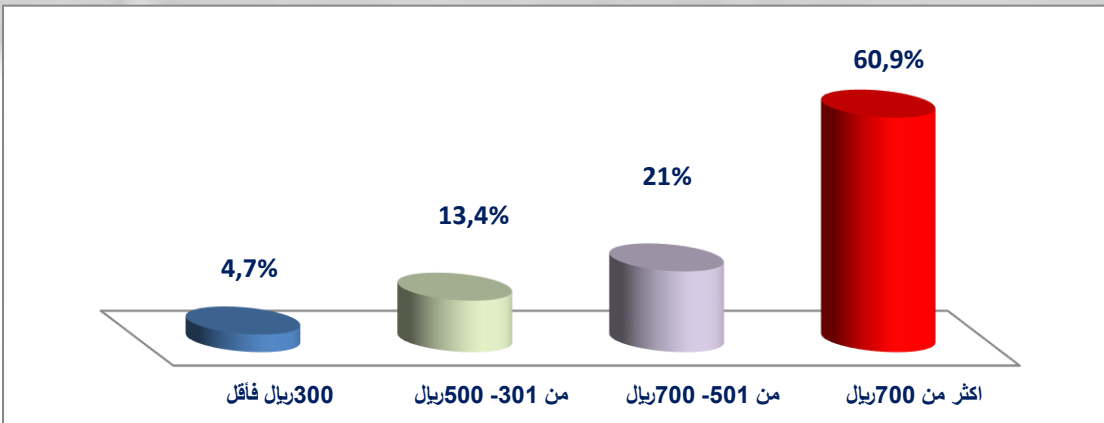
أولا: النوع الاجتماعي



ثالثا: المؤهل الدراسي



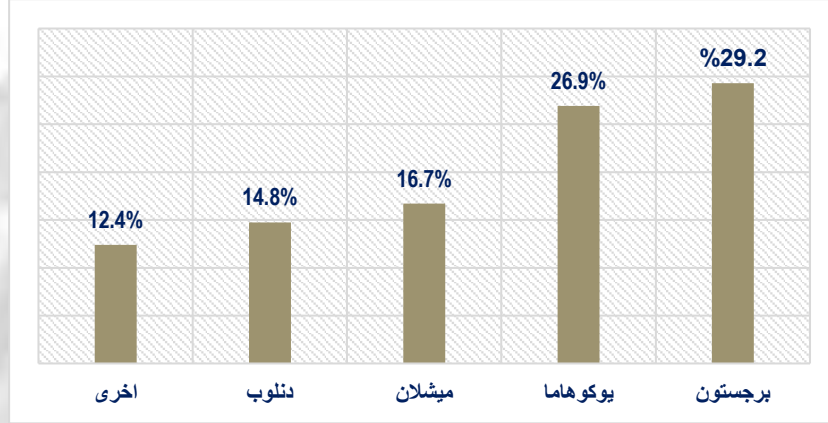
رابعا: الدخل الشهري



النتائج الرئيسية

أولاً: ما نوع الإطار المفضل لديك.

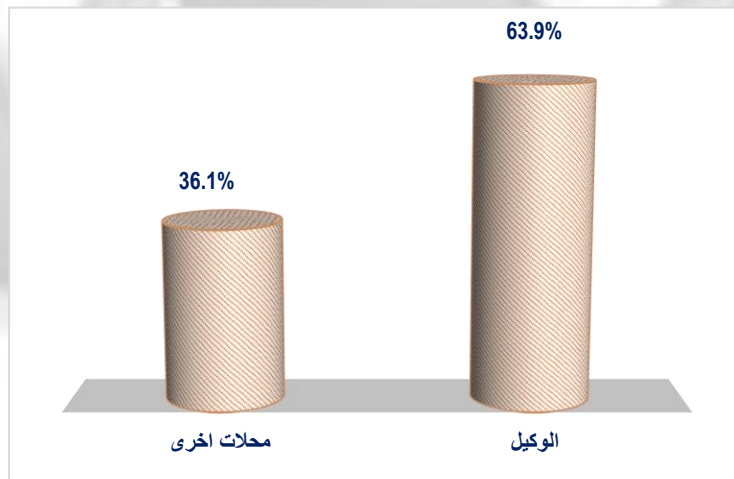
الشكل (١): نوع الإطار المفضل.



❖ احتل إطار برجستون الأولوية في قائمة الإطارات المفضلة لدى أفراد العينة بنسبة (٢٩,٢٪)، يليه إطار يوكوهاما بنسبة (٢٦,٩٪)، كما جاء إطار ميشلان في المرتبة الثالثة في قائمة المفضلات لدى المستهلك بنسبة (١٦,٧٪)، أما إطار دنلوب جاء في المرتبة الرابعة بنسبة (١٤,٨٪)، بينما ما يقارب (١٢,٤٪) من أفراد العينة يفضلون نوعيات أخرى من الإطارات مثل "نيكسون ورديستون وفالكون وتويو".

ثانياً: عند رغبتك في شراء إطار جديد لمركبتك، هل تفضل شراءه من؟

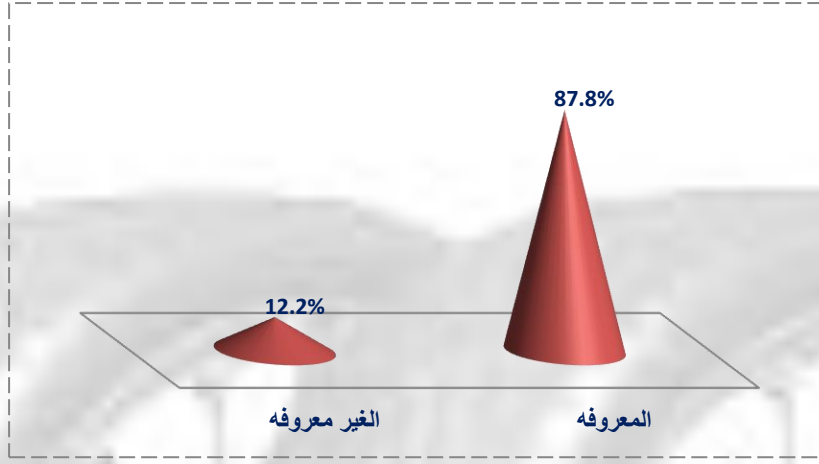
الشكل (٢): مكان المفضل لشراء الإطارات الجديدة



❖ يفضل ما يقارب ثلاثة أرباع أفراد العينة (٦٣,٩٪) شراء الإطارات الجديدة لمركباتهم من الوكيل مباشرة، بينما أوضح (٣٦,١٪) منهم أنهم يقومون بشراء الإطارات من محلات أخرى.

ثالثا: هل تفضل شراء اطارات ماركة معروفة أم شراء ماركة جديدة وغير معروفة؟

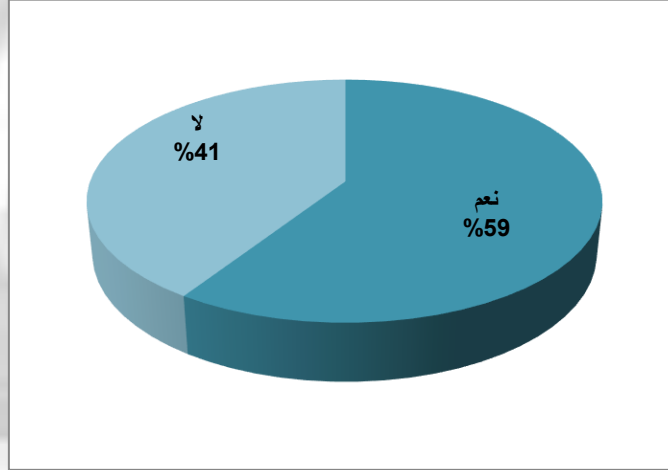
الشكل (٣): توزيع أفراد العينة حسب شراء اطارات ماركة معروفة أم شراء ماركة جديدة وغير معروفة



❖ تبين النتائج أن أغلبية أفراد العينة (٨٧,٨%) يفضلون شراء إطارات لمركباتهم من ماركة معروفة ومشهورة، بينما أشار (١٢,٢%) منهم بأنه لا مانع لديهم من شراء إطارات من ماركة جديدة وغير معروفة.

رابعا : هل تعلم مدة الاطارات الصالحة للاستخدام ٢٤ شهرا من تاريخ الانتاج بالنسبة لمركبات الركاب؟

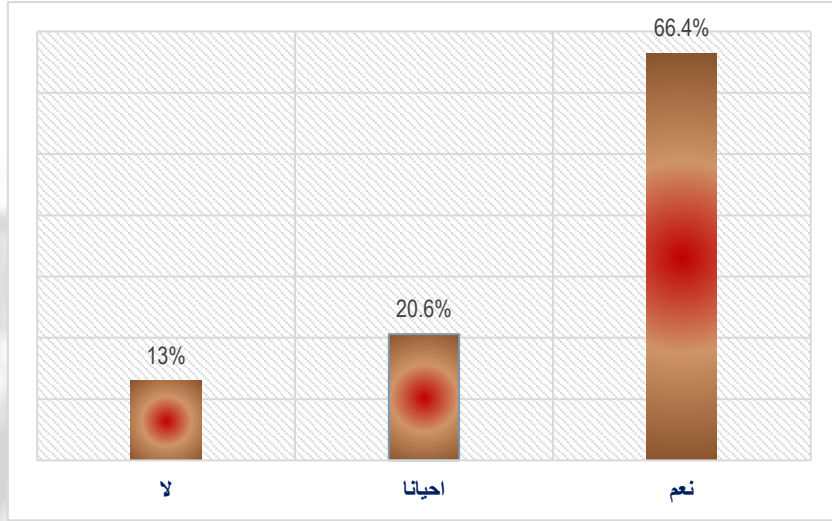
الشكل (٤) : توزيع أفراد العينة حسب العلم بمدى صلاحية الاطار بالنسبة لمركبات الركاب



❖ تشير النتائج إلى أن (٤١%) من أفراد العينة ليس لديهم معرفة بمدى صلاحية استخدام الإطارات. بينما أوضح (٥٩%) منهم بمعرفتهم بفترة الصلاحية.

خامسا: هل تقوم بفحص الاطار قبل الشراء؟

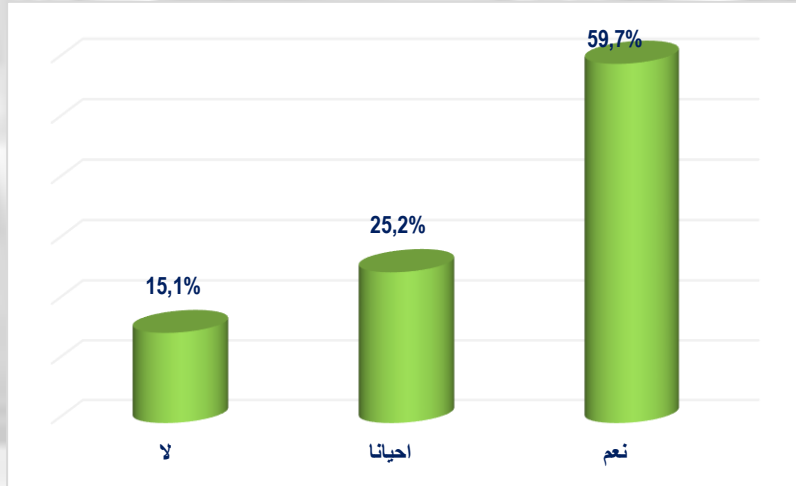
الشكل (٥): توزيع أفراد العينة على حسب القيام بفحص الاطار قبل الشراء



❖ يقوم أكثر من نصف العينة (٦٦,٤%) بفحص الإطارات والتأكد من صلاحيتها وتوافر المواصفات اللازمة قبل شرائه، كما أن (٢٠,٦%) منهم يقومون بفحصه أحيانا، بينما (١٣%) لا يفحصون الإطارات قبل القيام بعملية الشراء نهائيا.

سادسا: هل تقوم بقراءة البيانات المكتوبة على جدار الاطار قبل الشراء؟

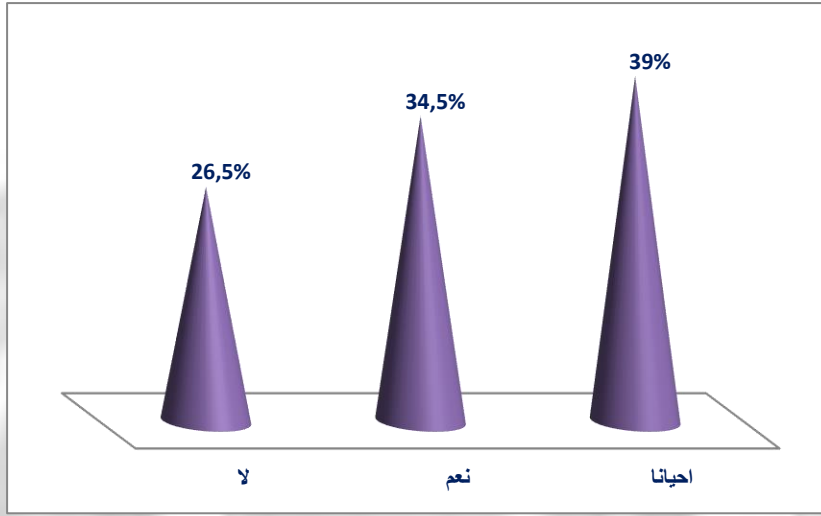
الشكل (٦): توزيع أفراد العينة على حسب قراءة البيانات المكتوبة على جدار الاطار قبل الشراء.



❖ يلتزم ما يقارب (٥٩,٧%) من أفراد العينة بقراءة البيانات المكتوبة على جدار الاطار قبل شراءه للتأكد من مطابقتها للمواصفات الخاصة بالمركبة ومدى صلاحيتها للاستخدام، بينما (٢٥,٢%) منهم يقرؤونها أحيانا، إلا أن (١٥,١%) منهم لا يهتمون بقراءتها أبدا.

سابعاً: هل تعلم المقصود بالرموز (الأرقام والأحرف) المكتوبة على جدار الاطار قبل الشراء:

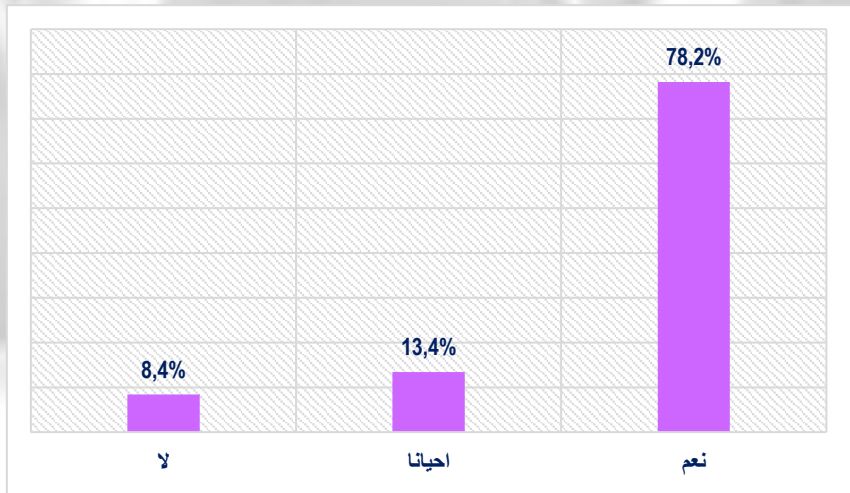
الشكل (٧): توزيع أفراد العينة على حسب معرفة المقصود بالرموز (الأرقام والأحرف) المكتوبة على جدار الاطار قبل الشراء.



❖ أن (٣٤,٥%) من أفراد العينة لديهم معرفة عن ما تعنيه الرموز (الأرقام والأحرف) المكتوبة على جدار الاطار، بينما (٣٩%) منهم ليس لديهم إلمام بجميع معاني الرموز؛ كما أن (٢٦,٥%) منهم ليس لديهم معرفة إطلاقاً عن المقصود بتلك الرموز.

ثامناً: هل تنظر الى دولة المنشأ عند الشراء أو هل بمعنى آخر تهتمك دولة المنشأ ؟

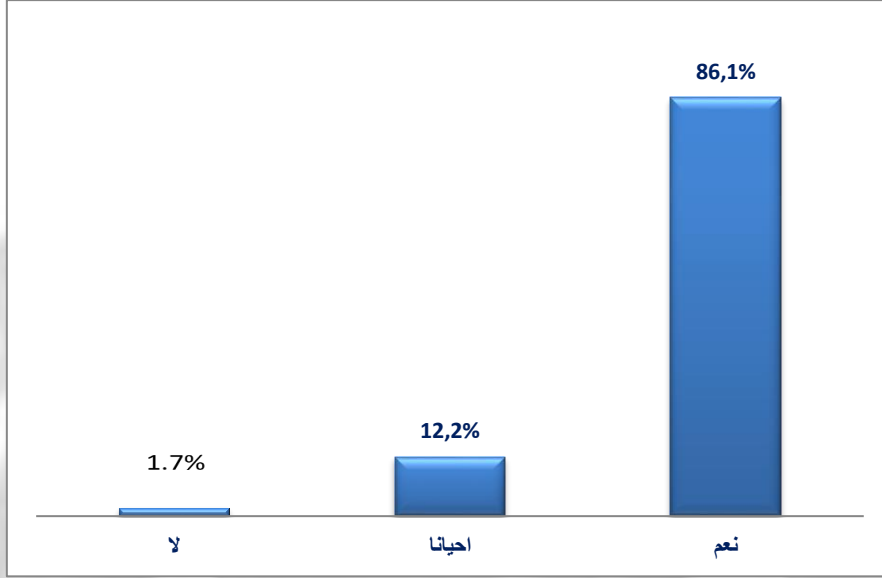
الشكل (٨) : توزيع أفراد العينة على حسب النظر الى بلد منشأ الاطار.



❖ يهتم أكثر من ثلاثة أرباع العينة (٧٨,٢%) بدولة المنشأ المصنعة للإطار، بينما (١٣,٤%) منهم لا يهتمون بالنظر إلى دولة المنشأ أحياناً، كما ان (٨,٤%) لا يهتمون بمعرفة دولة المنشأ الخاصة بصنع الاطار نهائياً.

تاسعا: هل تقوم بالسؤال عن نوع الاطار وجودته قبل شراء الاطارات؟

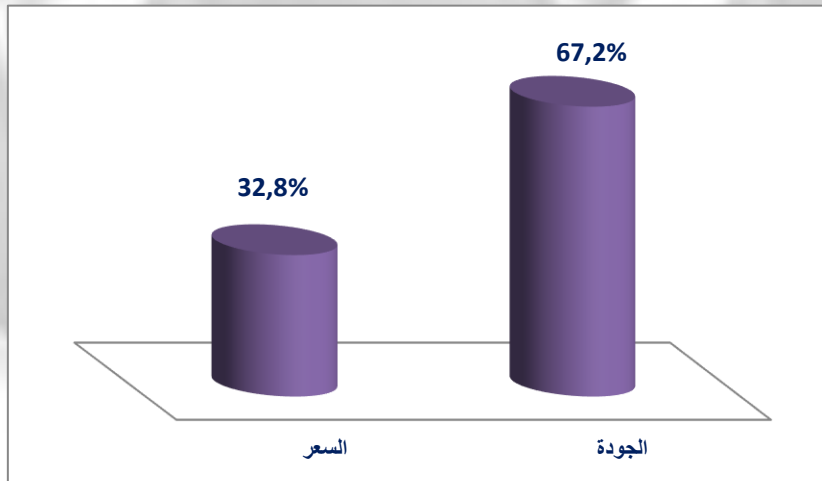
الشكل (٩): توزيع أفراد العينة على حسب نوع الاطار وجودته قبل شراء الاطارات.



❖ أكدت الأغلبية العظمى من أفراد العينة (٨٦,١%) بأنهم يقومون بالسؤال عن نوع الإطارات وجودته قبل شرائه، كما أن (١٢,٢%) منهم يقومون بالسؤال أحيانا، إلا أن نسبة ضئيلة منهم (١,٧%) لا يهتمون بالسؤال عن مستوى جودة الإطارات نهائيا.

عاشرا: عند شرائك للإطارات هل تنظر لسعر الاطار أم لجودة الاطار؟

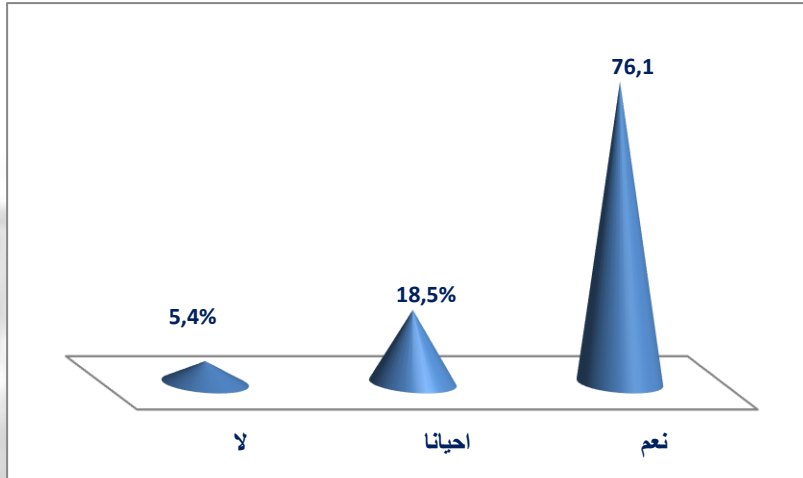
الشكل (١٠): توزيع أفراد العينة على حسب النظر لسعر الاطار أم وجودته.



❖ يهتم (٦٧,٢%) من أفراد العينة بجودة الإطارات بغض النظر عن سعره، بينما (٣٢,٨%) منهم يهتمون بالسعر أكثر من الجودة.

الحادي عشر: هل تحتفظ بفاتورة الشراء بعد قيامك بشراء الإطار؟

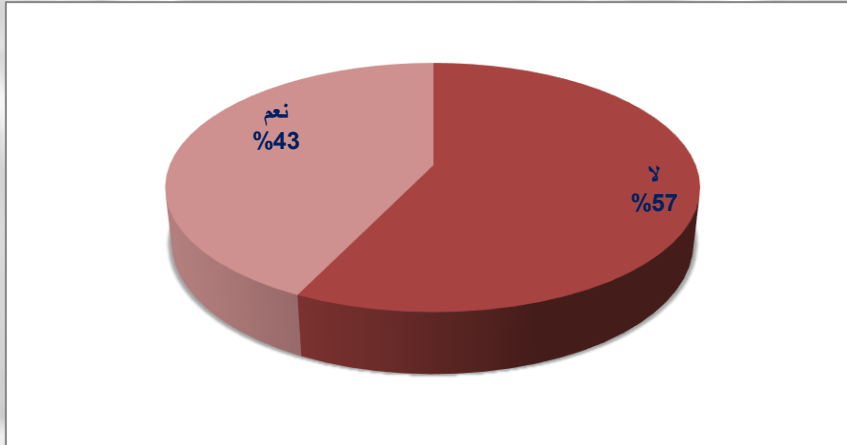
الشكل (١١): توزيع أفراد العينة حسب الاحتفاظ بفاتورة شراء الإطار



❖ يحتفظ أكثر من ثلاثة أرباع العينة (٧٦,١%) بالفاتورة عند شراء إطارات لمركباتهم، بينما (١٨,٥%) منهم يحتفظون بالفاتورة أحيانا، إلا أن (٥,٤%) لا يحتفظون بالفاتورة نهائيا.

الثاني عشر: هل لديك معرفة عن فترة الضمان للإطار الجديد التي حددها القانون؟

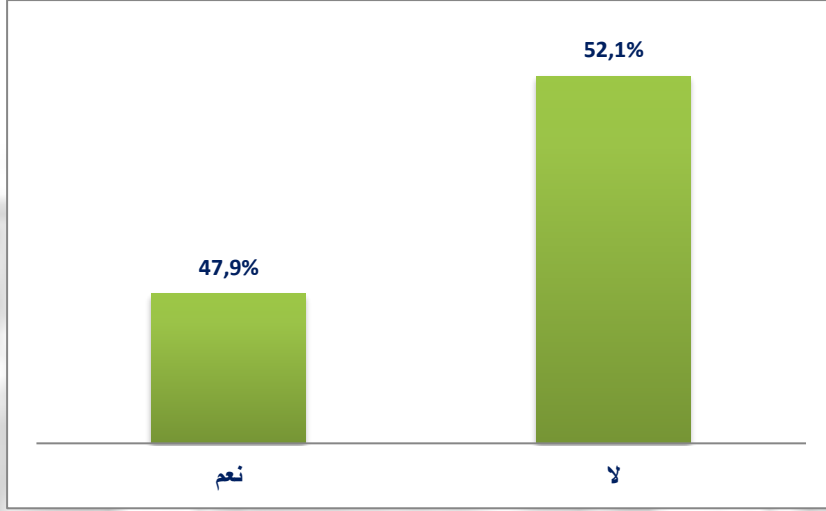
الشكل (١٢): توزيع أفراد العينة حسب المعرفة بفترة الضمان للإطار الجديد.



❖ أكثر من نصف أفراد العينة (٥٧%) ليس لديهم معرفة عن فترة الضمان للإطار الجديد التي حددها القانون حسب نوع الإطار، بينما (٤٣%) منهم لديهم معرفة بفترة الضمان.

الثالث عشر: برأيك هل فترة ضمان الإطار كافية؟

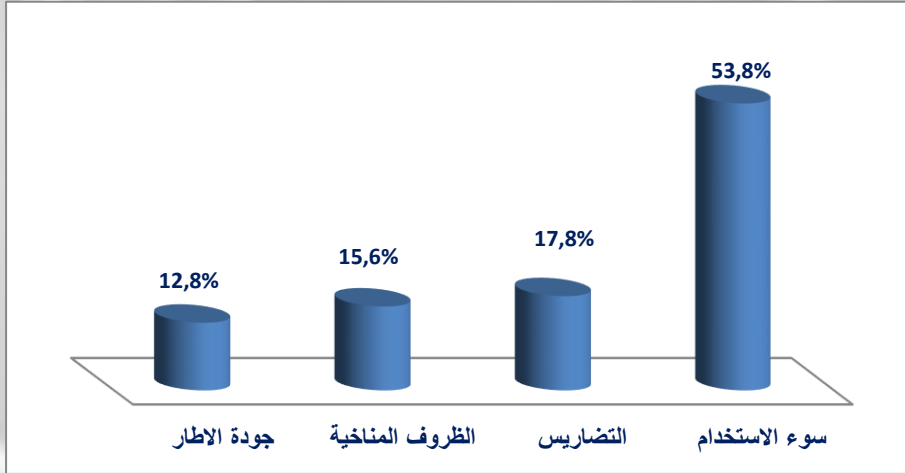
الشكل (١٣): توزيع أفراد العينة حسب كفاية المدة المحددة للضمان



❖ أكد أكثر من نصف أفراد العينة (٥٢,١%) أن فترة ضمان الاطار غير كافية، بينما يرى (٤٧,٩%) أن فترة الضمان كافية ومناسبة.

الرابع عشر: هل لديك معلومات عن الأسباب الرئيسية لتلف الاطار؟

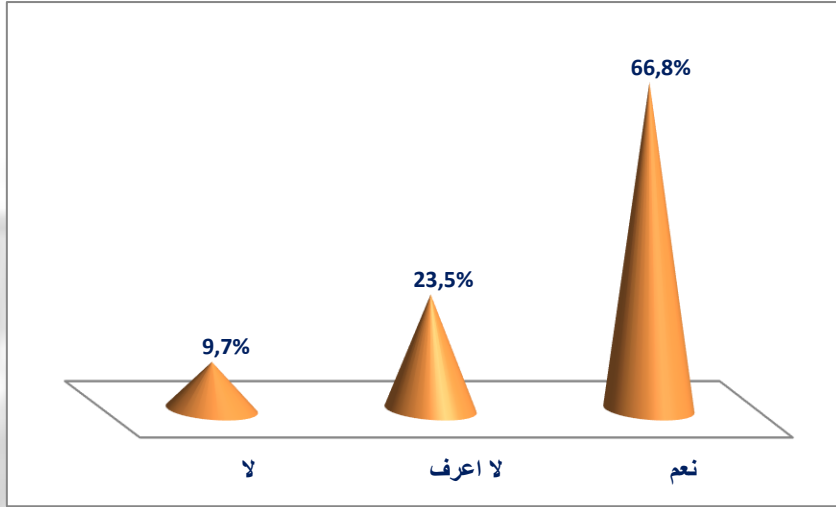
الشكل (١٤): توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الرئيسية لتلف الاطار.



❖ أشار (٥٨%) من أفراد العينة بأن هناك عدة أسباب رئيسية قد تؤدي إلى تلف الإطار، بحيث أعتبر (٥٣,٨%) منهم أن سوء استخدام الاطار من أبرز المسببات، كما أوضح (١٧,٨%) منهم أن التضاريس قد تؤدي إلى إلحاق أضرار بالاطار وتقليص عمرها الافتراضي، بينما يرى (١٥,٦%) أن الظروف المناخية هي عامل مساعد لتلف المبكر للإطار، وأكد (١٢,٨%) منهم أن مستوى جودة الاطار يلعب دور مهم في عدم تعرضه للتلف بشكل كبير.

الخامس عشر: هل اختلاف قياس ضغط الهواء في الاطار يؤدي الى تلفه؟

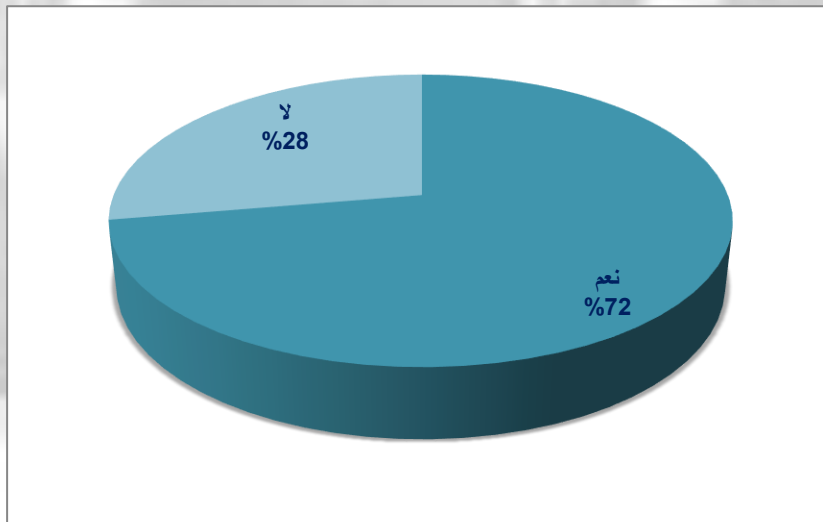
الشكل (١٥): توزيع أفراد العينة حسب اختلاف قياس ضغط الهواء في الاطار يؤدي الى تلفه.



❖ يرى أكثر من نصف العينة (٦٦,٨%) أن أختلاف قياس ضغط الاطار يؤدي الى تلفه، بينما (٩,٧%) منهم لا يرونا اختلاف قياس ضغط الهواء في الاطار يؤدي الى تلفه، إضافة إلى أن ما يقارب من ربع العينة (٢٣,٥%) ليس لديهم معرفة بذلك.

السادس عشر: هل تقوم بفحص اطارات مركبتك بشكل دوري؟

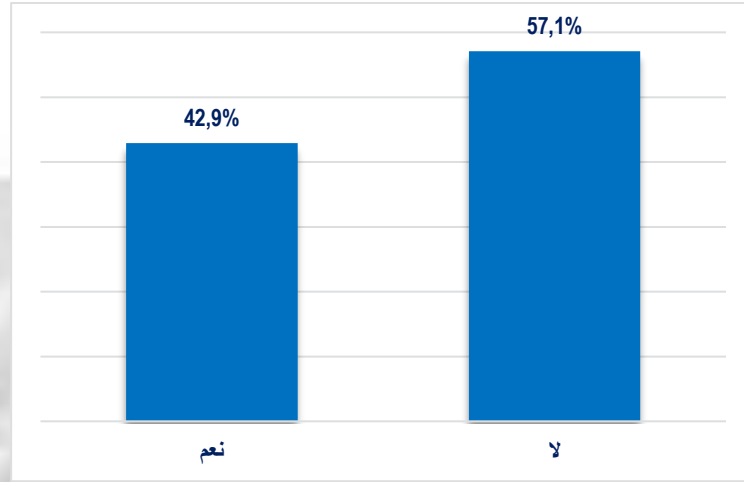
الشكل (١٦): توزيع أفراد العينة حسب القيام بفحص الاطارات بشكل دوري.



❖ يقوم معظم أفراد العينة (٧٢%) بفحص إطارات مركباتهم بشكل دوري، بينما (٢٨%) منهم لا يهتمون بفحص الإطارات.

السابع عشر: هل تقوم بتدوير أماكن إطارات مركبتك (الأمامية والخلفية) ؟

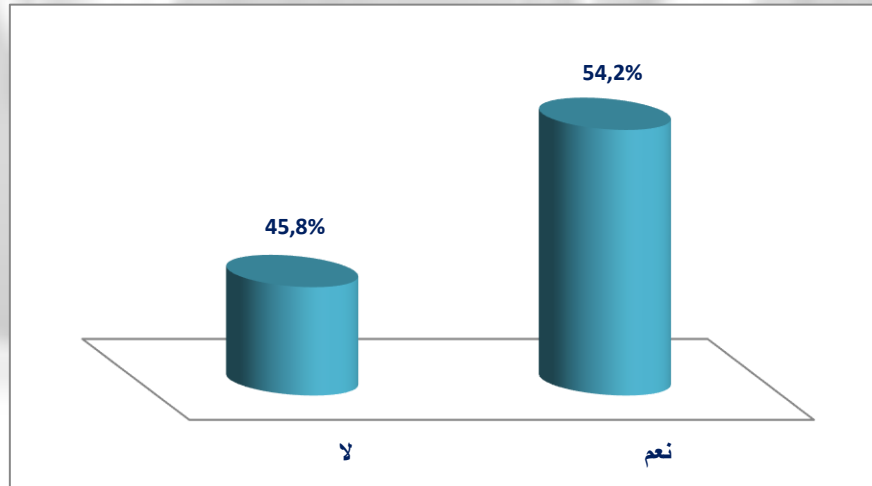
الشكل (١٧): توزيع أفراد العينة حسب تدوير أماكن إطارات مركبة الأمامية والخلفية.



❖ تشير النتائج إلى أن أكثر من نصف العينة (٥٧,١%) لا يقومون بتدوير أماكن إطارات مركباتهم الأمامية و الخلفية، بينما (٤٢,٩%) منهم مهتمين بتدوير أماكن الإطارات.

الثامن عشر: هل تهتم بفحص الاطار الاضافي (الاحتياطي) لمركبتك كل فترة ؟

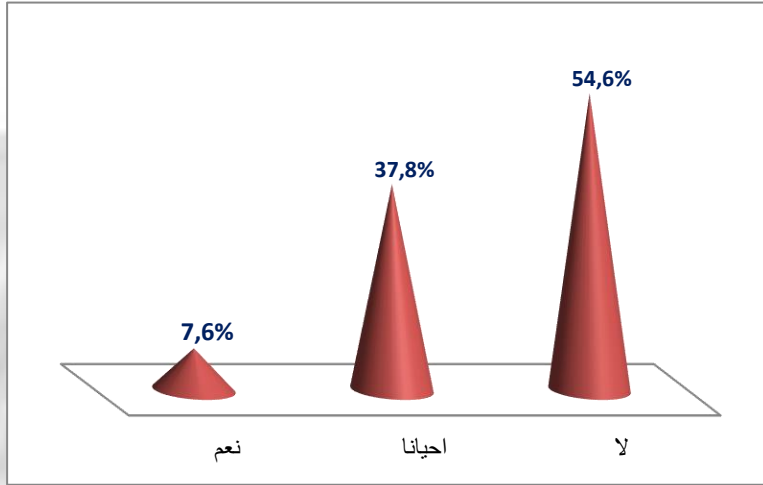
الشكل (١٨): توزيع أفراد العينة حسب الاهتمام بفحص الاطار الاضافي (الاحتياطي) للمركبة كل فترة.



❖ أن ما يقارب (٥٤,٢%) من أفراد العينة يهتمون بفحص الاطار الاحتياطي للمركبة للتأكد من مدى صلاحيته للاستخدام، بينما في المقابل ما يقارب من نصف العينة (٤٥,٨%) لا يقومون بفحص الإطار الاحتياطي.

التاسع عشر: هل تعتقد بأن الاطار المستعمل جيد للاستخدام؟

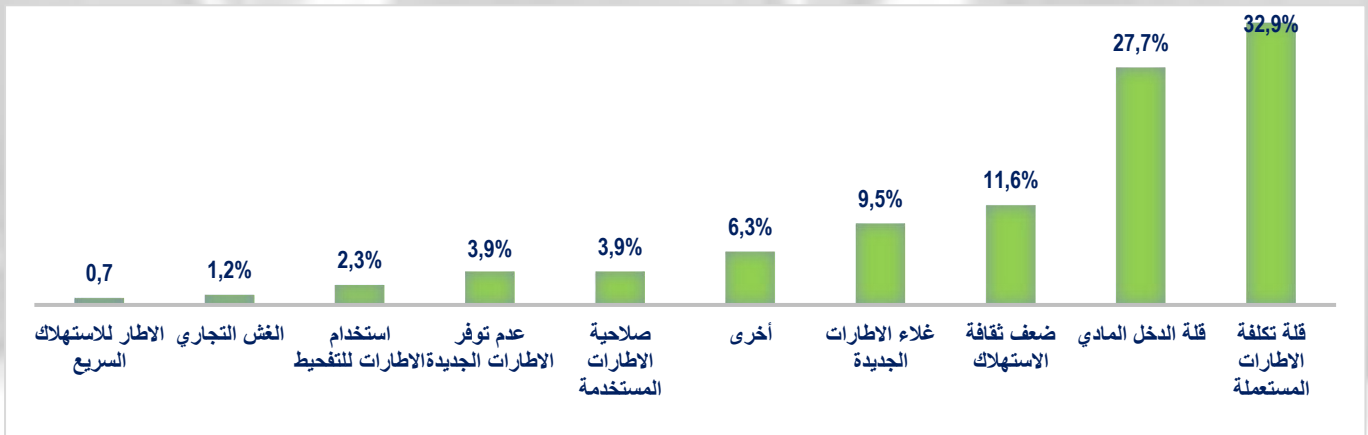
الشكل (١٩): توزيع أفراد العينة حسب هل الاعتقاد بأن الاطار المستعمل جيد للاستخدام



❖ أكدت أفراد العينة (٥٤,٦%) عدم صلاحية الإطار المستعمل للاستخدام مرة أخرى، إلا أن (٣٧,٨%) منهم أشار إلى أنه من الممكن استخدامه في بعض الأحيان، كما أن (٧,٦%) لا مانع لديهم من إعادة استخدام الاطار المستعمل.

العشرون: برأيك ما الاسباب التي تدعو البعض لشراء الاطارات المستعملة؟

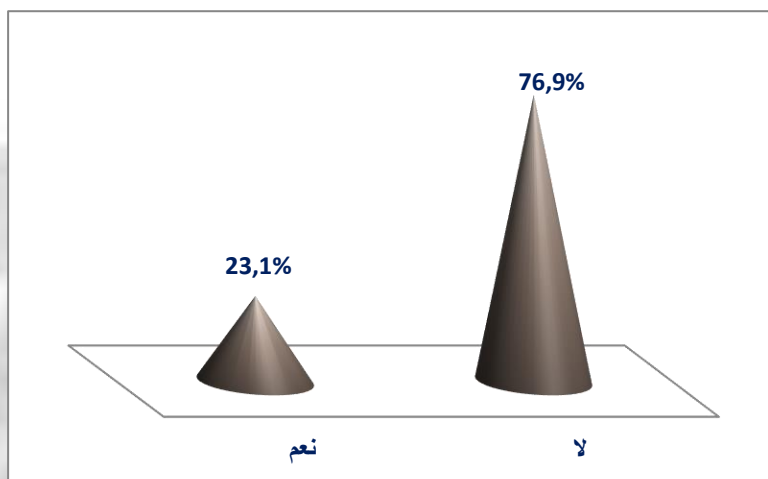
الشكل (٢٠): توزيع أفراد العينة حسب أسباب شراء الإطارات المستعملة.



❖ توضح النتائج أن (٣٢,٩%) من أفراد العينة يرون أن من أبرز الأسباب التي تدعو البعض لشراء إطارات مستعملة لمركباتهم هو قلة التكلفة، أما (٢٧,٧%) منهم أشار إلى أن قلة الدخل المادي يلعب دور مهم في توجه البعض إلى اقتناء الإطارات المستعملة، يليها ضعف ثقافة الاستهلاك (١١,٦%)، تليها غلاء الاطارات الجديدة (٩,٥%)، بعد ذلك صلاحية الاطارات المستخدمة وعدم توفير الاطارات الجديدة (٣,٩%)، يليها استخدام الاطارات للتفحيط (٢,٣%)، يليه الغش التجاري و الاستهلاك لفترة محدودة.

الحادي والعشرون: هل تقوم بتبليغ الجهات المعنية عن التجار الذين يقومون ببيع وتسويق الاطارات المستعملة؟

الشكل (٢١): توزيع أفراد العينة حسب الابلاغ عن التجار الذين يقومون ببيع وتسويق الاطارات المستعملة.



❖ تشير النتائج إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع العينة (٧٦,٩%) لا يقومون بتبليغ الجهات المعنية عن التجار الذين يقومون ببيع وتسويق الإطارات المستعملة، بينما (٢٣,١%) منهم يقوموا بالتبليغ.

التوصيات

م	التوصية	الجهة المنفذة
١	تكثيف حملات التوعية الخاصة بتثقيف المجتمع حول مخاطر الإطارات المستعملة، وسلامة الاطار بشكل عام.	قسم الإعلام
٢	تثقيف وتوعية المجتمع حول الطرق الصحيحة عند شراء الاطار، إضافة إلى خدمات ما بعد البيع.	قسم الإعلام
٣	مراقبة محلات بيع الاطارات بشكل دوري للتأكد من إلزامها بتطبيق قرار حظري بيع الاطارات المستعملة.	قسم التنظيم ومراقبة الاسواق
٤	العمل على ايجاد اجهزة مختصة لفحص الاطارات ومدى جودتها.	قسم التنظيم ومراقبة الاسواق
٥	تثقيف المستهلكين حول ضرورة التبليغ على التجاوزات التي يرتكبها اصحاب محلات الاطارات.	قسم الإعلام
٦	التنسيق مع المديرية العامة للمواصفات والمقاييس على اعطاء الموافقة فقط للإطارات ذات الجودة والتي تتناسب مع مناخ وتضاريس السلطنة.	إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي وقسم المواصفات المقاييس بإدارة التجارة والصناعة بمحافظه الريمي
٧	مراقبة محلات بيع الاطارات للتأكد من مدى التزامها بتهيئة الظروف المناسبة لتخزين الاطارات.	قسم التنظيم ومراقبة الاسواق
٨	العمل على ايجاد جهة مختصة ومعتمدة لتكون محايدة لفحص الإطارات	إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي
٩	تأهيل موظفي الهيئة العامة لحماية المستهلك ممن لديهم صفة الضبطية القضائية من خلال ارسالهم لدورات خارجية تخص جميع النواحي المتعلقة بالإطارات.	قسم التدريب بالإدارة
١٠	التنسيق مع المديرية العامة للمواصفات والمقاييس حول اعداد كشف بالإطارات الغير مطابقة لغرض سحبها من السوق	إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي وقسم المواصفات المقاييس بإدارة التجارة والصناعة بمحافظه الريمي

(الملحق)

استطلاع رأي ثقافة ووعي المستهلك بسلامة الإطار

أخي المستهلك اختي المستهلكة:

يعتبر الإطار أحد العوامل الرئيسية في تحقيق سلامة السائق والركاب, كما يساهم في إطالة العمر الافتراضي للمركبة, ومن المؤسف أن الكثير من الأنفس زهقت أو بعض الأبدان شلت نتيجة تعرضها لحوادث مرورية كان السبب فيها الإطار, وبهدف قياس ثقافة ووعي المستهلك حول الإطارات, تدعوكم إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي للمشاركة في هذا الاستطلاع مع العلم بأن البيانات سرية ولا تستخدم إلا لأغراض الدراسة.

البيانات الشخصية

الاسم (اختياري) :

الجنس : ذكر أنثى

العمر : ١- ٢٩ سنة ٣١- ٤٩ سن ٥٠ سنة فأكثر

المؤهل العلمي :

دبلوم عام فأقل بلوم متوسط بكالوريوس دراسات عليا

الدخل الشهري :

٣٠٠ ريال فأقل ٣٠٠- ٥٠٠ ريال ٥٠٠- ٧٠٠ ريال أكثر من ٧٠٠ ريال

يرجى التكرم بالإجابة على الاسئلة المدونة في الجدول التالي بما يناسبك:

م	العبارة			
١	ما نوع الاطار المفضل لديك ؟			
٢	عند رغبتك في شراء إطار جديد لمركبتك , هل تفضل شرائه من : ١- الوكيل , ولماذا؟..... ٢- محلات أخرى, ولماذا؟.....			
٣	هل تفضل شراء اطارات ماركة معروفة ام شراء ماركة جديدة وغير معروفة؟ ١- ماركة معروفة. ٢- ماركة جديدة وغير معروفة.			
٤	هل تعلم ان مدة الاطار الصالحة للاستخدام ٢٤ شهرا من تاريخ الانتاج بالنسبة لمركبات الركاب ؟	لا	نعم	
٥	هل تقوم بفحص الاطار قبل الشراء ؟	لا	أحيانا	نعم
٦	هل تقوم بقراءة البيانات المكتوبة على جدار الاطار قبل الشراء ؟	لا	أحيانا	نعم
٧	هل تعلم ما المقصود بالرموز (الارقام والاحرف) المكتوبة على جدار الإطار ؟	لا	إلى حد ما	نعم
٨	هل تنظر الى دولة المنشأ عند الشراء او هل بمعنى اخر تهتمك دولة المنشأ ؟	لا	أحيانا	نعم
٩	هل تقوم بالسؤال عن نوع الاطار وجودته قبل شراء الاطارات؟	لا	أحيانا	نعم
١٠	عند شرائك للإطارات هل تنظر لسعر الاطار ام لجودة الاطار؟ السعر الجودة			
١١	هل تحتفظ بفاتورة الشراء بعد قيامك بشراء الاطار ؟	لا	أحيانا	نعم
١٢	هل لديك معرفة عن فترة الضمان للاطار الجديد التي حددها القانون ؟ (إذا كانت الإجابة (نعم) فما هي الفترة ؟	لا	نعم	
١٣	برأيك هل فترة ضمان الاطار كافية ؟	لا	نعم	
١٤	هل لديك معلومات عن الاسباب الرئيسية لتلف الاطار ؟ إذا كانت الإجابة نعم فما هي الاسباب ؟	لا	نعم	
١٥	برأيك هل اختلاف قياس ضغط الهواء في الاطار يؤدي الى تلفه ؟	لا	أعرف	نعم
١٦	تقوم بفحص إطارات مركبتك بشكل دوري ؟	لا	نعم	
١٧	تقوم بتدوير أماكن إطارات مركبتك (الأمامية والخلفية) ؟	لا	نعم	
١٨	تهتم بفحص الاطار الاضافي (الاحتياطي) لمركبتك كل فترة ؟	لا	نعم	

١	هل تعتقد بان الاطار المستعمل جيد للاستخدام؟	نعم	أحيانا	لا	٩
٢	برأيك ما الأسباب التي تدعو البعض لشراء الاطارات المستعملة؟	١.....	٢.....	٣.....	٤.....
٢	هل تقوم بتبليغ الجهات المعنية عن التجار الذين يقومون ببيع وتسويق الاطارات المستعملة؟	نعم	لا	١	٢

نشكرك على مشاركتك معنا في هذا الاستطلاع