المستهلك

فصلية تصدر عن الشبيبة بالتعاون مع الهيئة العامة لحماية المستهلك - العدد الثاني

صاحب السمو السيد أسعد بن طارق آل سعيد يثمن ما حققته الهيئة من خدمات حتى الآن





خالد العامري:
المستهلك يجب أن يكون خط الدفاع الأول لحماية حقوقه



الهيئة تبدأ العمل باستخدام الأجهزة الكفية للمراقبة الإلكترونية للإسعار

2012 International Year of Cooperatives

العالم يحتفل بالسنة الدولية للتعاونيات 2012



د.سعيد بن خميس الكعبي..

حمايةالمستهلك تحتل مكانا بارزا بين مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية

لم تلق قضية حماية المستهلك من الاهتمام والرعاية ما تلقاه اليوم في مختلف دول العالم المتقدم، حيث احتلت حماية المستهلك مكانا بارزا ومهما بين مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، التي يتم طرحها في معظم المؤتمرات والاجتماعات الدولية، وحازت هذه القضية بالذات على اهتمام ورعاية إعلامية متميزة وتناولها الكثيرون من الكتاب والأدباء والأقلام بالتحليل والتفصيل.. ولقد جاء هذا الاهتمام بشؤون المستهلك بهدف الوصول إلى توفير الحماية الحقيقية له من بعض الممارسات والتعاملات الغير مقبولة، والتي كان ينتهجها بعض المزودين والتجار ضد المستهلكين عموما في ظل غياب القيم الاجتماعية والأخلاقية التي ينبغي أن تسود في التعاملات مع المستهلك.

وها هو العدد الثاني من مجلة المستهلك يبرز إلى حيز الوجود بعد أن أكملت الهيئة العامة لحماية المستهلك في السلطنة عامها الأول، وهي مرحلة زمنية مهمة كان لنا معها وقفة مراجعة لما تم إنجازه خلال العام المنصرم، وما نتأمل أن ننجزه خلال المرحلة القادمة. ومما لا شك فيه أننا في هذه الهيئة نسعى بكل ما أوتينا من عزيمة وإرادة لنكون عند حسن ظن المستهلك على أرض هذا الوطن الغالي، آملين أن نوفق لتحقيق كل الطموحات الهادفة إلى إنشاء هيئة عمانية بمواصفات عالمية، وهذا الأمر يتطلب تكاتف الجهود من قبل الجميع. فإذا كان على الهيئة أن تعمل من أجل استكمال منظومة العمل بها وتأطير التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك، وتشجيع المنافسة، ومنع الاحتكار المضر بمصالح المستهلكين، وهي عملية ندرك أنها ليست من السهولة بمكان في ظل الكثير من الظروف والمعطيات المحيطة بوضعية السوق العماني، تلك الظروف التي يعلمها الكثيرون ويحاول البعض أن يتجاهلها؛ فإن على جميع الأطراف الأخرى المرتبطة بالمستهلك وما يرتبط به أن تبدي قدرا أكبر من التفهم لدور الهيئة، وأن وجودها لم يأت للإضرار بمصالح أحد، إنما وجدت من أجل المحافظة على مصالح المستهلكين وفق قاعدة (لا ضرر ولا ضرار) فلا يكون هنالك طغيان لمصلحة طرف على آخر، إنما السعي نحو خلق السوق بمفهومه الاجتماعي الواسع الذي يتسع ليشمل مصالح الجميع بالرعاية والعناية، وهو أمر يتطلب من الجهات المعنية في القطاع الخاص من غرف ومؤسسات أن تكون الشريك الحقيقي في حماية المستهلك؛ لأنه بات اليوم في كل الاقتصاديات العالمية المتقدمة حجر الزاوية وأساس رئيسي في بنيان العملية الاقتصادية ككل، ولم يعد شيئا هامشيا لا يحسب له حساب.

هذا ومن جانب آخر فإن المستهلك هو صاحب النصيب الأكبر في مسؤولية توفير الحماية الحقيقية له، فهو خط الدفاع الرئيسي في عملية الحماية، فهو من يقرر متى يشتري؟ وماذا يشتري؟ وبكم يشتري؟ وكيف يشتري؟ فليس هنالك من يستطيع إجبار المستهلك على الشراء في وقت معين، أو شراء سلعة معينة دون غيرها، ولا يستطيع أحد أن يجبره على دفع ماله، أو الكيفية التي يشتري بها بالنقد أو الأجل، وبالتالي فإن سعي المستهلك للتعاون مع الجهود المبذولة لحمايته من خلال توعية نفسه والسعي إلى المشاركة الحقيقية في ذلك دون الاكتفاء بالشكوى والتذمر والنقد الذي يهدم ولا يبني، هو السبيل الأنجح للوصول إلى تكوين مجتمع استهلاكي رشيد، يعرف حقوقه وواجباته، ويؤمن بأن العملية الاقتصادية هي عملية تكاملية بين المنتج والمنتّج والمستهلك. ونحن في الهيئة نؤمن كل الإيمان أن تعاوننا جميعا يعني الخير والصلاح والفلاح لنا جميعا.

إن شراءك للمنتج العماني
هو في الحقيقة دعم لك ولأبنائك



مع تحيات :
الهيئة العامة لحماية المستهلك
٨٠٠٧٩٠٠٩ - ٨٠٠٧٧٩٩٧

في هذا العدد



8 العالم يحتفل بالسنة الدولية للتعاونيات 2012



66



غلاف العدد

رئيس مجلس الإدارة:
عيسى بن محمد الزدجالي

رئيس التحرير:
أحمد بن عيسى الزدجالي

الاشراف العام
د. سعيد بن خميس الكعبي
رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك

مدير التحرير
سيف بن سليمان المزيني

التنسيق والمتابعة
سعيد بن حمد النبهاني

كبير المصممين:
أسامة عبد العزيز الجاويش

مجانية تصدر مع الشبيبة
بالتعاون مع الهيئة العامة لحماية المستهلك

للتواصل:
الهواتف: مباشر: 24817090
فاكس: 24811722
ص. ب: 2998 - الرمز البريدي: 112 روي
سلطنة عمان
البريد الإلكتروني: editor@shabiba.com

الإعلانات يتفق بشأنها مع قسم الاصدارات المتخصصة



مدير دائرة الشكاوي بالهيئة العامة لحماية المستهلك

خالد العامري: المستهلك يجب أن يكون خط الدفاع الأول لحماية حقوقه

36



52 متى نشفى من مرض الاستهلاك الترفيهي؟

42 مواطنون: «حماية المستهلك» عملت على الحد من ارتفاع الأسعار وما زلنا ننتظر المزيد



50 د. محمد عبيدات-رئيس الاتحاد العربي للمستهلك: تجربة السلطنة في إنشاء هيئة لحماية المستهلك تعد خطوة متقدمة بين الدول العربية



ملف العدد

خلال زيارته للهيئة العامة لحماية المستهلك

صاحب السمو السيد أسعد بن طارق آل سعيد يثمن ما حققته الهيئة من خدمات حتى الآن لحماية المستهلك





رئيس الهيئة: الزيارة دافع معنوي سيكون له الأثر الإيجابي لتحقيق كافة أهداف الهيئة

قام صاحب السمو السيد أسعد بن طارق آل سعيد الممثل الخاص لجلالة السلطان مؤخرا بزيارة إلى الهيئة العامة لحماية المستهلك حيث كان في استقبال سموه لدى وصوله مقر الهيئة سعادة الدكتور سعيد بن خميس الكعبي رئيس الهيئة والمسؤولين بالهيئة.

وخلال الزيارة اطلع سموه على الجهود التي يقوم بها موظفو الهيئةفي مجالات حماية المستهلك المختلفة كمراقبة الأسواق وسرعة إيجاد الحلول للشكاوي التي ترد إلى الهيئة سواء عن طريق مركز الاتصالات أو صالة استقبال الشكاوي بالهيئة أو الأفرع التابعة لها في مختلف المحافظاتإضافة إلى الدور التوعوي والتثقيفي المبذول من أجل التوعية بحقوق وواجبات المستهلك وإيصال الرسالة الحقيقية التي من أجلها أنشئت الهيئة والعديد من الخدمات الأخرى التي تقوم بها الهيئة لخدمة المستهلك.

كما قام سموه بمرافقة سعادة الدكتور رئيس الهيئة بزيارة إلى المديريات والدوائر والمرافق المختلفة بالهيئة حيث التقى بالموظفين وأشاد بالجهد الكبير المبذول من قبلهم في سبيل تحقيق الأهداف المرجوة وأبدى ارتياحه بما قامت به الهيئة حتى الآن في مختلف الخدمات التي تقدمها لخدمة المستهلك وحثهم على بذل المزيد من الجهد من أجل وطنهم ومجتمعهم.

وقد ثمن سعادة الدكتور رئيس الهيئة هذه الزيارة المهمة واعتبرها دافع معنوي سيكون له الأثر الإيجابي في قيام الهيئة بدورها المنوط بها مستقبلا شاكرا لصاحب السمو الممثل الخاص لجلالة السلطان هذه الزيارة وما أسداه من نصائح كان لها الوقع الكبير في نفسيات موظفي الهيئة وكوادرها.

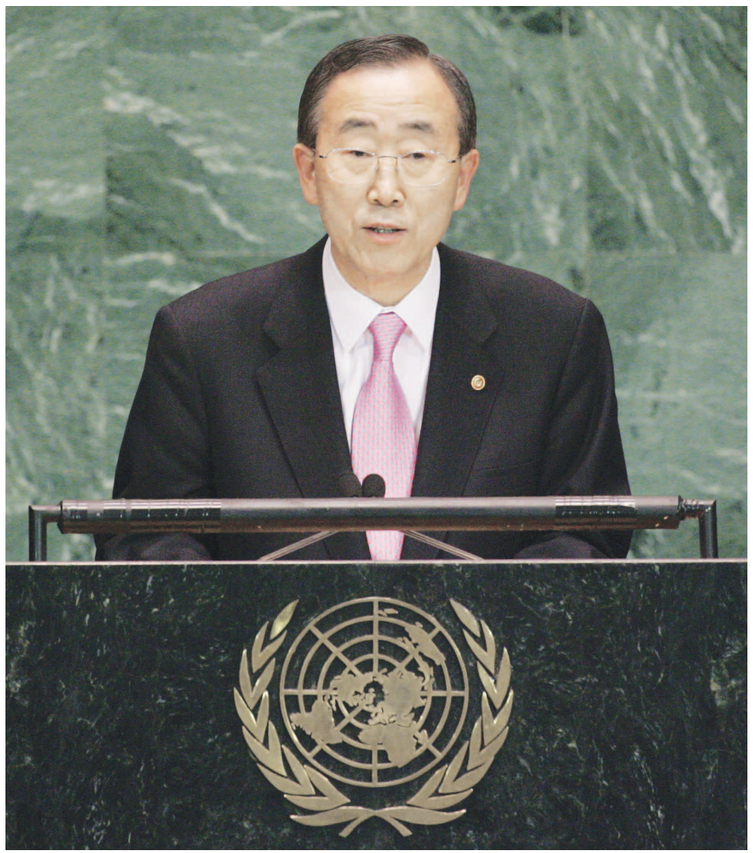






العالم يحتفل بالسنة الدولية للتعاونيات 2012

الجمعيات التعاونية أداة مهمة لإحداث التوازن في الأسواق وكبح جماح الأسعار



التعاونيات نموذج تجاري مرن له مقومات البقاء ويمكنه الازدهار حتى في الاوقات الصعبة

يمثل إنشـاء الجمعيات التعاونية الاستهلاكية أهمية اقتصادية في تنشيط الاقتصاد الوطني في الكثير من الدول ويضيف قوة جديدة محركة للطلب الكلي على السلع والخدمات ويعزز استقرار الأسعار ويحد من تضخمها ويساهم بشكل كبير في تثبيت الاسـتقرار الاجتماعي كما أن للجمعيات التعاونية منافع اجتماعية أخرى إضافة إلى كونها شـركات تسويق إذ أنها تصرف منتسبيها إلى الاهتمام بشؤونها في خدمتهم وتوفير حاجاتهم وتوثيق روابطهم.

وتشـير التقارير المتخصصة للأمم المتحدة إلى أن نشـاط الجمعيات التعاونية يتعـزز لإسـهامها في أخذ موقعه فـي البنية الاقتصادية للمجتمعات ذات الأسـواق الصغيرة التي يمكن أن تكون عرضة للسـيطرة، التي تتحكم بالأسعار لصالح القلة مـن المصدرين والمورّدين والمسـوّقين (أفرادا أو شـركات)، كما تلعب دورا مهما في الحد من الفقر وتؤدي المبادئ التعاونية للعون الذاتي والإجراءات الجماعية إلى تعزيز سـبل التمكين والمشـاركة وإلى إتاحة الفرصة للجميع كي يصبحوا شـركاء فاعلين في تحسـين سبل معيشتهم ومسـتقبلهم الاقتصادي، كما تؤكد التعاونيات على التعافي وإعادة التعمير في مرحلة ما بعد الكوارث كما تساهم في صنع السلام الاقتصادي من خلال تاريخ طويل لبناء الجسـور في حالات النزاع عن طريق الحوار فـي ما بين الشـعوب، كما تلعب دورا بـارزا في تمكن الافراد مـن تنظيم صفوفهم وتحسـين ظروفهم من خلال مباشرة المشاريع التجارية. وتؤكد تقارير الامين العام للأمـم المتحدة أنه على الـدول والحكومات أن تقوم ببذل جهـود متواصلة لتوليد الوعي العام بشأن السمات الايجابية ومكامن القوة التي تتميز بها التعاونيات والقيم التعاونية وتركيز الدعم من خلال توفير بيئة مناسـبة ذات إطار تشـريعي وتنظيمي سـليم يقر بخصائص التعاونيـات الفريدة ويحترم اسـتقلالها الذاتي بالإضافة إلى تشـجيع التثقيـف والتدريـب على عمـل التعاونيات فـي المـدارس ودعم البحث والتطوير وتوفير قاعدة بيانات في ما يتعلق بالتعاونيات عالمياً.

وطالـب الأمين العام للأمم المتحدة بان كـي مون الحكومات في التقرير المقدم الـى الجمعيـة العامة فـي دورتها السادسـة والسـتين والتي حملت عنـوان "دور التعاونيات في التنمية الاجتماعية وتنفيذ السـنة الدولية للتعاونيات" إلى تشـجيع التعاونيات والاهتمام بإنشـائها وتوفير السـبل والقوانين والانظمة المساعدة على اسـتمرارها وبقاءهـا موضحا بان التعاونيات لها مسـاهمة متميـزة تقدمها لصالح التنميـة المسـتدامة، وإنه على الـدول والحكومات أن تقوم ببـذل جهود متواصلة لتوليد الوعي العام بشأن السمات الإيجابية ومكامن القوة التي تتميز بها التعاونيات والقيم التعاونية وتركيز الدعم على التعاونيات بوصفها مشـاريع تجارية مسـتدامة وناجحة وتسـهم مباشـرة في توليد فرص العمل وفي الحد مـن الفقر وفي الحماية الاجتماعيـة عبر أنـواع مختلفة مـن القطاعـات الاقتصادية القائمة فـي المناطق الحضرية والريفية.

وقـال: لقد أثبتت التعاونيات من خلال تركيزهـا المتميز على القِيَم، أنها نموذج تجـاري مرن لـه مقومات البقاء ويمكنـه أن يزدهر حتى في الأوقـات الصعبة، وقد سـاعد هذا النجاح على حماية العديد من الأسـر والمجتمعات المحلية من الانزلاق في هوة الفقر.

الاندماج الاجتماعي

وأضاف الأمين العام للأمم المتحدة أن التعاونيات توفر الفـرص لتحقيق الاندماج الاجتماعـي، ففي الاقتصاد غير الرسـمي يشـكل العمـال تعاونيـات وجمعيات للخدمات المشتركة لمسـاعدتهم في أعمالهم الحرة، وفي المناطق الريفية توفر التعاونيات فرص الحصول على الخدمـات المصرفية التي يفتقر إليها الكثير من المجتمعات المحلية.

وقال:إن الأمـم المتحدة تعتـرف بالحركة التعاونية كشـريك مهم في تنفيـذ خطة التنمية التي شـكلتها المؤتمـرات العالميـة ومؤتمرات القمـة التي عقدتها الأمم المتحدة منذ التسـعينيات، خاصة مؤتمر القمة العالمي للتنميـة الاجتماعية بكوبنهاجـن والذي أكد على أهمية التعاونيات فـي تحقيق التنمية التي تركز على العنصر البشري.

وأوضـح بأن الحكومات اعتمـدت على مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية الخاصـة بالتعاونيات لعام 2001 والتـي تؤكد على أهميـة تشـكيل التعاونيات لتعمل بشكل مسـتدام ومتكافئ حتى تتمكن من المساهمة فـي تحقيق التنمية المسـتدامة وتوفيـر فرص عمل لائقة.وأشـار أن التعاونيـات تقدم مسـاهمات مهمة في التنميـة الاجتماعية الاقتصادية وتؤمن اسـتمرار العمالة المنتجة وزيادة الدخل، بالإضافة إلى أنها تعزز الاقتصاديـات الريفية وتوفـر أدوات خارجية إيجابية هامة لباقي المجتمع.

العالم يحتفل بالسنة الدولية للتعاونيات 2012

مـن جانب آخر اعلنت الأمم المتحـدة في قرارها رقم 64/136 عـن تخصيص عام 2012م تحت مسـمى السـنة الدولية للتعاونيات وقـد ورد في تقرير الامين العـام للأمـم المتحدة والمقـدم إلى الجمعيـة العامة في دورتها السـادسـة والسـتين والذي حمل عنوان (دور التعاونيـات فـي التنميـة الاجتماعيـة وتنفيـذ السـنة الدوليـة للتعاونيـات) إن التعاونيات موجودة في البلدان كافة ويقـدر أن عدد أعضائها يبلغ المليار عضـو على مسـتوى العالـم كله كمـا إن التحالف الدولـي للتعاونيات والذي يشـكل المنظمة الجامعة للتعاونيـات على مسـتوى العالم يضـم في عضويته 249 مـن المنظمـات أو الشـبكات التعاونية من 94 بلدا في جميع قطاعات الاقتصاد. وتشـكل الأنشـطة التعاونيـة مابين 3و10% من الناتج المحلي الإجمالي على الصعيد الوطني.

تعزيز العمالة

وتتمتع التعاونيات بوجود مهـم في الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبـا وكذلك الكثير من دول العالم ويقـدر أن التعاونيات تسـتخدم أكثر من 100 مليون فرد على مستوى العالم كله حسب احصاءات منظمة العمل الدولية، وتعمـل التعاونيات على تعزيز العمالة بثلاث سـبل مختلفة هي السـبيل المباشر، والسبيل غير المباشر، والسبيل المتولد.



سالم الفتامي

التعاونيات تعنى بتنمية الانسان بالانسان وللإنسان وتهدف إلى توسيع الخيارات وتعزز جوانب حماية المستهلك

التعاونيات هي من أهم وسائل محاربة الغلاء وكسر الاحتكار وتوفير الإحتياجات الاساسية الاستهلاكية

الجمعيات التعاونية تؤدي إلى توزيع المكاسب المباشرة وغير المباشرة على أكبر قطاع من المواطنين

التعاونيات والأزمة الاقتصادية

تشـير البيانات التاريخية المتاحة من حول العالم إلى ما تتمع بـه التعاونيات من قدرة علـى البقاء والنجاح في مواجهة الأزمـات الاقتصادية الطاحنة سـواء على المسـتوى القومي أو العالمي بيد أن ما يثير الإعجاب أنه من النادر جدا، على مستوى العالم، ان سعى أي من هـذه التعاونيات إلى طلب معاونة حكومية. والسـؤال هو لماذا اثبت هذه النموذج قوته؟ يبدو أن التعاونيات تتمتـع بنوعين من المزايـا الأولى هـي المزايا العامة النابعة من كـون التعاونيات مملوكة لأعضائها، فملاك التعاونيات هم المسـتهلكون أنفسـهم لخدماتها وهو ما يوجد نوعا من الولاء والالتزام والمعرفة المشـتركة، ومشـاركة الأعضاء المدفوعة بدوافع اقتصادية، وهذه هـي نوعيـة القيم التي تسـعى في إثرها مؤسسـات الأعمال المملوكة لمسـتثمرين، ولكنها تسـتطيع أن تفعل ذلـك بطريقة التقليد فكـرة العضوية والملكية ظاهريا فقـط. بالإضافة إلى ذلك، تعتمـد التعاونيات أحيانـا على العمل التطوعي وهو ما يمكنها من تقديم الخدمات بتكلفة أرخص نسـبيا من مؤسسات الدول والأعمـال. وثاني هذه المزايا هـي الخاصة النابعة من نوعية نشـاط التعاونية نفسـها. فالميزة النسبية التي تتمع بها التعاونيات الاسـتهلاكية، على سبيل المثال، هي انها تقدم السـلع الاسـتهلاكية للناس باقل سـعر ممكن مـع ضمان جودة النوعية ومن ثم تحد من الآثار التضخمية على دخولهم وبخاصة في أوقات الازمات.

وتمكـن تعاونيـات المنتجين اولئـك الذين يعملون لصالح انفسـهم او يعتمدون على على العمل الاسري من ان يكتسـبوا القوة التي يحتاجونهـا ليتمكنوا من البقاء في السـوق من عددهم . فتعاونيات الانتاج تزود العامليـن ليس فقط بفرص كسـب الدخل ، بل ايضا وسيلة للسيطرة على الظروف التي يعملون في ظلها، ومـن ثم توفر لهم «عملا لائقا» . ومع ذلك قد لا تتمكن التعاونيـات دائما مـن ان تجعل من هـذه الامور امرا واقعـا، ولذا يتعين علينا ان نأخذ بعين الاعتبار مدى ما تتمـع به التعاونيات من قـدرة على تحقيق هذه الامور وحدة المنافسة التي تواجهها.

التعاونيات في السلطنة

يقـول المكـرم المهندس سـالم بن سـعيد الغتامي رئيس اللجنة الاقتصادية بمجلس الدولة ونائب رئيس مجلس إدارة الهيئة العامة لحماية المسـتهلك: بداية من خلال رصد الواقع الحالي للتعاونيات في السلطنة يتضح أن ثقافة وفكرة التعاونيات في السلطنة لازالت متواضعة ومحدودة وبالتالي من المهم الاسـتفادة من تجـارب الآخرين وتفعيل دورها والعمل على تشـجيع إنشائها على أسس مدروسة، ويؤدي ذلك إلى تنشيط الحركة الاقتصادية والاجتماعية في مختلف المناطق، وكذلك حماية المسـتهلك من اسـتغلال الوسطاء من خلال تقديـم مجموعة متنوعة من المنتجات بأسـعار معقولـة، فالتعاونيـات هي مـن أهم وسـائل محاربة الغلاء وكسـر الاحتكار وتوفير الاحتياجات الأساسـية الاسـتهلاكية، وكما هـو معروف فـإن التعاونيات تعد



المصدر (أرشيف الشبيبة)

عنصـراً أساسـياً من عناصـر الاقتصـاد الاجتماعي، وتعمـل كداعم لحاجة التشـغيل الذاتـي وتقوم بدور حيوي في تحسـين المستوى المعيشي للفرد، وزيادة قوة العمل ويساهم بفعالية في التنمية المحلية.

وأضـاف الفتامـي: إن المنهج التعاونـي يتميز بأنه لايتحرك بدافع اشـباع الاحتياجات المختلفة، كحاجة المسـتهلك للسـلعة أو الخدمـة وحاجـة المنتج إلى تشـغيل قـوة عمله فـي ظـل محدوديـة المدخرات، وبالتالي تساهم التعاونيات في إشباع احتياجات أكثر بموارد أقل.

الرؤية المستقبلية

ويشـير إلى أن التعاونيات هي الأقـرب صلة بمفهوم التنميـة البشـرية، وهـي أحـد أهـم محـاور الرؤية المسـتقبلية للاقتصاد العماني، إذ أنها تنمية الإنسان بالإنسان وللإنسان، حيث تهدف إلى توسيع الخيارات وبالتالي فهي تعزز جوانب حماية المستهلك، وبما أن مفهومها يقوم على أسـاس تجميـع الجهود الصغيرة ورؤوس الأمـوال القليلة في كيـان تعاوني كبير يعمل على حسـن اسـتغلال هذه الجهود والأمـوال دون أن يلغي الصفة الخاصة للملكية، فهي أيضاً تسـاهم في دفـع التنمية الاقتصاديـة من خلال تحقيـق عدد من المزايـا أهمها رفع الانتـاج، وبالتالي لايقـف الادخار وضآلة المشاركات عائقاً أمام إقامة المشاريع.

كسر السيطرة

ويقول سـعادة توفيق اللواتي عضو مجلس الشـورى وعضو اللجنة الاقتصاديـة أن البدء في خطوات جادة وملموسة لإنشاء الجمعيات التعاونية يحقق هدفا مهما جداً للاقتصـاد العماني، وخاصة قطـاع تجارة المواد الغذائية والاستهلاكية بوجه عام ، وهو كسر السيطرة الـذي يعانـي منه هـذا القطاع، حيث توجد سـيطرة مـن قبل البعض على أغلب هذا القطاع باسـتثناءات بسـيطة ، رغم أن هـذه الجمعيات مـن وجهة نظري تعد تجارية، بمعنى أنها مثل أي هايبر ماركت تتشـابه معه في رسوم التسجيل وعرض البضاعة، مطالبا بأن تدخل الجمعيات التعاونية مجال المنافسـة في سوق المواد الاستهلاكية.

سلوك اقتصادي

ويضيـف توفيق اللواتـي أن الجمعيـات تحقق فوائد أخـرى، علـى الأقـل لصالح المشـتركين فيهـا، لكن هي كسـلوك اقتصادي وتجاري لاتختلف عن سـلوك المراكـز التجارية الكبيـرة الموجـودة بالفعل، والتي يكون لديها استثمارات كبيرة ويعرض منتجات حسب آلية السـوق، وأحياناً يفرض شروطا أكثر من المراكز الموجودة بالفعل في السوق.

ويقـول علي المطاعني الكاتـب الصحفي إن عمان بلد عريق وصاحـب حضارة تضرب بجذورها في عمق التاريخ والشعب العماني عصامي عاش تجارب عصيبة وحالكة لا نعتقد بأنه سيكون عصيا عليه إدارة جمعيات تعاونية بسيطة، موضحا أن الأمر يحتاج إلى قناعة وقرار بأن تكون في كل ولاية جمعية اسـتهلاكية تساهم فيها الحكومة بنصف مليـون ريال وتفتح للاكتتاب بنصف مليون ريال وتنشـئ شركات تعاونية لإنشاء الجمعيات وتمنـح الحكومة أراضي في الولايـات لهذه الجمعيات وتبدأ العجلة في الدوران في هذا المجال كغيره وهكذا بـدون أي تعقيدات تأخذ من الوقـت والجهد أكثر من إنشـاء هذه الجمعيات.ويضيـف أن المجتمع العماني ينتظر خطوات لإنشـاء هذه الجمعيات ودراستها يعني بمفاهيم المجتمعية في مثل هذه المشـاريع وإلغاءها خاصـة إذا تعارضـت مع بعض المصالـح التي لا ترى إلا مصالحهـا ومصالح زمرتها ونحن أمام خيار لكسـر حاجـز هذه التوجس الذي يثيره البعض والذي لم يعد له مكان في مجتمع يتجدد باستمرار.

المستهلكون ودور الجمعيات

أشـار عـدد مـن المسـتهلكين إلـى أن الجمعيـات التعاونية تمثل حلا حقيقياً لمشـاكل الاحتكار وارتفاع الاسـعار، وتؤدي إلى الترويج لمبدأ المشـاركة وتوزيع المكاسـب المباشرة وغير المباشـرة على أكبر قطاع من المواطنين، خاصة في ظل وجود سيطرة من بعض التجار لسوق المواد الاستهلاكية، مشيرين إلى أن هذه الجمعيات التعاونية اثبتت نجاحاً كبيراً في البلدان التي أنشأت هذا النظام، وساعدت على كبح جماح الأسعار وتوفير السلع الأساسية بالأسواق.

وقال علي العجمي (باحـث) إن الجمعيات التعاونية الاستهلاكية تعد أفضل الحلول لمواجهة غلاء المعيشة ولهـذا يجـب توجيـه دعم الدولـة لصالـح الجمعيات التعاونية الاسـتهلاكية حال قيامها، لتقويتها وإعطائها القدرة على المنافسـة أمـام تجار الجملـة، وبالتالي تكون لها ميزة تنافسـية تسـاعدها على الاسـتمرارية لتحقـق أهدافها في كبح جماح جشـع بعـض التجار، وخفض نسـب التضخـم ، وطالـب العجمي بإنشـاء جمعيات تعاونية في جميع مناطق السلطنة وأن تكون هناك رقابة صارمة علـى الموردين والمراكز التجارية، مشـيرا إلى وجود فرق كبير بيـن الجمعيات التعاونية الاستهلاكية والشـركات المسـاهمة، حيث إنّ الثانية هدفها ربحي فقط، بينما الأولـى لها أهداف اجتماعية واقتصادية، ولابد لصناديق التقاعد من المسـاهمة بها وألا يتملـك فيها المؤسـس أكثر مـن 10 % ، كما أن للجمعيات التعاونية قيم اجتماعية كثيرة منها ترسـيخ مبدأ التعاون بين أفراد المجتمع، والرقابة.



بينما يطالب محمد ابراهيم (مدير تجاري) بتسريع دراسة إنشاء جمعيات تعاونية سواء كانت للأفراد أو جمعيات بدعم حكومي تكون تابعة لجهات حكومية أو خاصة، وذلك في جميع مناطق السلطنة وتكون منافسة للسوق والمراكز التجارية الأخرى الموجودة بالسلطنة، ويشير إلى أن وجود هذه الجمعيات وانتشارها من شأنه أن يلبي تطلعات المستهلكين في توافر السلع بأسعار مناسبة، وتوافر عدد من البدائل أمام المستهلكين ولايكون هناك سيطرة من بعض التجار، كذلك يمكن لهذه الجمعيات وضع أسعار محددة وموحدة للمنتجات والسلع الأساسية.

ويرى محمد أن هذه المبادرة ستكون ممتازة من قبل الجمعيات خاصة وأنها ستحد من استغلال التجار والموردين لهذه المواد، والتي يمكن إعداد قائمة بها يمكن أن تشمل الأرز والطحين والزيوت واللحوم والخضراوات والفواكه والألبان والأسماك.

أنواع الأزمات

ثمة نوعان من الأزمات : الأزمات البنكية وما يتبعها من أزمات الركود . ويمكن للتعاونيات المالية ان تحد من آثار الازمات البنكية ، وهي تفعل ذلك من خلال الاستمرار في التعامل دونما حاجة الى دعم من الدولة، بالنظر الى انها تعمل بفلسفة للحد من المخاطر تركز على احتياجات المستهلكين – الأعضاء. وبذلك توضح ان هناك بديلا للسياسات الراهنة تنهض على مزيد من الرقابة العامة عما هو سائد في البنوك التجارية الخاصة، في ذات الوقت، وفي العديد من البلدان فانها تقدم الخدمات البنكية والتأمينية لذوي الدخول المنخفضة الذين كانوا سيطردون خارج السوق حال عدم وجودها.



توفيق اللواتي

البدء في خطوات جادة وملموسة لإنشاء الجمعيات التعاونية يحقق هدفا مهما جداً للاقتصاد العماني

آثار الركود

كما يمكن للتعاونيات أن تقلل من آثار الركود، فثمة دلائل من كافة قطاعات النشاط الاقتصادي تحافظ على بقائها بصورة افضل من منافسيها . فمعدل بقاء التعاونيات الجديدة أفضل من منافسيها التجاريين، ويرجع ذلك الى ان التعاونيات يمكن لها ان تستخدم رؤوس اموال اعضائها بدلا من الاقتراض من البنوك لكي توسع من نطاق نشاطها، كما انها تقدم خدمها الى عملاء اقل ميلا للمخاطرة.

دعم قطاع الادخار

ومن المتفق عليه بصفة عامة أن الركود المصاحب للازمة الاقتصادية العالمية قد أثر بشدة في الدول الأقل نموا، وإنه كان من الممكن الحد من آثارها من خلال دعم قطاع الأخبار والائتمان وتطوير التعاونيات الإنتاجية والاتحادات التعاونية الهادفة إلى انشاء انشطة انتاجية جديدة . كما أنه من الممكن الدخول في ملكيات مشتركة للمرافق كالمياه والكهرباء.



هيئة حماية المستهلك تصنع تاريخا.. فكلنا معها

العين .. الثالثة

إنه تاريخ يصنع لصالح المواطن والوطن، معا، وفي آن واحد، فاليوم من أراد للوطن خيرا، فعلى الخير أن يسري على المواطن كذلك، وكل من أراد أن يخدم الوطن، فعليه أن يكسب المواطن، وكيف يتأتى الخير للوطن ودون المواطن، هناك علاقة تناغمية تبادلية بين الطرفين ينبغي أن تسود دون إلغاء بقية الحقوق، فالزعم بالخيرية الوطنية دون المواطنة الفردية أو الجماعية لنا تجربة طويلة معها، فقد رأينا مسارات الخير عندما كانت تذهب لصالح الأقلية دون الأغلبية، ماذا كانت نتائجها، لن نحاول هنا استدعاءها رغم أنها لن تفارقنا أبدا، لأنها ستظل محفورة في ذاكرتنا، ولأننا سنبني عليها مستقبلنا حتى لا تتكرر معنا مرة أخرى، ولعل أهم الدروس التي خرجنا منها هي أن دولتنا ينبغي أن تكون أكثر قربا واقترابا من المواطن، وهذا النوع من العلاقة لن تكون بمعزل عن جدلية انعكاس الخيرية على الإطار والمحتوي، أي الوطن والمواطن معا، وفي آن واحد. وما تقوم به هيئة حماية المستهلك رغم عمرها الزمني القصير الذي لا يتعدى العام، هو أفضل نموذج لكسب المواطن، والاقتراب والقرب منه، ليس من المنظور الأحادي الجانب، والضيق جدا، وإنما من منظور حماية المستهلك الذي قد يكون هنا المواطن والمقيم على السواء، ومفردة المواطن هنا ذات مفهوم واسع، قد يشمل المواطن البسيط الذي لا تسمح ظروفه إلا بشراء المنتج الرخيص وقد يشمل الوزير والطبيب والمهندس.. وقدر الهيئة أن تدافع كل هؤلاء بما فيهم الأغنياء عندما يكونون في موقع المستهلك، ومن أقدارها كذلك أن تكون حمايتها عامة وشاملة أي ليست محصورة على الغذاء، وإنما كذلك على الهواء والأرض والبحر والشجر.. أي كل ما يتعلق بصحة وغذاء ومزاج الإنسان دفاعا عن حقه في الحياة، والحق في الحياة، وهو من أعظم الحقوق وأجلها على الإطلاق، وهذه رسالة عظيمة حملها إياها قائد نهضتنا المباركة ـ حفظه الله ورعاه ـ ، ولذلك، أعطاها الاستقلالية والحرية لكي تقوم برسالتها الوطنية والإنسانية بعيدا عن الضغوطات والبيروقراطية، وهذه رؤية نافذة وعميقة من لدن جلالته، وقد تجلت مصداقيتها سريعا، وهي تتمثل في إنجازات الهيئة بل وفي قوة إيمانها برسالتها رغم ما تواجه من حروب حقيقية مع نافذين ومتنفذين أقوياء جدا في السلطة السياسية والاقتصادية ومن قوى اقتصادية لم تعتد على الرقابة وعلى المساءلة وعلى الذهاب إلى المحاكم، أنه تاريخ فعلا، وقد فاجأت الهيئة الجميع (نعم الجميع) في سرعة تحررها من تبعية وزارة التجارة والصناعة والاستقلال سريعا، وبنفس السرعة انتقلت إلى ممارسة دورها الرقابي والضبطي.. بحيث تقف اليوم في أول سنة منذ إنشائها على تاريخ يحسب لصالح (600) موظف في الهيئة دون استثناء، نعم دون استثناء، فتحية لجهادهم الممنوح لهم برخصة سلطانية، ومن هذه الرخصة ومن قوة مانحها تستمد الهيئة قوتها بالتبعية، تحية تقدير وعرفان كبيرين وعظيمين لجهود هؤلاء الشباب المنظورة وغير المنظورة وعلى كل وقت يبذلونها أثناء ساعات العمل الرسمية وتلك الساعات الكبيرة التي يقضونها التي قد تصل إلى الليل، تحية تثمين غالية وعالية لهؤلاء المخلصين من هذا الوطن الغالي على إنجازاتهم التاريخية، هم شباب في مقتبل العمر، يتعرضون لمختلف الضغوطات الاجتماعية والاقتصادية حتى من أقرب الناس إليهم، وذلك لعدم انتشار ثقافة حماية المستهلك التي تحتاج فعلا لحملات إعلامية مكثفة حتى تقنع المواطن الذي يحمي الوافد من أجل (الكوميشن) في نهاية كل شهر، وحتى ترسل رسائلها لكل تاجر ورجل أعمال بأن مرحلة المساءلة والمحاسبة قد آن أوانها، وحبذا لو تكون هذه الحملات بعد اعتماد قانون حماية المستهلك الجديد الذي لا يزال حاليا في مناقشات مجلس عمان، مرحلة جديدة ظهر فيها نموذج مثالي للشباب العماني، أقسموا اليمين بالوفاء والإخلاص، فتجسد الوفاء والإخلاص في حبهم للعمل ليلا ونهارا، وتاريخهم السنوي خير شاهد على بصماتهم، فمن أين نبدأ سرد هذا التاريخ؟ هل من الأحكام القضائية التي تكسبها الهيئة من خلال فروعها التسعة في المحافظات ضد المتلاعبين بالأسعار وضد كل من يحاول الغش بصلاحية سلعة أو مادة منتهية صلاحيتها.. فهذا في حد ذاته تاريخ قائم دون سواه، فمنذ متى نسمع عن إحالة المئات من القضايا إلى القضاء للبت فيها؟ ومنذ متى نسمع عن أحكام إدانة ضد تجار صغار وكبار، ومنذ متى تكون هناك غرامات مالية وترحيل أجانب إلى خارج البلاد ..؟ أنه فعلا تاريخ يصنعه كل موظف في الهيئة من الجنسين معا، إيمانا برسالة الهيئة التي يجدونها تتناغم وتتماشى مع وطنيتهم وعقيدتهم الإسلامية، وهذا يعطينا مؤشرا مهما جدا، وهو أن بعض المواقع الحساسة ينبغي علينا أن نبحث لها عن أشخاص بمواصفات معينة حتى يصنعوا لنا التاريخ، والتاريخ لا يصنعه القادة فقط، وإنما الأفراد كذلك، وسواء كانوا قادة أو أفرادا، شباب لديهم الهمة العالية، والإحساس بالمسؤولية، والشعور بالاستثنائية الوظيفية في إطار عصر سادت فيه الأنا على الذات الجماعية، وبدأت الأنا تمس بحق الحياة، وهذه الاستثنائية هي التي تشعر كل واحد منهم بأنه لم يخلق إلا لكي يكون نافعا لنفسه ووطنه للمواطنين جميعا وللإنسانية جمعاء، ورغم كل ذلك، فهم لا يزالون في بداية المشوار الطويل، لكن، البداية صحيحة، وهذا هو الأهم، وهذا ما يجعلنا نطمئن على مستقبل قوتنا وعلى صحتنا، لكن ماذا عن الماضي والحاضر؟ وإذا ما اعتبرنا كل ذلك تاريخا يخلد زمنيا، فلن ننسى أهم مفاصله، وهي فضيحة العصر التي اكتشفتها الهيئة دون غيرها من أجهزة الرقابة والحماية التي عمرها حوالي عقدين، حيث اكتشفت مواد وسلعا منتهية الصلاحية منذ (17) عاما – يراجع مقال سابق المساءلة والمحاسبة .. آن أوانها _ فهل ستتحرك المؤسسات التي خصصناها بالاسم في ذلك المقال وإذا لم تتحرك فورا، فما هو الأهم الذي سوف يدفع بها إلى التحرك؟ الحق في الحياة في خطر، والطرف المتخصص في الدافع عن هذا الحق يواجه صراعات وحروب علنية وسرية مع بعض أصحاب السلطة والمال والنفوذ وحتى من قبل سلطات حكومية اعتادت على النمطية والبيروقراطية، فقد آن الأوان لكي تقف مؤسستنا التمثيلية مع كل مؤسسة ومواطن يخلص للوطن ولولاءاته وانتماءاته، آن الأوان ألا نترك المخلصين وحدهم يدفعون ثمن ولائهم وانتمائهم وإخلاصهم، وهناك صور عديدة تعاضدهم وتساندهم وتسهل لهم مهامهم الوطنية، لعل من بينها، تفاعل مجلس الشورى الإيجابي والتلقائي مع كل قضية خطيرة تكتشفها الهيئة عبر إجراء تحقيقات برلمانية، والإعلان عن نتائجها، والوقوف السياسي والمعنوي مع الهيئة في صراعاتها من أجل المواطن خاصة، وهنا ندعو إلى تشكيل لجنة جديدة داخل مجلس الشورى تحت اسم، لجنة حماية المستهلك،، تكون مرتبطة بالهيئة مباشرة عبر خطوط اتصال ساخنة للتنسيق بينهما بشأن كبرى القضايا التي تكتشفها الهيئة، حتى لا تشعر الهيئة بأنها الوحيدة في الساحة التي تدافع بصوت مرتفع عن مصلحة المواطن التي هي بطبيعة الحال مصلحة الوطن، فمن أراد الخير للوطن، فعليه بالمواطن، وإلا فإنه لا يريد الخير المؤدي إلى الاستقرار والأمن والأمان.

د.عبدالله عبدالرزاق باحجاج -جريدة الوطن

في عام 1995م أقر مؤتمر القمة العالمي للتنمية الاجتماعية الذي عقد في كوبنهاجن بأهمية التعاونيات ذات النهج الذي يركز على البشر في التنمية.

ومضات حول التعاونيات في العالم

" للتعاونيات تاريخ طويل في مجال تعزيز النهج الشامل والمستدام في ميدان التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى المحلي"

مقتطف من رسالة الأمين العام للأمم المتحدة بمناسبة اليوم الدولي للتعاونيات 5 يوليو 2008م

"أثبتت التعاونيات من خلال تركيزها المتميز على القيم أنها نموذج تجاري مرن، له مقومات البقاء ويمكنه أن يزدهر حتى في الأوقات الصعبة، وقد ساعد هذا النجاح على حماية العديد من الأسر والمجتمعات المحلية من الانزلاق في هوة الفقر"

مقتطف من رسالة الأمين العام للأمم المتحدة بمناسبة اليوم الدولي للتعاونيات 2011م.

" إن التعاونيات تستحق دعما أكبر، وأحث الحكومات على اعتماد سياسات تدعم إنشاء التعاونيات وتنميتها"

مقتطف من رسالة الأمين العام للأمم المتحدة بمناسبة اليوم الدولي للتعاونيات 4يوليو 2009م

إن مقصود الأمم المتحدة عبر تخصيصها لعام 2012 م كسنة دولية للتعاونيات هو تشجيع إنشاء وتطوير هذا النموذج التعاوني الذي بدأ في السنوات الأخيرة يحظى بالاهتمام المتزايد من قبل رجال الاقتصاد والأعمال

مقتطف من رأي إيمانويل كاميديم خبير التعاونيات في منظمة العمل الدولية

" والتعاونيات هي بمثابة تذكير للمجتمع الدولي بأنه من الممكن السعي إلى تحقيق الجدوى الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية على حد سواء، وإني أحث على اعتماد سياسات تفضي إلى إنشاء التعاونيات وتوسيع نطاقها"

مقتطف من رسالة الأمين العام للأمم المتحدة بمناسبة اليوم الدولي للتعاونيات 2010م

"تعتبر الجمعيات التي ينشئها صغار المنتجين، وسيلة حيوية لإرساء دعائم الديمقراطية، فضلا عن أنها تتيح للطبقة الفقيرة من المواطنين فرصة المساهمة في بناء المستقبل"

هانز بيتر إيغلر من شعبة التعاون والتنمية الاقتصادية في وزارة الاقتصاد السويسرية

حقائق حول التعاونيات في دول العالم:



شعار السنة الدولية للتعاونيات 2012م:

يرمز وجود الأشخاص السبعة في الشعار إلى المبادئ السبعة للتعاونيات في العالم .

2012 International Year of Cooperatives

مشاركة التعاونيات في الإنتاج:

البرازيل:

" شاركت التعاونيات في البرازيل في العمليات الإنتاجية وساهمت في إنتاج 72 % من إنتاج القمح، و44 % الخضراوات، 35 5%من فول الصويا، 39 % من الحليب، 38 % من القطن 21 % من البن و16 % من الذرة، بالإضافة إلى تصدير منتجات زراعية إلى الولايات المتحدة بأكثر من 1.3مليار دولار"

بوليفيا:

تعاملت تعاونية (Credito " jesusNazareno " Ltda. CJN de Ahorro y) وحدها في أكثر من 25 % من المبالغ المرصودة للتسليف والإقراض في بوليفيا في 2002.

كولومبيا:

"شاركت (6462)منظمة تعاونية في تحقيق 5.25 % من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2005م، كما توفر التعاونيات خدمات الرعاية الصحية لـ 15.5 % من عدد السكان، وتنتج التعاونيات33.78 % من البن الكولومبي، وتوفير خدمات الرعاية الصحية لنسبة 25 % من السكان، وفي توفير 109000فرصة عمل إضافي، وتوفر 23 % من الوظائف في قطاع الصحة، 18 % من الوظائف في قطاع النقل، 13 %في عامل القطاع الصناعي،11 % في القطاع المالي وبنسبة 9 % في القطاع الزراعي"

كندا:

شاركت التعاونيات في عمليات انتاج 35 % من "سكر maple " من جملة إنتاج السكر في العالم.

بنين:

قدمت تعاونيات الادخار والائتمان 16مليون دولار كقروض في المناطق الريفية في عام 2002م.

كينيا:

شاركت التعاونيات في تحقيق 45 %من الناتج المحلي الإجمالي و 315 من الودائع والمدخرات الوطنية و70 % من سوق البن، ومنتجات الألبان بنسبة 76 % و 90 % البايريثروم ، و95 % من القطن حيث يعمل أكثر من 250000 شخصاً في التعاونيات.

عزيزي رب الاسرة...

إعداد ميزانية لأسرتك يحقق لك الأستقرار



مع تحيات
الهيئة العامة لحماية المستهلك

خط المستهلك:

٨٠٠٧٩٠٠٩

٨٠٠٧٧٩٩٧

نشأة الجمعيات التعاونية بدول المجلس

دول مجلس التعاون أنشأت جمعيات تعاونية باستثناء السلطنة

حتمت الظروف البيئية والاجتماعية والاقتصادية على مجتمعات الخليج والجزيرة العربية وقبل ظهور النفط نمطا من التعاون يوصف بانه تلقائي . لم يكن هذا النمط بطبيعة الحال بحاجة الى تشريعات او تنظيمات معقدة بحكم انه استجابة عفوية لسد غائلة الجوع والخطر . فضلا عن ذلك فقد انهمكت المجتمعات الخليجية بانماط انتاج متنوعة كالرعي وتربية الحيوانات، والزراعة والغوص والتجارة بحيث كان السكان يدخلون في عمليات مبادلة واسعة في ظل شح النقد كوسيلة للتبادل . وقد استلزم ذلك وجود انماط من التعاون رغم عدم استقرار المجتمعات وسيادة بعض المشاحنات والصراعات القبلية التي كانت والى حد كبير تعيق التجارة وعملية انتقال السلع والسكان من الخليج الى وسط الجزيرة العربية والعكس.

تغير النمط الاقتصادي

ومع نشوء الدول الحديثة التي تلت استخراج النفط وتصديره وتغير النمط الاقتصادي والمعاشي فان الحاجة اصبحت ماسة الى ظهور تشريعات وتنظيمات حديثة تواكب الحدث . ولقد جاءت التعاونيات كاحد التنظيمات الجديدة التي استلزم وجودها سن بعض القوانين والنظم ومحاكاة التعاونيات العالمية والافادة منها اما بصورة مباشرة او بصورة غير مباشرة .

ونقدم ادناه لمحة عن نشأة التعاونيات في كل دولة من دول المجلس بحيث يتسنى لنا رسم صورة متكاملة، ونشير بهذا الخصوص إلى ان معظم دول المجلس التعاون واليمن تضم جمعيات تعاونية عدا سلطنة عمان التي لم تنشأ فيها حتى اللحظة جمعيات تعاونية علما ان مرسوما سلطانيا قد صدر عام 2011م يتضمن الدعوة الى انشاء جمعيات تعاونية .

كما ان قطر قامت بدمج جمعياتها التعاونية في شركة مساهمة واحدة تحت مسمى شركة الميرة.

سلطنة عمان

مازالت السلطنة الدولة الوحيدة من بين دول المجلس التي لم تصدر حتى الآن قانونا خاصا بالتعاون ولا يعني ذلك خطأ ممارسة التعاون وعدم جواز تأسيس تعاونيات بالسلطنة وانما يعد الامرين جائزين قانونا على ان يتم تأسيس التعاونيات وقيام انشطتها في ظل قواعد القانون العامة التي تنظم شركات الاشخاص والجمعيات الاهلية.

دولة الامارات العربية

رغم قدم الحركة التعاونية في الامارات إلا انها لم تعرف بالصورة الرسمية إلا في عام 1976 عند صدور اول قانون للتعاون (القانون 13) حيث حدد هذا القانون اهداف واسلوب العمل التعاوني، وعلاقة التعاونيات بالدولة.

وفي عام 1977 نشأت اربع جمعيات تعاونية استهلاكية بلغ عدد اعضاءها 300 عضوا بعد صدور قرار وزير العمل والشؤون الاجتماعية بالنظام الاساسي النموذجي للجمعيات التعاونية ومنذ ذلك التاريخ فقد زاد عدد الجمعيات بحيث بلغ عددها الاجمالي نحو 33 جمعية منها 17 جمعية استهلاكية (لها 66 فرعا) و12 جمعية تعاونية للصيادي الاسماك (لها فرع واحد)، وجميعة للاسكان والتعمير، و2 اتحادات تعاونية، وجمعية تعاونية لتأجير السيارات والمراكب البحرية، ويبلغ عدد اعضاء هذه الجمعيات والمنتسبين لها اكثر من (12.000) فردا (المكتب التنفيذي، 2088).

جمعية دبي الاستهلاكية

على الرغم من التحديات الهائلة والانهيار الاقتصادي الذي واجهته صناعة الدواجن الا ان جمعية دبي الاستهلاكية التي كانت قد أعلنت انها قد حققت زيادة في أرباحها تصل إلى 35 % في عام 2007م، مقارنة بما كانت عليه في عام 2006م، استمرت حظوظها في التصاعد في سنوات الأزمة العجاف.

فبحلول عام 2010م قدر رئيس مجلس ادارة التعاونية التي تهيمن على سوق الدواجن في منطقة الخليج ان حجم السوق الذي ستهيمن عليه الشركة سيبلغ حولي 500 مليون دولار . وتشير التقارير الاخبارية المتاحة الى ان الجمعيات التعاونية الاستهلاكية في كل من دول الامارات العربية المتحدة، والكويت المملوكة لاعضائها تمارس تأثيرا كبيرا على سوق التجزئة في بلدان الخليج، وانها قد استثارت منافسة حادة من قبل الشركات العاملة في قطاع تجارة الاغذية الاخرى، حيث اجبرت هذه الشركات على تحديث بنيتها الأساسية على احدث الطرز والتوسع في بلدان الخليج الاخرى.

مملكة البحرين

تعـود الحركـة التعاونيـة فـي البحريـن الـى العام 1954 بعد انشـاء صندوق التعويضـات اضافة الى قيـام جمعيات تعاونية في المـدارس اهتمت بتوفير احتياجات التلاميذ فضلا عن مساهمتها في الانشطة الاجتماعيـة التي سـاعدت الى حد كبيـر في تقوية الروابـط الاجتماعية بين المدرسـة والمجتمع . وقد صدر اول قانـون للتعاون (القانون 8) في ابريل عام 1972 حيث حـدد الغرض من تأسـيس الجمعيات التعاونيـة المتمثل فـي رفع المسـتوى الاقتصادي والاجتماعـي لاعضـاء التعاونيـة وفقـا للمبـادئ التعاونية.

أول جمعية استهلاكية في البحرين:

وفي ظل هذا القانون نشـأت اول جمعية استهلاكية عام 1972 زادت الـى 11 جمعية بلغ عدد اعضاءها 15294 عـام 1993 . كمـا تأسسـت اول جمعيـة تعاونيـة زراعية عـام 1977 وباشـرت اعمالها عام 1985 . وتعـد هـذه الجمعيـة الوحيدة فـي مملكة البحريـن حتى الآن . كما بلغ عدد جمعيات الخدمات 4 جمعيـات وبلـغ عدد اعضاءهـا 1046 عضوا عام 1993 . امـا جمعيـات صيادي الاسـماك فلا توجد إلا جميعـة واحدة بلغ عدد اعضاءهـا 70 عضوا عام 1994 (المكتـب التنفيذي، 1994) . ولقد بلغ عدد الجمعيـات التعاونية البحرينيـة بحلول عام 2008م مـا مجموعـه 20 جمعيـة تعاونية منهـا 8 جمعيات اسـتهلاكية، و11 جمعية توفير وتسـليف، وجمعية زراعية واحدة (المكتب التنفيذي، 2008).

المملكة العربية السعودية

بـدأت الحركـة التعاونيـة فـي المملكـة العربية السـعودية عـام 1959 فـي مدينة القريات شـمال السـعودية حيـث تم انشـاء اول جمعيـة تعاونية ثم انتقلـت الفكـرة الى الريـاض عندما قـام عدد من المهنيين بانشاء جمعية تعاونية خاصة بهم . وفي عام 1962 صدر المرسـوم الملكي رقـم (26) الخاص بتأسيس وتنظيم الجمعيات التعاونية . واستنادا الى هذا المرسـوم فقد تم تأسيس الادارة العامة للتعاون كاحـدى ادارات وزارة العمل والشـؤون الاجتماعية وذلـك للاشـراف علـى التعاونيـات والعمـل على تطويرهـا وتمويلها وتمثيلها داخليـا وخارجيا . وفي عام 1965 بلغ عدد الجمعيات 36 جمعية ثم تطورت اعدادهـا بمرور الوقت لتبلـغ 165 جمعية (2012) يزيـد عدد اعضاءهـا عن 50.000 عضـوا . وتتوزع الجمعيـات علـى عـدة مناشـط فمنهـا 25 جمعية زراعية و131 جمعية متعددة الاغراض، و3 جمعيات اسـتهلاكية، وجميعـة مهنيـة وجمعيـة تسـويقية ، و3 جميعـات لصيادي الاسـماك ، وجمعية اسـكان واحدة.ومما سـاعد على نجاح الجمعيـات التعاونية فـي المملكـة العربية السـعودية تنوع المناشـط ، وسرعة الاستجابة لها من قبل افراد المجتمع والدعم الحكومي الذي يحصـل عليه حيث بلغ عام 2008م

الجدول يوضح أعداد الجمعيات الأهلية وطبيعة مجالات نشاط هذه الجمعيات، ورؤوس أموالها في دول مجلس التعاون الخليجي.

الدولة	سنة البيان	عدد الجمعيات	مجالات النشاط	اجمالي رؤوس الاموال بعملة الدول	عدد الاعضاء
الامارات	2005	32	تعاونيات استهلاكية (16) صيد السمك (1) الاسكان والتعمير (1) اتحادات تعاونية (2) اخرى (1)	غ.م	35.000
البحرين	2006	21	تعاونيات استهلاكية (8) الادخار والتسليف (11) زراعة (1)	256.986	غ.م
السعودية	2007/2008	160	تعاونية استهلاكية (3) زراعة (25) متعدة الاغراض (126) مهنية (1) تسويقية (1) صيد الاسماك (3) اسكان (1)	156.300.000	80.040
الكويت	2007	59	تعاونيات استهلاكية (53) انتاجية (4) الادخار والتسليف (1) حرفية (1)	غ.م	362.061
عمان	غ.م	....	....	....	....
قطر	1993	13	استهلاكية	غ.م	غ.م
اليمن	2006	1433	تعاونيات استهلاكية (94) صيد الاسماك (150) الاسكان والتعمير (268) زراعة (855) حرفية (40)	31.650 مليار ريال يمني	216.270

اكثر من 176 مليون ريال . ويبلغ مجموع رأسـمالها وحتـى عـام 2008 نحـوا مـن 157 مليـون ريـال واحتياطاتهـا بنحو 258 مليـون، وموجوداتها 488 مليون ريال (المكتب التنفيذي، 21008).

الكويت

تعـد تجربـة الكويت فـي الجمعيات رائـدة، حيث بدأت المحاولات الأولى للتعاون الاسـتهلاكي في دول الكويت بمدرسة المباركية عام 1941 عندما تأسست الجمعية التعاونية المدرسـية ونظرا لنجاحها في اداء مهمتهـا فقـد تولت مـدارس اخرى انشـاء مثل هذه الجمعية كمدرسـة صلاح الدين – الشـامية – وذلك فـي عـام 1952 ، وفي عام 1955 بـدأت المحاولات تأخذ اتجاها جديدا حيث اسست الجمعيات التعاونية الاسـتهلاكية فـي بعض الدوائـر فانشـئت الجمعية الاسـتهلاكية لموظفـي دوائـر الشـؤون الاجتماعية والجمعية التعاونية لموظفي دوائر المعارف.وخضعت تلك الجمعيات لاحـكام قانون الاندية والمؤسسـات الاجتماعية نظرا لعدم وجـود قانون للتعاون حينذاك ولأن التعاون الاسـتهلاكي بشـكله المنظم لم يبدأ إلا بصـدور القانون رقم 20 لسـنة 1962 والتي تناولت نصوصه كيفية انشـاء الجمعيات التعاونية والعضوية فيهـا وكيفية ادارتها والرقابـة عليها وحلها وتصفيتها . وقد سـبق التعاون الاستهلاكي غيره من التعاونيات الاخرى حيث تأسست في عام 1962 اولى الجمعيات التعاونية الاستهلاكية الرسـمية في منطقة كيفان ثم توالي انشـاء الجمعيـات الاسـتهلاكية الاخرى حتى وصـل عددهـا الآن اكثر من ثـلاث واربعيـن جمعية تعاونيـة . وفي عام 1971 تم انشـاء اتحاد الجمعيات التعاونية الاسـتهلاكية ليكون بدايـة العمل الجماعي فـي قطاع التعاون الاسـتهلاكي وقيادتـه والدفاع عن مصالـح جمعياتـه والاعضـاء وتمثيلها فـي المحافل العربية والدولية . وبسبب نجاح التعاونية الاستهلاكية ومـا حققته فـي توفير السـلع والخدمات ولانتشـار اسـواق الجمعيات وفروعها فـي معظم ارجاء الكويت فقد اسـندت اليها الدولة ابتداء من عام 1975 مهمة توزيـع السـلع المدعومة علـى المواطنيـن . وعلاوة على ذلك اصدر مجلس الـوزراء قرارا في نفس العام بالغاء (الدكاكين) في مناطق السكن النموذجية فيما عدا محلات غسـيل الملابس والخبازيـن مع تكليف الجمعيات التعاونية الاستهلاكية بتغطية بقية الخدمات من خلال اسواقها المركزية والفروع التابعة لها.

التعاونيات الاستهلاكية في الكويت:

ومع بدايـة الثمانينـات اتجهت الحركـة التعاونية الاسـتهلاكية نحو الانفتاح على الحـركات التعاونية العربيـة والدوليـة حيـث سـعى اتحـاد الجمعيات التعاونية الاسـتهلاكية الـى اكتسـاب العضوية في الحلف التعاوني الدولي واصبح عضوا به اعتبارا من شـهر مارس 1981 كما سـاهم في تأسيس الاتحاد التعاوني العربي والذي اشهر في اغسطس من نفس العام علاوة على توثيق علاقاته بالمنظمات التعاونية بدول العالم المختلفة من خلال تبادل الزيارات .

ولمـا كانـت الحركـة التعاونيـة الاسـتهلاكية في الكويت قد اصبحت حركة رائدة ذات ابعاد اقتصادية فقد سـاهمت فـي نهضة ودعم الصناعـات الوطنية وتنشـيط التجارة الداخليـة والخارجية وتفاعلت مع المشـكلات الاقتصادية فأقر الاتحـاد في عام 1981 سياسـة الشـراء الجماعي والاسـتيراد مـن الخارج لبعض السـلع تحت العلامة التعاونيـة لايجاد بدائل للسلع التي ترتفع اسعارها في السوق وذلك بغرض ترشـيد اسـعار هذه البدائـل . ولمواجهـة الارتفاع المحلي في الاسـعار انتهج اتحاد الجمعيات التعاونية الاسـتهلاكية سياسة من شأنها وضع ضوابط لارتفاع اسعار السلع الغذائية والاستهلاكية الضرورية ومارس تطبيقها ابتداء من عام 1980. وفي عام 1985 انشأ الاتحاد مركـزا للتعبئة والتغليـف لتكييس الحبوب والبهارات فـي عبوات اقتصادية تتناسـب وحاجات المستهلكين ودخولهم وكذلك بغرض ترشيد اسعار بدائل هذه السلع الضرورية للمستهلك .

وبعـد ان فوجئـت البـلاد بالاجتيـاح العراقي في الثاني من اغسطس 1990، كان للاتحاد والجمعيات التعاونية الاسـتهلاكية مسـاهمة كبيـرة ودورا بارزا حيث كان للاتحاد انذاك اتصال مباشـر مع الحكومة الشـرعية في الخـارج ، مع تقديمـه لخدمات كثيرة ومتنوعـة للمواطنيـن والمقيميـن لدعـم الصمود المدني ومقاومة الاحتلال العراقي.

المصدر "الملتقى الخليجي"
الثالث للعمل الاجتماعي



التعاونيات تضم في عضويتها أكثر من مليار شخص حول العالم



- **التعاونيات توفر فرص عمل لأكثر من 100 مليون شخص.**
- **أول تشريع للتعاونيات صدر في بريطانيا عام 1852 م.**
- **الحلف التعاوني الدولي تأسس في لندن عام 1895 م.**
- **عدد التعاونيات في بلجيكا أكثر من 30 الف تعاونية.**
- **في اليابان كل فرد من ثلاثة أفراد عضو في التعاونيات.**
- **في أمريكا كل أربعة من عشرة أفراد أعضاء في تعاونيات.**

عرف التحالف الدولي للتعاونيات الجمعية التعاونية على أنها «رابطة تدار ذاتيا بواسطة اشخاص يرتضون الاتحاد عن طواعية من أجل تلبية احتياجاتهم وطموحاتهم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المشتركة من خلال مشروع مملوك ملكية مشتركة ومدار بصورة ديموقراطية «وتلتزم التعاونيات بسبعة من المبادئ التعاونية هي: العضوية الطوعية والمفتوحة والسيطرة الديموقراطية للأعضاء والمشاركة الاقتصادية من جانب الأعضاء والإدارة الذاتية والاستقلال والتثقيف والتدريب والمعلومات والتعاون في مابين التعاونيات والاهتمام بأمر المجتمع المحلي، كما أن هنالك مجموعة من القيم التعاونية تشمل العون الذاتي والمسؤولية الذاتية والديموقراطية والمساواة والانصاف والتضامن، وقد وضع اول تشريع حكومي للتعاونيات في بريطانيا عام 1852م وتم تأسيس أول اتحاد جمعيات تعاوني ضم (48) جمعية لتوريد وتسويق المواد الغذائية والمنزلية في بريطانيا عام 1863م وقد تم تأسيس الحلف التعاوني الدولي في لندن عام 1895م ويبلغ عدد أعضاء التعاونيات حول العالم قرابة المليار عضو مساهم وتشير احصائيات منظمة العمل الدولية الى ان التعاونيات توفر فرص عمل لأكثر من 100 مليون شخص حول العالم، وقد تجاوزت عائدات التعاونيات في السنوات الأخيرة التريليون يورو، وتشير الإحصائيات الأممية إلى أن عدد التعاونيات في بلجيكا يبلغ أكثر من 30 ألف منظمة تعاونية وفي سويسرا يزيد عدد الجمعيات التعاونية على 9600 تعاونية من بينها أكثر من 500 تعاونية يتجاوز حجم مبيعاتها المليار فرنك سويسري، أما في الارجنتين فيوجد اكثر من 17941 جمعية تعاونية يبلغ عدد أعضائها 9.1 مليون عضو، وفي سنغافورة يشارك 50 % من السكان في جمعيات ومنظمات تعاونية وفي المانيا كل واحد من أربعة أفراد عضو في جمعية تعاونية أما اليابان فإن كل فرد من ثلاثة أفراد هو عضو في تعاونيات أما في أمريكا فإن كل أربعة من عشرة أفراد هم اعضاء في جمعيات ومنظمات تعاونية، ومن جانب آخر تشير احصائيات منظمة العمل الدولية إلى أن التعاونيات في جميع أنحاء العالم توفر فرص عمل تزيد نسبة 20 % عما توفره الشركات متعددة الجنسيات.



رواد جمعية روتشريل التعاونية

قصة أول جمعية تعاونية في العالم

تعتبر جمعية رواد روتشديل أول جمعية تعاونية استهلاكية بالعالم فقد قامت مجموعة من حي تودلين في مقاطعة لانكشاير بشمال انجلترا بإنشاء الجمعية حيث كانت البداية عام 1830 وتسمى مجموعة روتشريل التعاونية للأصدقاء من نساحي الفانيلا وهي تضم 60 عضوا.

وكان هناك مؤتمر برمنجهام التعاوني عام 1831 وبعد هذا المؤتمر أنشئت الجمعية لإدارة متجر للبيع بالتجزئة عام 1833 في حي تودلين رقم 15 إلا أنه في عام 1835 كانت هناك عدة جمعيات تتعامل بالأجل مما أدى إلى فشل تلك الجمعيات وخلال فترة الأربعينيات من القرن الثامن عشر حدثت مجاعة وكان الكثير يعانون حرمانا شديدا من الحصول على الطعام، وكان الكثير من مواطني حي تودلين لايملكون حتى اغطية او حتى فرش للنوم بعدها قرر مجموعة من المواطنين في حي تودلين في شمال انجلترا، وكان عددهم ثمانية وعشرين حيث أعلنوا في 15 أغسطسمن العام 1844 بإنشاء جمعية روتشديل، وتم افتتاح المتجر في 21 ديسمبر 1844 وكان يواقع يومين في الأسبوع هما السبت والأحد، وكانت إدارة المتجر بالتناوب فيما بينهم علما بأن السلع التي تم عرضها بالمتجر بالافتتاح هي 56 رطل سكر و50 رطلا من الزبد 6 شوالت طحين وشوال من الشوفان و24 درز شمع استعمل لإضاءة المتجر مع العلم بأن راس مال الجمعية كان 28 جنيها استرلينيا تم تجميعه من المؤسسين على الأقساط قبل افتتاح المتجر، وبالرغم من أنه كان هناك جمعيات تعاونية قبل جمعية روتشديل إلا أن كلها لم يكتب لها النجاح. حيث أن التنظيم التعاوني لجمعية روتشديل هو أفضل تنظيم ناجح صمد منذ إنشائه وكان المتجر صغيرا بالرغم من محاولة رواد جمعية روتشديل الحصول على مكان مناسب إلا أن الكثير من ملاك العقارات رفضوا لاعتقادهم بأن جمعية روتشديل لن تصمد لأقل من شهر وكان إيجار المتجر 3شلن و10 بنس أسبوعيا علما بأن المبيعات الأسبوعية عند افتتاح المتجر كانت ما بين 4 7 جنيهات وبعدها تطورت الجمعية وازداد أعضاؤها وكان العمل طوال الأسبوع، وبالتالي أصبحت أول جمعية تعاونية ناجحة ووضعوا بعض المبادئ التي ساروا عليها وأصبحت هي المبادئ التعاونية على مستوى العالم وهي:بيع البضائع بسعر السوق نقدا ورأس مال كل عضو محدود بعدد معين من الأسهم وتوزيع الأرباح على شكل عائد على المشتريات واتباع مبدأ لكل فرد صوت واحد مهما ملك من كمية الأسهم (ديمقراطية الإدارة)وباب العضوية مفتوح لكل فرد. والبيع نقد وعدم التدخل في الأمور السياسية والدينية. والتعليم التعاوني.

«هيئة حماية المستهلك» تطلق عددا من المسابقات في العمل الإعلامي

مسقط – المستهلك

اطلقت الهيئة العامة لحماية المستهلك مجموعة من المسابقات في مختلفت المجالات التوعوية التي تعنى بالعمل الإعلامي لطلاب وطالبات مؤسسات التعليم العالي بهدف إبراز وتشجيع مواهبهم الابتكارية والإبداعية. تتناول المسابقات أفضل صورة فوتوغرافية وتصميم أفضل شعار وأفضل فيلم توعوي قصير ومسابقة أفضل مطوية توعوية تثقيفية وأيضا أفضل قصة هادفة مصورة أو مرسومة حيث قامت الهيئة برصد مجموعة من الجوائز القيمه للفائزين وللراغبين بالمشاركة في المسابقة بإمكانهم الحصول على شروط وتفاصيل المسابقة عن طريق الموقع الإلكتروني التابع للهيئة (www.pacp.gov.om). الجدير بالذكر أنه تم تحديد اخر يوم لتسليم مسابقة أفضل فلم توعوي قصير بتاريخ 7/7/ 2012 وسيتم الإعلان عن الفائزين بتاريخ 14/ 7/ 2012 أما باقي المسابقات الأخرى فسيكون آخر موعد لتسليم الأعمال بدائرة الإعلام بالهيئة العامة لحماية المستهلك بتاريخ 16/ 6/ 2012 والإعلان عن الفائزين بتاريخ 23/ 6/ 2012.



مجلس إدارة الهيئة العامة لحماية المستهلك يقر مشروع قانون المنافسة ومنع الاحتكار

مسقط – المستهلك

عقد مجلس إدارة الهيئة العامة لحماية المستهلك مؤخرا اجتماعه الأول لهذا العام برئاسة سعادة الدكتور سعيد بن خميس الكعبي رئيس الهيئة وبحضور المكرم سالم بن سعيد الغتامي نائب رئيس مجلس إدارة الهيئة وأعضاء المجلس الذين يمثلون عددا من الجهات الحكومية.

وخلال الاجتماع اطلع المجلس على تقرير مشاركة الهيئة في المؤتمر التحضيري الرابع للأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد) حول حوار سياسة إعادة تحديد دور الحكومة في التجارة العالمية الذي عقد بجنيف في الفترة من 26 وحتى 27 من الشهر الماضي للتحضير لمؤتمر الاونكتاد الذي سيعقد بالدوحة في الفترة من 21 وحتى 26 من الشهر الجاري كما ناقش المجلس تعيين مراقب حسابات وأكد على إنشاء أفرع للجمعية العمانية لحماية المستهلك في مختلف مناطق السلطنة والذي جاء إنشاؤها بناء على القرار الوزاري رقم 132/ 2003 استنادا إلى قانون الجمعيات الأهلية الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 14/ 2000 وتعديلاته كما أقر مجلس إدارة الهيئة مشروع قانون المنافسة ومنع الاحتكار وأكد على استكمال الإجراءات القانونية المتبعة لإصدار القانون في ضوء الاختصاصات المنوطة بالهيئة كما تمت مناقشة بعض الأمور المتعلقة بأعمال الهيئة واختصاصاتها وأكد الجميع على ضرورة تكاتف الجهود من أجل الوصول إلى تحقيق السوق المتوازنة. الجدير بالذكر أن قانون المنافسة ومنع الاحتكار سوف يعمل على تشجيع الممارسات الإيجابية المؤدية إلى إيجاد بيئة تنافسية حقيقية تساعد على تحقيق التوازن في السوق ومحاربة الظواهر الاحتكارية المؤدية إلى احتكار السلع والخدمات وبالتالي التحكم في كمياتها وأسعارها وسيعمل قانون المنافسة ومنع الاحتكار على جذب الاستثمارات في مختلف المجالات مما يؤدي إلى نمو وتطور القطاع الخاص وبالتالي دعم الاقتصاد العماني. من ناحية أخرى سيعمل القانون على إيجاد أسواق تنافسية تصب في مصلحة المستهلكين وتعمل على توفير السلع والخدمات بأرقى مواصفات الجودة وبأفضل الأسعار التنافسية.

«حماية المستهلك» تصدر قرارا بحظر تسويق وتوزيع منتج مشروب الطاقة ماركة (Winner)

مسقط – المستهلك

أصدرسعادة الدكتور سعيد بن خميس الكعبي رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك قرارا بتاريخ 17 ابريل من العام الجاري رقم 96/ 2012 قضى في مادته الأولى حظر تسويق وتوزيع منتج مشروب الطاقة ماركة (Winner) لعدم شموله على بيانات باللغة العربية ونقص في البيانات التحذيرية وقضت المادة الثانية بأن يعاقب كل من يخالف أحكام هذا القرار وفقا للمادة (21) من قانون حماية المستهلك فيما قضت المادة الثالثة العمل بهذا القرار من تاريخ صدوره.

وجاء صدور القراراستنادا إلى المرسوم السلطاني رقم 26/ 2011 بإنشاء الهيئة العامة لحماية المستهلك. وإلى المرسوم السلطاني رقم 53/ 2011 بإصدار نظام الهيئة العامة لحماية المستهلك،وإلى قانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني 81/ 2002،وإلى القرار الوزاري رقم 9/ 85 المتضمن المواصفة الملزمة رقم 9 الخاصة بالبطاقات الغذائية المعبأة، وإلى القرار الوزاري رقم 74/ 2000 الخاص بالبيانات الايضاحية وسلامة الأغذية، وإلى القرار رقم 49 / 2007 بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك. وإلى التعميم الجمركي رقم120 /2012 بشأن حظر استيراد مشروب الطاقة ماركة winner.

ممثلة بالهيئة العامة لحماية المستهلك

السلطنة تحتفل باليوم الخليجي والعالمي للمستهلك

مسقط – المستهلك

شاركت السلطنة مؤخرا ممثلة بالهيئة العامة لحماية المستهلك دول العالم الاحتفال باليوم الخليجي والعالمي للمستهلك حيث يمثل الاحتفال بهذه المناسبتين فرصة سنوية للاحتفال والتضامن ما بين أنشطة المستهلك العالمية بهدف تعزيز الحقوق الأساسية لكل المستهلكين للمطالبة بصيانة واحترام هذه الحقوق ولمعارضة إستغلال السوق واللاعدالة الاجتماعية التي تقلل من قيمتها.

وقال سعادة الشيخ الدكتور سعيد بن خميس الكعبي رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك يتصادف أن يأتي شهر مارس حاملا معه في هذا العام وهو العام الأول لوجود الهيئة العامة لحماية المستهلك على أرض هذا الوطن الغالي مناسبتين مرتبطتين بمهام واختصاصات الهيئة، المناسبة الأولى كانت في الأول من مارس وهي الاحتفال بيوم المستهلك الخليجي والمناسبة الثانية هي المناسبة التي يحتفل بها العالم أجمع في الخامس عشر من مارس حيث تحتفل شعوب العالم أجمع باليوم العالمي للمستهلك، ويأتي هذا الاحتفال السنوي بمثابة مناسبة سنوية ومحطة دورية يبعث العالم كله من خلالها رسالة تهدف إلى تسليط الضوء على أهمية التضامن والتعاون بين جميع عناصر المجتمع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية مع المستهلكين، كما أن هذه المناسبة السنوية تحمل في طياتها دلالة كبيرة على أهمية المستهلك في الحياة المعاصرة، ومدى أهمية الالتفات إلى التحقيق الكامل لكافة حقوقه التي أقرتها المواثيق الدولية، والسعي نحو بلورة فكرة عالمية مفادها أن للمستهلك الأهمية الأولى في مختلف العمليات التجارية والاقتصادية.

إقامة سوق متوازنة

وأضاف سعادته: لقد جاء تحديد يوم الخامس عشر من شهر مارس ليصادف اليوم ذاته من عام (1962 م) والذي صرح فيه الرئيس الأميركي الراحل جون كيندي أمام الكونغرس الأمريكي قائلا: « إن تعريف كلمة المستهلكين يشملنا جميعا، إنهم أكبر من مجموعة اقتصادية تؤثر وتتأثر بجميع القرارات الاقتصادية العامة والخاصة «ولعل المرحلة القادمة من العلاقات القائمة بين جميع مكونات العملية الاقتصادية تتطلب وعيا كاملا بطبيعة هذه المرحلة التي لابد أن تقوم على التعاون والتكامل التام بين جميع الأطراف من مستهلكين ومنتجين وتجار ومراعاة الدعوة الصادقة إلى الاهتمام بضرورة إقامة سوق متوازنة تقوم على حفظ الحقوق للجميع، فلابد للتاجر أن يعي أن المستهلك هو حجر الأساس لنجاح تجارته وازدهارها وأن حاجته لهذا المستهلك هي حاجة دائمة ومستمرة، أما المستهلك فلابد من إلمامه التام بكامل حقوقه، وأنه هو الأساس في حفظ هذه الحقوق، من خلال وعيه وإدراكه لدوره المطلوب منه، فإذا كان المستهلك هو المستهدف الأول ببرامج ومشاريع الحماية فإنه في ذات الوقت هو المسؤول الأول عن نقص هذه الحماية، ومن هنا فإن المرحلة القادمة تتطلب أن تتظافر كل الجهود لتحقيق الدعم الشعبي الحقيقي للجهود الحكومية الرامية إلى توفير المظلة الحمائية للمستهلك، من خلال ممارسته لدوره الرقابي ومشاركته الصادقة في تأصيل ثقافة استهلاكية سليمة تقوم على الوعي الكامل بمحاجاته ومتطلباته الاستهلاكية الضرورية وتمكينه من تخطيط أولوياته الشرائية، والاسهام بدور كبير في محاربة الغلاء غير المبرر وجشع البعض من التجار من خلال مقارنته بين البدائل والمفاضلة بينها وفي ذات الوقت دعم المؤسسات والمراكز التي تسعى إلى جعل الأسعار في متناول أيدي جميع المستهلكين، والبعد كل البعد عن أولئك التجار الجشعين والذين لا هم لهم سوى الربح في المقام الأول، وكذلك الحرص على التأكد من جودة السلع وسلامتها قبل الشراء لتجنب الوقوع في براثن الغش والتقليد، وتقديم المقترحات البناءة الهادفة إلى تطوير برامج حماية المستهلك والارتقاء بها.



د.سعيد بن خميس الكعبي

توفير البرامج والقوانين

وقال رئيس الهيئة: إن احتفال العالم أجمع باليوم العالمي والخليجي للمستهلك هو دلالة واضحة أن المستهلك بات في قلب العالم وضميره، وأصبحت كل دول العالم المتحضر تعطي للمستهلك ما يستحقه من التقدير والمكانة، وفي ذلك رسالة واضحة إلى جميع أولئك الذين يحاولون أن يقللوا من شأن المستهلك أو شؤون حمايته وتوفير البرامج والقوانين والمؤسسات الضامنة للحفاظ على حقوقه وعدم المساس بها.

«حماية المستهلك» تبحث تطوير منظومة التسويق الزراعي بالسلطنة وحماية المستهلكين

مسقط – المستهلك

استقبل سعادة الدكتور سعيد بن خميس الكعبي رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك وفدا من خبراء المنظمة العربية للتنمية الزراعية حيث تم خلال اللقاء بحث تطوير منظومة التسويق الزراعي بالسلطنة وإشكاليات التسويق الزراعي ومدى تأثر المزارعين بعد توقف أعمال هيئة التسويق الزراعي. وأكد المجتمعون على أهمية التصنيف للمنتجات الزراعية لتحقيق جودة عالية لكافة المنتجات كما تم بحث دور الهيئة في مجال مكافحة الغش في بيع المنتجات الزراعية من حيث الجودة ودقة الأوزان في عمليات البيع وطالب الجانبان بإيجاد آليات منظمة في استغلال فائض المنتجات الزراعية. حضر اللقاء عدد من مسؤولي الهيئة والمنظمة العربية للتنمية الزراعية.



السلطنة تشارك بالمؤتمر التحضيري لمؤتمر الأونكتاد بجنيف

مسقط – المستهلك

غادر السلطنة مؤخرا سعادة الدكتور سعيد بن خميس الكعبي رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك ليترأس وفد السلطنة للمشاركة بالمؤتمر الرابع للأمم المتحده للتجارة والتنمية حول حوار سياسة إعادة تحديد دور الحكومة في التجارة العالمية .

وتأتي مشاركة الهيئة في المؤتمر من خلال حضور الجلسات وعقد العديد من الاجتماعات الثنائية مع كبار المسؤولين بمنظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية لبحث أوجه التعاون في مختلف المجالات الفنية بهدف تبادل الخبرات في مجالات حماية المستهلك والتعريف بتجربة السلطنة بعد إنشاء أول هيئة تعنى بالمستهلك على مستوى الوطن العربي.تتمثل أهداف المؤتمر في تحقيق أقصى ما يمكن تحقيقه من الزيادة في فرص التجارة والتنمية للبلدان النامية والمساعدة في مواجهة التحديات الناشئة وتنظيم المداولات الحكومية الدولية وأنشطة التعاون التقني.



السلطنة ومنظمة الأونكتاد تبحثان أهمية تدريب الكوادر الوطنية بهيئة حماية المستهلك

د.سعيد الكعبي يلتقي بالأمين العام للأونكتاد

مسقط – المستهلك

التقى مؤخرا سعادة الدكتور سعيد بن خميس بن جمعه الكعبي رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك والوفد الرسمي المرافق له الدكتور سوباشاي بانيتشباكدي الأمين العام للأونكتاد حيث تم خلال اللقاء بمقر المنظمة بحث أوجه التعاون في مختلف المجالات التي تعنى بالمستهلك وإيجاد شراكة حقيقية في مجالات المنافسة المختلفة. كما أكد الجانبان على إمكانية تعاون منظمة الأونكتاد مع الهيئة العامة لحماية المستهلك بالسلطنة في إقامة الندوات وتبادل الخبرات وتقوية كافة أشكال التعاون والشراكات فيما يتعلق بالمستهلك والجوانب الإعلامية المختلفة التي تثري المستهلك والتاجر معا.

كما تطرق الجانبان إلى أهمية تدريب الكوادر الوطنية والموظفين بالهيئة من خلال وضع خطة عملية للتدريب وآلية يتم تنفيذها بشكل علمي وواقعي من أجل تسهيل تبادل المعلومات والخبرات التي تهدف إلى إيجاد كادر متمكن من أداء العمل وبما يتناسب مع التقنية ومتطلبات المرحلة الحالية. وفي نهاية اللقاء أشاد أمين عام الأونكتاد بالهيئة كونها الأولى على مستوى الوطن العربي التي استطاعت أن يكون لها تسعة فروع في مختلف محافظات السلطنة في فترة قصيرة مقارنة بتاريخ نشأتها شاكرا الوفد العماني على حضوره المؤتمر ومنظمة الأونكتاد مثمنا الأهداف التي تسعى الهيئة لتحقيقها فيما يخص حماية المستهلك مؤكدا على مبادرة منظمة الأونكتاد في تقديم الدعم والمساندة للهيئة في مختلف المجالات التي تعنى بالمستهلك للارتقاء وتقديم ما يصبو إليه المستهلك وتحقيق كافة الأهداف التي أنشئت من أجلها.

ويترأس وفد السلطنة بالاجتماع التحضيري لمؤتمر «الأونكتاد» بجنيف

مسقط – المستهلك

شاركت السلطنة مؤخرا ممثلة في الهيئة العامة لحماية المستهلك في المؤتمر التحضيري الرابع للأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) حول حوار سياسة إعادة تحديد دور الحكومة في التجارة العالمية الذي عقد بجنيف في الفترة من 26 وحتى 27 من الشهر الماضي للتحضير لمؤتمر الاونكتاد الذي سيعقد بالدوحة في الفترة من 21 وحتى 26 من الشهر الجاري. ترأس وفد السلطنة سعادة الدكتور سعيد بن خميس بن جمعة الكعبي رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك بمشاركة عدد من المختصين بالهيئة فيما ترأس جلسات المؤتمر من منظمة الأونكتاد الدكتور سوباشاي بانيتشباكدي الأمين العام للأونكتاد



بحضور أنابيل غونزاليس وزير التجارة الخارجية لكوستاريكا. وتم خلال المؤتمر التأكيد على إعادة تحديد دور الحكومة في المستقبل التجاري الدولي وسياسة التجارة لتحقيق النمو الشامل للاقتصاد وحماية المنافسة ومحاربة الاحتكار وحماية حقوق المستهلك والتوقعات المستقبلية.كما ناقش المؤتمر رسم خريطة التحديات التي تواجهه الحكومات وأهمية تنويع الصادرات في القرن الحادي والعشرين ودور الحكومة وقطاع الأعمال وتأثيرها في صنع السياسات التجارية وأهميتها في إيجاد اقتصاد تنافسي شريف والعمل على منع كل ما هو مضر بالمستهلك وبالاقتصاد الوطني إضافة إلى مناقشة السبل في تنويع مصادر الدخل وما يتلاءم مع إيجاد وسائل تنموية تساهم في المحافظة على حماية المنافسة ومحاربة الاحتكار وبما يكفل حقوق المستهلك.

من خلال الإستفادة من الخبرات الأسترالية العاملة في مجالات التسويق وحماية المستهلك:

الهيئة تبدأ المرحلةالأولى من العمل بالمراقبة الالكترونية للاسعار

المستهلك – عبدالوهاب بن علي المجيني- تصوير – حسين الفارسي

تلعب تقنية المعلومات دورا بارزا في تسهيل وتبسيط الاجراءات بدقة وسرعة متناهية في معظم الاعمال المؤسسية وإدراكا ووعيا من الهيئة العامة لحماية المستهلك لهذا الدور بذلت العديد من الجهود الحثيثة من أجل إيجاد الانظمة والحلول والادوات التقنية ذات الجودة والكفائة العالية ولرفع المستوى والأداء لدى الاداريين والمفتشين وضابطي الجودة، صممت الهيئة نظام إدارة الشكاوي ومراقبة الأسواق باستخدام الاجهزة الكفية حيث استعانت الهيئة بخبرات عالمية في هذا المجال وذلك بالتعاقد مع إحدى الشركات المتخصصة التي سبق وأن عمل خبرائها في العديد من المشاريع المشابهة وبدول متقدمة مختلفة كالولايات المتحدة الامريكية، المملكة المتحدة، كندا، وأستراليا. حيث تعد التقنية المستخدمة بالنظام أحد التقنيات العالمية المتقدمة والحديثة.

وقال شاروخ نعيم خان مدير تقنية المعلومات لشركة النورس الذهبي هناك العديد من المزايا للنظام تتمثل في ان البرنامج على شكل بوابة الكترونية تحتوي على برنامج لادارة الشكاوي وجمع البيانات ليتمكن من متابعة سير عمل المفتشين وإصدار التقارير واستخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول على منصة ويندوز موبايل حيث صممت البوابة الالكترونية لهذا العمل للتعامل مع الشكاوي والتفتيش وعمليات سير العمل كاملة ومفصلة علما بأن اللغة المستخدمة هي الـ(ASP.NET) كما تتحكم في تقارير الادارة وجمع المحفوظات كما ان الجهاز متنقل مع ماسح للباركود لجمع البيانات من الأسوق ويعمل على إصدار الغرامات بناء على قانون حماية المستهلك وطابعة متنقلة لطباعة المخالفات والاشعارات.

وأضاف: من أبرز ملامح النظام تطبيقات الهاتف المتحرك والتقاط البيانات بدقة وسرعة تعيين المهمة على الانترنت أو الانترانت من قبل مدير التفتيش وسرعة جمع بيانات الاسعار وسرعة الإنتاجية حيث يسمح بالمزيد من الانجاز في وقت أقل وسرعة تزامن الاتصال اللاسلكي من (شبكات المحمول، الواي في) وسرعة تعقب المهام وتغطية المنطقة ومسار المفتش بتقنية (جي بي اس) وسرعة تعيين الشكاوي المقدمة من مكتب التفتيش الى المفتشين فالميدان.

وأشار شاروخان: من المميزات الامنية البروتوكول المستخدم مصمم على أفضل مستويات عدم الاختراق وإدارة بوابة النظام وسرعة إدارة العناصر ذات الفئة والفئات الاخرى وسرعة الادارة والسيطرة على الاسعار وسرعة إدارة ملفات التفتيش من خلال (خلق المهمة، وجمع النتيجة) وسرعة تتبع حالة الشكوى على الانترنت وسرعة التقارير الاحصائية والمخططات البيانية والاندماج مع أنظمة أخرى مؤكدا بأن النظام يهيأ بأن يندمج مع أي نظام آخر سواء داخل الهيئة أو خارجها.



شاروخ نعيم خان

هناك العديد من المزايا للنظام تتمثل في ان البرنامج على شكل بوابة الكترونية تحتوي على برنامج لادارة الشكاوي وجمع البيانات ليتمكن من متابعة سير عمل المفتشين وإصدار التقارير واستخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول سيتم مستقبلا

وفي هذا الصدد التقينا مع أخصائي ضبط جودة سلع وخدمات في الهيئة العامة لحماية المستهلك أحمد بن حمد الحجري، والذي أخبرنا عن هذه الإضافة المتميزة والتي لم تستخدم من قبل في السلطنة، وجاءت كمبادرة متميزة من الهيئة فقال: تحرص الهيئة العامة لحماية المستهلك على استخدام التكنولوجيا الحديثة في خدماتها، وذلك لتسريع العمل ولتسهيل الخدمات للموظفين لتوفير أفضل حماية للمستهلكين، ولتسهيل عمل المشرفين والمراقين ولاتخاذ الإجراءات بكل سهولة ويسر فقد وجدت الهيئة الجهاز الكفي وهو جهاز يستخدم في أكثر من استخدام ويوفر الكثير من الوقت والجهد، فقد وجد ليضم جميع بيانات وخدمات المستهلكين، فمجرد الاتصال بالخط الساخن يتحول الخط إلى النظام في الهيئة وهذا النظام يحوله مباشرة إلى الجهاز، وقد تم توزيع الأجهزة في جميع محافظات وولايات السلطنة، ويمكن أن يتوفر أكثر من جهاز في الولاية الواحدة.ولقد قمنا ببرمجة النظام بحيث يقوم بتحويل المكالمة إلى المشرف الموجود في الولاية التي جاء منها البلاغ مباشرة، وبمجرد تحويل البلاغ أو المكالمة يقوم المشرف بمتابعة البلاغ ومكانة من خلال نظام الملاحة المتوفر في الجهاز، إلى أن يصل إلى المحل أو مصدر البلاغ، وبعدها يقوم المشرف بمراجعة البلاغ ومدى صحته، وإذا كان البلاغ صحيحا يقوم المشرف بالتقاط صورة من خلال الكاميرا المتوفرة بالجهاز نفسه وبذلك فقد قام بضبط المخالفة، وبعدها يتم تحويل المخالفة مباشرة، فقد وجد نظام في هذا الجهاز يقوم بتحويل المخالفة مباشرة إلى الهيئة وإلى الدائرة المسؤولة فور تسجيلها،أي انه لا توجد هناك فرصة لإلغاء المخالفات.

وأضاف أيضا هناك نظام في الجهاز يفرض على المفتش تحديد نوع معين من السلع أي أن الجهاز هو الذي يوجه المفتش وليس العكس بناء على الشكاوي وبناء على أوامر المدراء في التفتيش وبناء على السلع التي ترتفع أسعارها بشكل مستمر في السوق. وكذا



يكون العمل والتفتيش منظم

كما أضاف قائلاً: ويوجد هناك نظام في الجهاز يعمل على التأكـد من عدم ارتفاع الاسـعار، حيث تتوفر فيه قوائم لاسعار السـلع في جميع المراكز التجارية، وفي حين قيام المفتش بحمل الجهـاز وتمريره على بعض السلع والتي تم تقديم بلاغات عنها مسبقا، يقوم بقراءة أسـعارها مباشـرة واذا اكتشـف وجود ارتفـاع يقوم بتسجيل مخالفة بشكل مباشر، أيضا يتوفر نظام ملاحة في الجهاز حيث يقوم بتسـجيل جميـع الزيارات ومن خلاله يمكن معرفة المحلات التي قام بزيارتها المفتش مسبقا وأيضا يسهل عملية زيارتها لمرة أخرى، وأيضا هنـاك طابعة مرتبطة مع الجهاز، يقوم المشـرف بعد الانتهاء من الإجراءات بطباعةالمخالفة مباشرة، ومن ثم يوقع عليها المخالف.

ويوجد فـي الهاتف ايضاً كاميـرا لتصوير المخالفة وايضا برنامج يقوم بجلب الأسعار، وايضا جهاز للملاحة، وبدون شـك فإن أي برامج جديدة يمكن أن تساعد في عمل المشرفين والمراقبين سـوف نقوم بإدراجها في هذا الجهاز.

واسـتطرد قائلاً: واجهنا في البداية بعض المشـاكل والعراقيل ولعل من أبرزها مشـكلة التوقيع وأين يكون هـذا التوقيع ولكـن بعد البحـث اسـتطعنا أن نوجد الحـل بحيث أن المخالـف يقوم بالتوقيـع في الجهاز نفسه، ومن ثم نصدر له المخالفة، وبالنسبة للمشرف ففـي حين رجوعـه للمكتب ومقر عملـه فيجد جميع البيانـات قـد توفرت معـه ويقوم بتخزيـن الملف في ملفات المؤسسـات المخالفة، وأي مخالفة تسجل في ملفاتها كل على حـدة، ويمكن من خلال هذه الملفات معرفة المؤسسـات التي تكرر وتسـتمر بالمخالفات.



و قـال: في حين أن المخالف يريد البحث عن اسـباب مخالفته فيقوم البرنامج باستخراج جميع الاجراءات من بداية البلاغ إلى التأكد منه وتسـجيله وطباعة المخالفة وتحويلها إلى الادعاء العام وبكل دقة متناهية.وحول ما يمكن إضافته للجهاز في المستقبل فقال: هناك إضافة سـوف نضيفها فـي نظام الجهاز وهـي كيفية الاطلاع علـى البيانات، بحيـث لا يمكن للجميـع الاطلاع على بيانات الجهاز وبيانات المخالفـات، بل هناك عدد من المسـؤولين من يقوم بذلك كل فـي مجال عمله، وفي حيـن متابعة واكمال الاجـراءات فإن المسـؤولين من يقوم بذلك، وايضا نحن الآن مقبلون على إضافة برنامج جديد سوف يكون في الهواتف والأجهزة الذكية الخاصة بالمستهلكين بحيث يتم إيجاد برنامج يعمم على اجهزة جميع المستهلكين من خلاله يستطيعون التعرف إلى قائمة اسـعار السلع في جميع المراكز التجارية. وأيضا اضافـة البوابـة الإلكترونيـة للهيئة.ونحـن نطمح في المسـتقبل أن يقدم هذا الجهاز العديـد من الخدمات الأخرى للمسـتهلكين من جميع النواحـي، خاصة من ناحية أسعار الخدمات والسلع.

وحـول دقة هذا الجهاز فقال: الجهـاز دقيق 100 % ولا يمكن أن يخطئ لأنه متصل مباشـرة مع النظام في الهيئة مباشرة، وفي حين يقوم المفتش بتفتيش أسعار السـلع يقوم الجهاز بالارسـال بشـكل تلقائي ويقوم بالتأكد من سعر كل سلعة.

وأشـار: فكرة الجهاز جديدة وهو نظـام جديد وهي مبادرة من الهيئة العامة لحماية المستهلك، وبمساعدة مـن المبرمجين في اسـتراليا ولقد قاموا بمسـاعدتنا خاصـة في بعض النقـاط التي يمكـن أن نتجنبها في المستقبل.

«حماية المستهلك» تدشن الموقع الإلكتروني للتواصل مع المستهلكين



مسقط - المستهلك

قامـت الهيئـة العامـة لحماية المسـتهلك بتدشـين الموقع الإلكتروني للهيئة للتواصل مع مختلف شرائح المجتمع باسـتخدام التقنية الحديثة حيث تم تصميم موقـع الهيئة الإلكتروني في نسـخته الأولـى، ليكون محطة يتمكن المستهلك من خلال أقسامها المختلفة مـن التواصل مع الهيئـة في مختلف مجـالات عملها واختصاصاتها.

ويقول محمد بن درويش البلوشـي المكلف بتسيير أعمال قسـم الإعلام الإلكتروني: الموقع يتضمن عدداً من الأقسام التي تشمل الكثير من المعلومات والأخبار في ما يتعلق بحماية المستهلك، حيث تم توفير أحدث المعلومـات والمتابعات والروابط للمواقع ذات الصلة من مختلف دول العالم، وذلك لتمكين المستهلك من الاطلاع على مختلف التجارب في هذا المجال، ويمكن لمتصفح الموقع متابعة نشرات الهيئة المتخصصة في شؤون حماية المستهلك بالإضافة إلى التوعية والإرشاد فـي مجـالات الاسـتهلاك المختلفة موضحـا يتضمن الموقـع خدمة إلكترونية متخصصة لتلقي الشـكاوى والمقترحـات والـرد عليهـا، وذلـك بواسـطة البريد الإلكتروني من خلال نظام الشكاوى والمقترحات.


محمد البلوشي

ويضيف محمد البلوشـي: إن الموقع يتضمن خدمة أخـرى تتعلـق بمؤشـرات الأسـعار، وإذ تبـدأ هاتان الخدمتـان مرحلتهما الأولى فـإن الهيئة العامة لحماية المستهلك تقوم حاليا بالإعداد للمرحلة الثانية لتعزيز محطات النظامين اسـتجابة لمتطلبات المسـتهلك، وضرورة تفعيل الخدمات الإلكترونية والاسـتفادة من التكنولوجيـا المتقدمـة في الوصول إلى المسـتهلك والتفاعل معه.

وتعقد إجتماعا تنسيقيا مع الطيران العماني


مسؤولو الهيئة والطيران العماني أثناء اجتماعهم

مسقط - المستهلك

عقدت الهيئة العامة لحماية المستهلك مؤخرا اجتماعا مع عدد من مسؤولي الطيران العماني بحضور سعادة الشيخ الدكتور سـعيد بـن خميس الكعبي رئيـس الهيئة العامة لحماية المسـتهلك ومن الطيـران العماني عبدالرزاق بن جمعة الرئيسي رئيس الشؤون التجارية وفيليب جورجيو رئيس الشـؤون العامة ومحمد بن مبارك الشـكيلي مدير عام التسويق والسـون جونز مدير عام الشؤون القانونية وخالد بن عبدالوهاب البلوشـي مدير العلاقات الحكومية وإدارة الشـؤون العامة ويأتي الاجتماع فـي إطار التعاون المشترك بين الجانبين لمناقشة العديد من القضايا التي تهم شريحة كبيرة من المستهلكين.

وأشـاد رئيس الهيئة خلال الاجتماع بالخدمات المميزة التي يقدمها الطيران العماني كونه الناقل الوطني للسلطنة موضحا بأن الطيران العماني أصبح اليوم منافسـا لكبرى شـركات الطيران ولديه خطوط إلـى مختلف دول العالم نظرا لامتلاكه أسطول من أحدث الطائرات بالعالم مجهزة بأحدث التقنيات المتطورة التي تسـاهم بشكل كبير في توفير أرقى سـبل الراحة للمسافرين مؤكدا سعادته على التعـاون المسـتمر وتطويـر العلاقة لدعم كافـة الجهود الوطنيـة التـي يقدمها الطيـران العماني بهـدف تقديم خدمات مميزة للمستهلك.

وخلال الاجتماع تم مناقشـة الآليـات المتبعة في تقديم خدمات بأسـعار تنافسـية فيمـا يخص التذاكـر، وذلك عن طريق التنسـيق مع جميع وكلاء السـفر بالسـلطنة بهدف التنافس في تقديم أسـعار تكون منافسة لشركات الطيران الأخرى مما سيكون له الأثر في إقبال المسافرين على السـفر بالطيران العماني كما تم بحث التسـهيلات التـي يقدمهـا الطيـران العمانـي والعـروض المخفضة لأسـعار التذاكر في بعض المواسم لنشر الوعي والثقافة الاستهلاكية للمستهلك.

وخلال الاجتماع ناشـد المسـؤولين فـي كل من الهيئة والطيران العماني المستهلكين ضرورة قراءة المعلومات واشتراطات السفر قبل الحجز وعدم اللجوء إلى خدمات ربما تكون أرخص لدى بعض مكاتب السـفر والسـياحة وينتـج عنهـا الكثير من المشـكلات لدى المسـتهلكين لعـدم قراءتهم لجميع الشـروط كما اتفـق الجانبان على حل مشاكل المستهلكين بما يتفق مع الاتفاقيات الدولية والقوانين والأنظمة المعمول بها عالميا وداخليا فيما أبدى مسؤولو الطيران العماني ترحيبهم بتدريب موظفي الهيئة علـى آليات الحجـوزات ليكونوا علـى إدراك تام بجميع القضايا والمشاكل التي تخص هذا الجانب.

رئيس هيئة حماية المستهلك:

قرار تنظيم الاتجار بالأعشاب يهدف إلى حماية المستهلكين

مسقط – المستهلك

سعيا منها إلى إتمام أعمالها بكل وضوح وشفافية، والاصرار على حماية المستهلك في شتى المجالات ومن جميع الجوانب أصدرت الهيئة العامة لحماية المستهلك مؤخرا قرارا بشأن تنظيم التسويق والتوزيع والإعلان عن الأعشاب الطبيعية والمصنعة والمستخلصات النباتية والأجهزة الطبية. وفي تصريح خاص ل"المستهلك" قال رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك سعادة الدكتور سعيد بن خميس الكعبي: يأتي صدور قرار تنظيم تسويق وتوزيع والإعلان عن الأعشاب الطبيعية والمصنعة والمستخلصات النباتية ذات الادعاءات العلاجية والأجهزة الطبية بالتنسيق مع وزارة التجارة والصناعة ووزارة الصحة بعد التأكد من السلوك الخاطئ الذي كان يمارس من قبل الكثيرين من الذين يدعون العلاج لبعض الأمراض عن طريق نشر الإعلانات المظللة للمستهلك موضحا بأن بعض الأدوية كانت لها تأثيرات صحية سلبية تمتد إلى الأضرار بالحالة الصحية للمستهلك وربما تؤدي إلى الإصابة بأمراض مزمنة لدى البعض لاحتوائها على مضاعفات دوائية أو مواد كيميائية ضارة بصحة الإنسان تؤدي إلى مضاعفات خطيرة. وأضاف سعادته: بأن الكثير من الإعلانات التي تنشر لا تستند إلى جوانب طبية تؤكد المعالجة والشفاء من بعض الأمراض مؤكدا بأن المستهلك يجب أن يدرك بأن التداوي بأي دواء سواء أكان عشبيا أو طبيا لابد أن يكون عن طريق وصفة طبية معتمدة من قبل جهات الاختصاص وليس من خلال الإعلانات والدعاية التي يتم نشرها من قبل بعض محلات التداوي بالأعشاب منوها بأن القرار يأتي لتنظيم تسويق وتوزيع الأعشاب الطبيعية والمصنعة ذات الادعاءات الطبية لحماية المستهلك من مغبة الوقوع تحت تأثير الاستخدامات الضارة لهذه الأعشاب وهذا يؤكد على حماية المستهلك من الغش والاستغلال من قبل البعض لدواع تجارية فقط. وكانت الهيئة قد أصدرت قرارا بشأن تنظيم تسويق وتوزيع والإعلان عن الأعشاب الطبيعية والمصنعة والمستخلصات النباتية والأجهزة ذات الادعاءات الطبية حيث نص القرار الذي أصدره سعادة الدكتور رئيس الهيئة العامة لحماية المستهلك في مادته الأولى على أنه لا يجوز تسويق أو توزيع أو الإعلان عن أي أعشاب طبيعية أو مستخلصات نباتية ذات استخدامات تغذوية إلا بعد الحصول على موافقة من وزارة التجارة والصناعة ونصت المادة الثانية على أنه لا يجوز تسويق أو توزيع أو الإعلان عن أي أعشاب طبيعية أو مصنعة ذات استخدامات طبية على هيئة (حبوب، كبسولات، مراهم، سائل،مسحوق) أو بأي هيئة أخرى إلا بعد الحصول على موافقة من وزارة الصحة والمادة الثالثة نصت بأنه لا يجوز تسويق أو توزيع أو الإعلان عن أي أجهزة طبية إلا بعد الحصول على موافقة وزارة الصحة فيما قضت المادة الرابعة على معاقبة كل من يخالف أحكام هذا القرار وفقا لأحكام المادة (21) من قانون حماية المستهلك المشار إليه وجاء في المادة الخامسة أنه ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية ويعمل به بعد (30) ثلاثين يوما من تاريخ نشره. وتنص المادة 21 على أنه مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها أي قانون آخر يعاقب بغرامة لا تزيد عن 5000 ريال عماني كل من يخالف أحكام هذا القانون أو لوائحه التنفيذية وتضاعف الغرامة في حالة تكرار المخالفة ويجوز الحكم بغلق المحل التجاري ومصادرة السلع محل المخالفة وفي جميع الأحوال تحكم المحكمة بالتعويض عند الاقتضاء.

«حماية المستهلك»: تضبط 6614 مصنفا سمعيا ومرئيا وبرامج حاسب آلي مقلدة ومنسوخة

مسقط – المستهلك

نظم مؤخرا فريق التفتيش التابع لقسم المصنفات الفنية بدائرة المصنفات والوكالات التجارية بالهيئة العامة لحماية المستهلك في محافظة مسقط حملات تفتيشية متعددة على محلات بيع المصنفات الفنية والباعة المتجولة في الأسواق ممن يقومون ببيع المصنفات الفنية المقلدة والمنسوخة للتأكد من تطبيق تلك المحلات لقانون الملكية الفكرية وحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

وقال وليد بن علي الرواحي المكلف بتسيير أعمال مدير دائرة المصنفات والوكالات التجارية لقد بلغت عدد الحملات التي تمت خلال الفترة من يناير وحتى مارس 2012م (24) حملةحيث تم مخالفة عدد(21) محلاً إضافة إلى (14) منالباعة المتجولين وتم إتخاذ الإجراءات اللازمة تجاه المخالفين والمضبوطات المصادرة.

وأكد الرواحي إلى أن تلك الحملات أسفرت عن ضبط عدد(6614) مصنفا سمعيا ومرئيا وبرامج حاسب آلي مقلدة ومنسوخة مشيرا إلى ان



وليد الرواحي

حملات فريق التفتيش على المصنفات بمحافظة مسقط تأتي بالتزامن مع الحملات التي تقوم بها باقي الأقسام بمحافظات السلطنة لضبط مخالفي القوانين والقرارات المنظمة في هذا الشأن.



1500 ريال عماني غرامات على ثلاث محلات بالبريمي لبيعها الأعلاف بشكل مخالف للقانون

مسقط - المستهلك

تقوم الهيئة العامة لحماية المستهلك بجهود كبيرة في مختلف محافظات السلطنة للحد من التجاوزات التي تقوم بها بعض المحلات حيث أصدرت مؤخرا محكمة محافظة البريمي الابتدائية حكما قضائيا على ثلاث محلات لبيع الأعلاف الحيوانية بولاية البريمي لقيامها ببيع أكياس أعلاف حيوانية مدون عليها أوزان غير مطابقة لوزنها الحقيقي حيث حكمت بإدانة المتهمين من جنسيات مختلفة بالتهم المنسوبةإليهم بسبب مخالفة قانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 81 / 2002 بتغريم كل منهم 500 ريال عماني ومصادرة الأكياس في كل محل ليبلغ إجمالي الغرامات على الثلاث محلات 1500 ريال.

وقد بلغ عدد أكياس الأعلاف المحرزة في المحلات الثلاثة 169 كيسا حيث قامت إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي بضبط المحلات والتحرز على الأكياس المخالفة وإحالة المتهمين إلى الادعاء العام نتيجة للمعلومات التي تلقتها إدارة محافظة البريمي تفيد بهذه التجاوزات.الجدير بالذكر أن إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي قامت في الفترة الماضية بضبط كميات كبيرة من أكياس الأعلاف الحيوانية المخالفة لقانون حماية المستهلك وذلك بتدوين أوزان غير مطابقة للأوزان الحقيقية ويتم حاليا النظر في تلك الدعاوي من قبل المحاكم المختصة ولم يتم الحكم فيها حتى الآن.

وحكم بغرامة مالية لبيع منتج يحتوي على لحم خنزير

مسقط – المستهلك

أصدرت المحكمة الابتدائية بالبريمي بدائرتها الجزائية مؤخرا حكما بإدانة متهم من الجنسية البنجلاديشية بجنحة مخالفة قانون سلامة الغذاء الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 84/ 2008 وقضت بتغريمه خمسمائة ريال عماني وبمصادرة البضاعة المضبوطة.وتتلخص وقائع القضية عند استقبال البلاغ الوارد إلى إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي عن محل يبيع منتج شوربة من نوع (جنيسا – GINISIA) يحتوي على مكونات لحم الخنزير وفور تلقي البلاغ توجه مأمورو الضبط القضائي إلى موقع المحل للتأكد من صحة البلاغ ليتبين لهم فعلا وجود هذا النوع من المنتج وعرضه للبيع ليقوموا بدورهم بالتحرز على المنتج ومباشرة الإجراءات الأولية. وبعد التحري وجمع الاستدلالات وسؤال المتهم قامت إدارة حماية المستهلك بمحافظة البريمي بإحالة القضية إلى الادعاء العام مطالبة بإدانة المتهم لعرضه سلعة غذائية مخالفة للقوانين والأنظمة وتؤثرعلى سلامة المستهلك، كما تابعت القضية بعد إحالتها للإدعاء العام للتوصل إلى عقوبة رادعة. تهيب الهيئة العامة لحماية المستهلك جميع المزودين بمراعاة مصالح المستهلكين وحقوقهم المنصوص عليها في جميع القوانين.

الادعاء العام يأمر بتغريم مخالفين لقانون حماية المستهلك

مسقط - المستهلك

في إطار حرص الهيئة العامة لحماية المستهلك على سلامة وصحة المستهلكين أصدر الادعاء العام أربعة أوامر جزائية تقضي بفرض غرامات مالية مجموعها أربعمائة ريال عماني بحق أربعة متهمين، لمخالفتهم أحكام المادة (8) من قانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 81 /2002، لعدم التزامهم بوضع الأسعار على المعروضات الخاصة بالسلع،الجدير بالذكر أن المادة (8) من القانون تنص على ما يلي:(للمستهلك الحق في الحصول على المعلومات الصحيحة عن السلعة التي يشتريها أو يستخدمها أو الخدمة التي يتلقاها، وفي جميع الأحوال يجب أن تبين بشكل ظاهر على السلعة بالسعر وتاريخ الإنتاج، وتاريخ انتهاء الصلاحية وبلد الصنع والاستعمالات والخواص والمكونات الرئيسية للسلعة ودرجة الفعالية وتعليمات الاستخدام وخدمات ما بعد البيع، وذلك بحسب نوع وطبيعة كل سلعة) . وتهيب الهيئة بالتجار وأصحاب المنشآت التجارية التقيد بالقرارات والقوانين الصادرة من الهيئة العامة لحماية المستهلك.

والهيئة تضبط 517 سلعة مقلدة ومنتهية الصلاحية في مسندم

مسقط – المستهلك



قامت إدارة حماية المستهلك بمحافظة مسندم مؤخرا بتنظيم حملات تفتيشية شملت بعض أسواق الولايات بالمحافظة وخلال الحملات تم ضبط 517 سلعة مقلدة ومنتهية الصلاحية.

وأشار نجم بن عبدالله الشحي المكلف بتيسير أعمال مدير إدارة مسندم إلى أن الإدارة تقوم دائما بحملات تفتيشية مفاجئة في مختلف الأوقات للتأكد من التزام جميع المنشآت التجارية بالقوانين واللوائح الصادرة من قبل الهيئة مؤكدا بأنه تم سحب السلع المنتهية الصلاحية والمقلدة وجاري اتخاذ الإجراءات المناسبة حيال المخالفين.

للتلاعب بالأسعار

حكمين قضائيين لصالح حماية المستهلك بالداخلية

مسقط - المستهلك

أصدرت المحكمة الابتدائية ببهلاء بدائرتها الجزائية حكماً بإدانة متهم بسجنه ستة أشهر وتغريمه مائتي ريال عماني بجنحة التلاعب بالأسعار المعاقب عليها وفقاً للمادة 295 من قانون الجزاء العماني رقم 7/74 وجنحة مخالفة قانون حماية المستهلك ولائحته التنفيذية المعاقب عليها بالمادة 21 من القانون والمادتين 1 و2 من اللائحة.وتتلخص وقائع الدعوى في قيام موظفي الضبطية القضائية بإدارة حماية المستهلك بمحافظة الداخلية بتاريخ 10/ 29/ 2011 م بضبط عدد من السلع والمنتجات في أحد المراكز التجارية تختلف أسعارها بين ما هو موجود على السلعة وبين السعر الموجود لدى المحاسب مما يعد ذلك مخالفاً للقوانين واللوائح المعمول بها حيث أوجب قانون حماية المستهلك رقم81/ 2002 على المزود الالتزام بالسعر المعروض وعدم خداع أو محاولة خداع المستهلك بأية وسيلة كانت وبذلك تم إحالة الدعوى للإدعاء العام بهبلا الذي باشر إجراءات التحقيق واعترف المتهم بما نسب إليه، وعليه تم إحالته إلى المحكمة فصدر بحقه الحكم المذكور.

من جهة أخرى أصدرت المحكمة الابتدائية ببهلا بدائرتها الجزائية حكماً بإدانة متهم بجنحة مخالفة قانون حماية المستهلك ولائحته التنفيذية المعاقب عليها بالمادة21بدلالة المادة 8 من القانون والمادتين2/أ و3 من اللائحة وقضت بتغريمه مائة ريال عماني ومصادرة السلع المنتهية، وذلك لقيامه ببيع سلع منتهية الصلاحية، وكذلك لعرضه سلعا أخرى بدون كتابة السعر عليها.وتتلخص وقائع الدعوى في قيام موظفي الضبطية القضائية بإدارةحمايةالمستهلك بمحافظة الداخلية بتاريخ 11/ 5/ 2011م بضبط بعض السلع الموجودة بالمحل منتهية الصلاحية الأمر الذي يعرض صحة وسلامة المستهلكين للخطر وتحرير مخالفة بذلك كما تم مخالفة المحل لعرضه سلعاً بدون تسعير مما يعد ذلك مخالفاً لقانون حماية المستهلك رقم 81/2 002 ولائحته التنفيذية حيث تم إحالة الدعوى للإدعاء العام ببهلا والذي قام بدوره بإجراءات التحقيق واعترف صاحب المتجر بما نسب إليه وعليه تم إحالته إلى المحكمة فصدر بحقه الحكم المذكور.

أحكام قضائية لصالح الهيئة العامة لحماية المستهلك بإدانة متهمين وتغريمهم مالياً

مسقط - المستهلك

صدرت أحكام قضائية بمحافظة الداخلية بإدانة مؤسسات خاصة لمخالفتها القوانين والقرارات الخاصة بحماية المستهلك بأن حكمت بإدانة أربعة متهمين بجنح وبفرض عقوبات مالية مجموعها 350 ريالا عمانيا لمخالفتهم لأحكام قانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 81 /2002م، وذلك لعدم الالتزام بقواعد حرية الاختيار والمساواة والمعاملة العادلة والأمانة والمصداقية في تعاملهم مع المستهلك، ومخالفة القرار رقم 12 /2011م الصادر من الهيئة بحظر رفع أسعار السلع والخدمات، وذلك بسبب رفع سعر رأس الماشية بدون الرجوع إلى الهيئة، ولنص المادة (3) من الفقرة (ه) من اللائحة التنفيذية بالقرار الوزاري رقم 49 /2007م، وذلك لعدم إتمام الخدمة في الوقت المتفق عليه. وتهيب الهيئة بالتجار وأصحاب المنشآت التجارية التقيد بالقرارات والقوانين الصادرة من الهيئة العامة لحماية المستهلك.



حكم قضائي بالإدانة والغرامة 100 ريال

مسقط - المستهلك

في إطار الجهود التي تبذلها الهيئة العامة لحماية المستهلك من خلال العمل على تطبيق القوانين واللوائح المتعلقة بحماية المستهلك والمتابعة المستمرة لكل ما من شأنه أن يهدد صحة وسلامة المستهلك ويلحق الضرر به، أصدرت المحكمة الابتدائية بنزوى حكما قضائيا يقضي بإدانة المتهم وتغريمه مائة ريال عماني بسبب مخالفته قانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 81/ 2002، وذلك لأنه عمد إلى أن يخفي تاريخ انتهاء السلعة.وتتلخص وقائع الدعوى بتلقي إدارة حماية المستهلك بنزوى بتاريخ 10/8/ 2011 بلاغا يفيد بأن مركز ..... يقوم ببيع جبن وقد تم إخفاء التاريخ عن المستهلك عن طريق تغليف مجموعة من صناديق الجبن بقصد إخفاء التاريخ الأقرب إلى الانتهاء، فما كان من الهيئة إلا أن انتقلت إلى المكان في اليوم التالي وضبطت المنتج، وعند سؤال صاحب المركز أفاد بأن المزود الرئيسي هو من قام بهذا الفعل، وفي حين أن هذا الأخير اعترف بالفعل المنسوب إليه وتعهد بعدم تكرار المخالفة، إلا أن الهيئة قامت بإحالة القضية إلى الادعاء العام لتوقيع العقوبة الجزائية ضد المزود، الذي بدوره قام بإحالة القضية إلى المحكمة المختصة التي قضت بالحكم المذكور.

وتهيب الهيئة في هذا الصدد بالوقوف بالمرصاد لكل من تسول له نفسه الإضرار بصحة وسلامة المستهلك.

السجن ثلاثة أشهر وغرامة ألف ريال لمدير أقليمي بإحدى وكالات السيارات وتعويض المستهلك

مسقط - المستهلك

أصدرت المحكمة الابتدائية بعبري حكما قضائيا يقضي بإدانة المتهم مدير اقليمي لإحدى وكالات السيارات العاملة في السلطنة بجنحة الغش التجاري ومخالفة قانون حماية المستهلك بالسجن ثلاثة أشهر وتغريمه ألف ريال فيما قضت المحكمة عن المدعي بالحق المدني وهو المستهلك بالتعويض ألفين ريال وإعادة الحال إلى ما كان عليه قبل التعاقد. وتتلخص تفاصيل القضية عندما قام مواطن بشراء سيارة من المزود وهو إحدى شركات السيارات باعتبار أنها سليمة وخالية من أي عيب، ليكتشف بعد ذلك ظهور عدة عيوب في سيارته مما دعاه إلى اللجوء إلى الهيئة العامة لحماية المستهلك بإدارة عبري، وبدورها قامت الهيئة بإجراء اللازم لتكتشف أن السيارة كانت قد بيعت قبل ذلك على مستهلك سابق، وقد تم بحث الشكوى السابقة في الهيئة حين تقدم المستهلك إليها وتم إرجاع السيارة إلى الشركة لوجود عيوب في غطاء المحرك وعيوب في المصابيح وأخرى في ناقل الحركة وعيوب أخرى، لكن الشركة المذكورة قامت ببيع ذات السيارة بذات حالتها على مستهلك آخر الذي حكم له بالتعويض المذكور.

وفور تلقي الشكوى قامت الهيئة العامة لحماية المستهلك بمخاطبة الشركة لبحث الشكوى، ومخاطبة شرطة عمان السلطانية لفحص السيارة حتى تأكد مخالفة المتهم لقانون الجزاء العماني رقم 7/74 في مادته 294 التي تجرم الغش في المعاملات التجارية، وقانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 81/2002 في مواده 8 و 13 و 21 لعدم إعطاء المستهلك معلومات صحيحة عن السلعة وانتقاص من حقوقه، لتقوم بدورها بإحالة الشكوى إلى الادعاء العام الذي قام بدوره بإحالة الدعوى إلى المحكمة المختصة ليصدر الحكم بإدانة المتهم بالتهمة المذكورة.

وتناشد الهيئة العامة لحماية المستهلك جميع المزودين إلى الالتزام بواجباتهم تجاه المستهلك المنصوص عليها في القوانين والأنظمة والقرارات النافذة، وإلى عدم الانتقاص من حقوق المستهلكين وعدم تعريض صحتهم وسلامتهم وأموالهم للأضرار.

«هيئة حماية المستهلك» تصدر قرارا بحظر بعض منتجات الكحل والزعفران

مسقط - المستهلك

أصدرت الهيئة العامة لحماية المستهلك بتاريخ 31 يناير من العام الجاري قرارا رقم 65/ 2012 قضى في مادته الأولى حظر وتسويق وتوزيع بعض المنتجات لحين ثبوت مطابقتها للمواصفات القياسية العمانية الخليجية والحصول على ترخيص من وزارة التجارة والصناعه وتتمثل هذه المنتجات في منتج كحل باريد ماركة (كهوجاتي) ومنتج الزعفران ماركة (SPANISH SAFFRON SIERRA QUALITY)ومنتج الزعفران ماركة (TWO FLOWERS BRAND).

وأشارت الهيئة العامة لحماية المستهلك إلى أن الكحل المذكور تم حظره لاحتوائه على نسبة من الرصاص في حين أن المواصفات تنص على خلوها من هذه المادة الخطيرة طبقا للمواصفة المعتمدة من المديرية العامة المواصفات والمقاييس الخاصة بمستحضرات التجميل موضحة بأن نوعا من الزعفران ترتفع بهما نسبة الرماد الكلي عن الحد الأقصى المسموح به وهذا يؤدي إلى الأضرار بالمستهلك وتؤدي إلى خداعه وتضليله، وفور توافر المعلومات قامت الهيئة بالإجراءات اللازمة من جمع عينات ومخاطبة الجهات المعنية بالأمر، حتى ثبت مخالفة هذه المنتجات للمواصفات القياسية، الأمر الذي دعا إلى إصدار هذا القرار.



وتدعو الهيئة إلى عدم شراء هذه المنتجات تحديدا والتخلص منها في حال وجودها، وبشكل عام تنصح المستهلكين بضرورة التأكد من المنتجات قبل شرائها من حيث المعلومات الكافية عنها وبلد منشئها وتاريخ صلاحيتها، كما تحذر الموزعين والموردين من بيع مثل هذه المنتجات التي تضر بالمستهلك وتؤدي إلى خداعه، وإلى ضرورة سحبها فورا حتى لا يعرضوا أنفسهم إلى المساءلة القانونية. ونصت المادة الثانية من القرار على أن يعاقب كل من يخالف أحكام هذا القرار وفقا للمادة 21 من قانون حماية المستهلك وقضت المادة الثالثة العمل بهذا القرار بعد 30 يوما من تاريخ صدورة بهدف تصحيح أوضاع المزود لسحب منتجاته من السوق وعدم البيع بعد الفترة المحددة. ويأتي صدور هذا القرار استنادا إلى المرسوم السلطاني رقم 26/ 2011 بإنشاء الهيئة العامة لحماية المستهلك وإلى المرسوم السلطاني رقم 53/ 2011 بإصدار نظام الهيئة العامةلحماية المستهلك وإلى قانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني 81/ 2002 وإلى القرار رقم 49/ 2007 باصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك وإلى المواصفةرقم 1846 /2008 GSO الخاصة بمستحضرات التجميل الكحل (الأثمد) وإلى المواصفة رقم 36321 /2007 GSO ISO الخاصة بالزعفران الصادرتان من هيئة التقييس لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

حكم بالسجن لمدة شهر لأحد العمال الوافدين

مسقط - المستهلك

في إطار الجهود التي تقوم بها الهيئة العامة لحماية المستهلك للحد من ارتفاع الأسعار صدر مؤخرا حكما قضائيا ضد المتلاعبين بأسعار السلع والخدمات حيث قضت المحكمة الابتدائية بصلالة (الدائرة الجزائية) بإدانة أحد المتهمين من الجنسيات الوافدة لمخالفته للقرار الصادر من الهيئة العامة لحماية المستهلك الذي يقضي بتحديد أسعار بيع المواشي وأيضا لمخالفته القانون العمل حيث قضت المحكمةبسجن المتهم شهرا مع إبعاده عن السلطنة بعد انتهاء فترة عقوبته. وتعود تفاصيل القضية قيام مأموري الضبط القضائي في إدارة الهيئة العامة بمحافظة ظفار بضبط العامل الوافد (م ج) الذي يعمل في بيع المواشي حيث كان يقوم ببيع المواشي بسعر أعلى من السعر المحدد من قبل الهيئة وبعد التدقيق من صحة البيع بأسعار عالية من قبل مأموري الضبط القضائي اتخذت حيال المتهم الإجراءات القانونية اللازمة حيال ضبط المذكور ومخالفته وتم إحالة الموضوع إلى الادعاء العام الذي قام باتخاذ الإجراءات القانونية المتبعة وتم إحالة القضية فيما بعد إلى المحكمة التي قامت بإصدار الحكم في القضية.

و السجن شهرا والإبعاد من السلطنة لعامل وافد يبيع التبغ الممضوغ

مسقط - المستهلك

أحد الوافدين ببيع التبغ الممضوع الذي يشكل تناوله خطرا كبيرا على الصحة العامة خاصة على الأطفال وفور تلقي البلاغ قام مأمورو الضبط القضائي بإدارة حماية المستهلك بظفار بالانتقال إلى المكان المذكور وتم ضبطه بالجرم المشهود واتخذت حياله الإجراءات اللازمة بعدها تم إحالة المتهم إلى الادعاء العام لاستكمال إجراءات القضية، ومن ثم تم إحالته إلى المحكمة التي أصدرت حكمها القاضي بسجن المذكور شهرا وإبعاده عن السلطنة بهدف ردع كل من تسول له نفسه المخالفة والتلاعب بالقوانين.

غرامات مالية بحق مخالفين لقانون "حماية المستهلك" بمحافظة جنوب الشرقية

مسقط - المستهلك

أصدر الادعاء العام بمحافظة جنوب الشرقية مؤخرا أمرين جزائيين بقضيان بغرامات مالية بحق مخالفين لقانون حماية المستهلك الصادر بالمرسوم السلطاني رقم 81 / 2002 وذلك بعد أن قامت إدارة حماية المستهلك بصور بإحالتهم إلى الادعاء العام والمطالبة بتوقيع عقوبات عليهم. حيث ضبط مأمورو الضبط لدى حماية المستهلك المتهم واضعا تسعيرتين مختلفتين على نفس البضاعة من حيث النوع والحجم ليصدر الأمر بتغريمه مائة ريال عماني، في حين أن متهما آخر تم ضبطه من ذات المأمورين بالإدارة بسبب ملصق بقيمة الأسعار على السلع المعروضة في المحل التابع له ليصدر الأمر من الادعاء العام بتغريمه خمسين ريالا عمانيا.

الجدير بالذكر أن إدارة حماية المستهلك بمحافظة جنوب الشرقية قامت بإحالة العديد من المخالفين لقانون حماية المستهلك إلى الادعاء العام حيث أن مخالفاتهم لا تزال قيد الإجراء، وبذلك تهيب الهيئة العامة لحماية المستهلك بجميع المزودين التقيد بالتزامات المزود المنصوص عليها في القوانين واللوائح والقرارات المتعلقة بحماية المستهلك لكي لا يعرضوا أنفسهم للمساءلة القانونية.

والسجن ستة أشهر والغرامة 1000 ريال للتلاعب بالأسعار.. و500 ريال لعدم وضع السعر

مسقط – المستهلك

صدر مؤخرا حكم قضائي ابتدائي يقضي في منطوقه بإدانة متهم من الجنسية الهندية بجنحة التلاعب بالأسعار ومخالفته لقانون حماية المستهلك وقضى بسجنه ستة أشهر والغرامة 50 ريالا لمخالفته المادة (295) من قانون الجزاء العماني ووقف العقوبة الحبسية، وقضى بتغريمه أيضا ألف ريال بسبب مخالفته قانون حماية المستهلك حسب المادة (21) منه، كما قضت ذات المحكمة على نفس المتهم بتغريمه (500) ريال بسبب عدم وضع الأسعار على السلع بشكل واضح للمستهلك.

وتتلخص وقائع القضيتين بتلقي إدارة حماية المستهلك بمحافظة الظاهرة عدة شكاوى من المستهلكين بأن مخبزا يتلاعب بأسعار منتجاته بشكل مبالغ فيه مخالفا الأنظمة والقوانين المعمولة بها في البلد، وأنه يتعمد عدم وضع أسعار على منتجاته بقصد تغييرها من وقت إلى آخر بشكل مبالغ فيه وبالتالي الإضرار بمصالح المستهلكين، وفور تلقي هذه البلاغات تم إجراء اللازم حيث انتقل مأمورو الضبط القضائي لديها إلى محل المخالفة ليضبطوا الشخص المذكور متلبسا بالجرم، وبعد التحري وجمع الاستدلالات وسؤال المتهم قامت إدارة حماية المستهلك بمحافظة الظاهرة بإحالة المتهم إلى الادعاء العام مطالبة بإدانته بجنحة التلاعب بالأسعار وجنحة عدم وضع الأسعار على السلع بسبب مخالفته لقانون حماية المستهلك وقانون الجزاء العماني، كما تابعت القضيتين بعد إحالتها من الادعاء العام إلى أروقة المحكمة من أجل التوصل إلى عقوبة رادعة للمتهم ولغيره ممن لا يراعي مصالح المستهلكين.

كما أن الهيئة تهيب بجميع المزودين وتذكرهم بمصالح المستهلكين وحقوقهم المنصوص عليها في جميع الأنظمة والقوانين وأن عليهم مراعاتها.

للتلاعب بالوزن...حماية المستهلك تحرر مخالفات ل 7 محلات للخضار والفواكه



مسقط – المستهلك

قام فريق الضبطية القضائية بإدارة حماية المستهلك بمحافظة شمال الباطنة بتحرير مخالفات لعدد 7 محلات بعد القيام بحملات تفتيشية شملت محلات الخضروات والفواكه حيث تم ضبط تجاوزات في كميات الموز بين المكتوب والمحتوى حيث تبين أن البائعين قاموا بنقص داره من الكرتون الذي يحوي 6 أو 5 دارات فيقومون بتكوين صندوق إضافي من بين كل ثلاث أو أربع صناديق مستغلين عدم تدقيق المستهلكين في ذلك. وطالبت إدارة الهيئة المستهلكين بضرورة التأكد من الكمية المسجلة على البضاعة قبل شرائها والتعاون مع الهيئة بالإبلاغ عن أي تجاوزات.

يعود تاريخ بعضها إلى العام 1995

«وفي شمال الباطنة» تضبط كميات كبيرة من المواد الاستهلاكية منتهية الصلاحية:

مسقط - المستهلك

تمكن فريق التفتيش التابع لإدارة الهيئة العامة لحماية المستهلك لمحافظة شمال الباطنة مؤخرا من ضبط كميات كبيرة من المواد الغذائية والكماليات ومستحضرات التجميل والصابون والشامبوهات والحناء والكريمات من مختلف الأنواع والأحجام منتهية الصلاحية في بعضها منذ عام 1995م وهي معروضة للبيع في أحد مراكز التسوق بولاية شناص.

حيث قام فريق التفتيش بمصادرة تلك السلع التي بلغ حجمها حمولة شاحنة كبيرة من البضائع المعروضة في المحل وتم التنسيق مع بلدية شناص للتعاون في عملية النقل والإتلاف، وذلك في إطار التعاون القائم بين الجهتين ويأتي هذا الإجراء ضمن الحملة التفتيشية التي تقوم بها إدارة حماية المستهلك حاليا في أسواق ولايات محافظة شمال الباطنة.

وقال عبدالرحمن بن سالم القاسمي مدير إدارة حماية المستهلك بمحافظة شمال الباطنة بأن الحملة التي تقوم بها الإدارة في جميع أسواق ولايات شمال الباطنة مستمرة وحققت الكثير من أهدافها موضحا بأن هذه الضبطية تأتي في إطار الحملة التي بدأت منذ منتصف الشهر الماضي.

وحول ما تم ضبطه أشار القاسمي بأنه تم ضبط 40 صنفاً من المواد الغذائية من بينها معجنات ومخبوزات ومعلبات وحبوب ومشروبات غازية وعصائر يعود تاريخ إنتهاء بعضها إلى عام 2008م وهي لازالت معروضة للبيع في المحل و32 صنفاً من الكريمات



والمطهرات والصابون والشامبوهات ومعجون الأسنان يعود تاريخ انتهاء بعضها إلى عام 2007 كما تم ضبط كمية من الحناء يعود تاريخ انتهائهاإلى عام 1995م.

وطالب القاسمي المستهلكين بضرورة المساهمة في حماية أنفسهم والإبلاغ عن أية تجاوزات تضرهم كمستهلكين حيث أن الهيئة العامة لحماية المستهلك بكل فروعها على أتم الاستعداد لتلقي تلك البلاغات والتعامل معها وفق القانون مؤكدا أن الهيئة العامة لحماية المستهلك ماضية قدماً في سعيها للحد من انتهاك حقوق المستهلكين وسوف يتم اتخاذ الإجراءات القانونية حيال المخالفين للقانون.

وتطرق سامي بن حسن البلوشي المكلف بتسيير



عبد الرحمن القاسمي

أعمال رئيس قسم خدمات المستهلكين ومراقبة الأسواق بأن بعض السلع في هذا المحل كانت فاسدة بسبب سوء التخزين وبعضها كان غير معرب وليس به تاريخ انتهاء كما تم العثور على صفائح زيوت محركات تباع في المحل على الرغم من أنه مخصص لبيع المواد الغذائية والكماليات.

الجدير بالذكر أن إدارة حماية المستهلك بمحافظة شمال الباطنة ضبطت في الأيام القليلة الماضية محلا تجاريا مماثلا في ولاية صحار وهو يعرض بضائع منتهية الصلاحية.

وتأتي هذه الحملة ضمن الحملات التفتيشية التي تقوم بها إدارة حماية المستهلك حاليا في أسواق ولايات محافظة شمال الباطنة.

وتسحب كميات كبيرة من السلع المنتهية الصلاحية ومجموعة من مستحضرات التجميل بالداخلية

مسقط - المستهلك

في إطـار المتابعـة الدورية المسـتمرة للهيئة العامة لحمايـة المسـتهلك للأسـواق والمراكـز التجاريـة بمحافظتـي الداخليـة والوسـطى تـم مؤخـرا تنفيذ خطة عمل ميدانية بتشـكيل ثلاث فرق عمل متزامنة لمتابعة أسـواق ولايات محافظتي الداخلية والوسطى للتأكد من توافر السـلع والخدمات ومراقبة اسـتقرار الأسـعار بشكل عام ورصد أية مخالفات لقانون حماية المستهلك.

حيـث قامت فـرق العمـل التابعـة لدائـرة حماية المسـتهلك بمحافظـة الداخليـة بتحريـر مخالفات لبعـض المحـلات لعـدم وضع أسـعار على السـلع والخدمـات المقدمـة للمسـتهلك كما قامـت برصد بعض التجاوزات في الأسـعار لبعض السـلع وجاري اتخـاذ مـا يلزم مـن إجراءات بشـأنها، وقـد نتج عن الحملة أيضا سحب كميات كبيرة من السلع المنتهية الصلاحية من المشـروبات الغازيـة والمياه الطبيعية المعبأة والمواد الغذائية المتنوعة المعروضة للبيع في بعـض المطاعم والمقاهي، وكميـات أخرى من التبغ الممضوغ غير المدخن وبعض أنواع السجائر المدخن الممنوع تداولها لعدم مطابقتها للمواصفة القياسـية الخاصة بالسـجائر وهي منتجات (مهر وتريديشـنال) لاحتوائها على نسـب عالية من المكونات الضارة كما تم سحب مجموعة من مستحضرات التجميل والعناية بالبشـرة في بعض محلات تصفيف الشعر والتجميل بالمحافظتيـن (محلات الحلاقة) وهي سـلع منتهية الصلاحيـة مضى علـى انتهـاء بعضها مـدة طويلة، والتـي كان ينبغي من قبل المحلات عدم اسـتخدامها فـي محـلات الحلاقة ورفعهـا من أرفـف العرض في المحلات فور انتهاء المدة المحددة لتواريخ الصلاحية والاستخدام وقامت الإدارة باتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة حيال المخالفين.

وتحرص الهيئة العامة لحماية المستهلك في الحفاظ على صحة وسلامة المسـتهلكين حسبما نصت عليه المادة التاسـعة من قانون حماية المسـتهلك الصادر بالمرسـوم السـلطاني السـامي رقـم 81/ 2002م والتـي تنص على أن (للمسـتهلك الحـق في كل ما يضمن له صحته وسـلامته عند تزويده بأية سـلعة أو خدمة وعـدم إلحاق الضرر به عند اسـتعماله العادي لهذه السلعة أو الخدمة) مطالبة المستهلكين ضرورة التحقق من البيانـات الإيضاحيـة وتواريخ الصلاحية عند شـراء السلع الاسـتهلاكية ومستحضرات العناية بالبشرة والإبلاغ عن أية ملاحظات في هذا الشأن.





«وبشمال الشرقية» تحيل جزارا إلى الادعاء العام

مسقط - المستهلك

تمكنـت إدارة حمايـة المسـتهلك بمحافظة شـمال الشـرقية من ضبط شخص من الجنسية الباكستانية يعمل جـزارا في إحدى الملاحم بولاية إبراء حاول ذبح ثـور ميت في أحد الأماكن المخصصـة للذبح بالولاية حيـث قامـت بإحالته إلـى الادعـاء العـام للمطالبة بتنسـيب تهمة محاولة خداع المسـتهلك المنصوص عليها في المادة الثانية مـن اللائحة التنفيذية لقانون حماية المسـتهلك الصادرة بالقرار الوزاري رقم 49/ 2007، في حيـن أن هذا الفعل يعتبر محاولة للتعدي على حقوق المستهلك فيما يضمن له صحته وسلامته عند تزويده بأي سـلعة وذلك حسـب المادة (9) من قانون حماية المستهلك رقم 81/ 2002.

وتخلـص الوقـائـع عندمـا تلقـت إدارة حمايـة المسـتهلك بلاغا من أحـد المـواطنيـن يفيد أن شـخصا باكسـتانيا أحضر ثورا ميتا إلى مكان الذبح وأخذ يقنع مسـؤول الـذبح في المـكان ليـقوم بذبحه، الأمر الـذي دعا مأمـورو الضـبط القضائي لـدى الهيئة بالانتقـال إلى موقـع الحادثـة للمعاينة وضبط المخـالف وبعد سـؤاله أنكر أنه قام بتهديد عامـل الذبـح واجبـاره علـى الذبـح وأن الثـور كان بحـالـة جيـدة لكنه اعترف بأن الثـور قد مات في الموقع وقـام بسـحبه إلى حاوي القمامة في ذات الموقـع بخلاف أقوال عامل الذبـح والمواطنين الموجودين آنذاك الذين أكدوا عكـس ذلك، ليقوم مأمورو الضبط بالإجـراءات القانونية تجـاهه ومن ثم إحـالته إلى الادعاء الـعام.



«عامٌ على الهيئة»



كان صديقـي العربـي المقيـم على أرض السـلطنة مبهوراً وهو يروي لي قصته مـع الهيئة العامة لحماية المسـتهلك عندما اتصل بمركز الاتصالات التابع لهم لتقديم شكوى ضد أحد محلات بيع الأدوات الإلكترونية الـذي باعه جهازاً معيناً على أنـه منتج أصلي ثم تبين العكس بعد أن قام بمعاينته حال وصوله إلى منزله.

سـر سـعادة صديقـي تكمن فـي مـدى التجاوب (المدهـش) - علـى حـد تعبيره- من قبـل موظفي الهيئـة، حيث لم تمض سـوى سـويعات قليلة حتى تـم الاتصال به لاسـتبدال الجهاز، مـع تقديم عبارات الاعتذار المهذبة عما حدث.

ويكمل صديقي: «كنت أعتقد أن اتصالي سـيكون أمراً شـكلياً لا جدوى منه، ولكنـي رغبت في التجربة انسياقاً وراء الدعوات المتكررة التي تنادي بها الهيئة مـن خلال حملاتها الإعلامية، وكم كنت سـعيداً عندما وجدت تجاوبهم على مستوى الحدث».

مـا حـكاه صديقي أعادني عامـاً كاملاً إلـى الوراء، وتحديداً بعد صدور المرسـوم السامي بإنشاء الهيئة، حيـث كتبت وقتها مقالاً في إحـدى الصحف المحلية حول الأهداف التي ستسعى هذه الهيئة إلى تحقيقها، وآليـة عملهـا. وأذكر أننـي كنت وقتها مشـفقاً على المسؤولين في الهيئة، ليس تقليلاً من كفاءتهم، ولكن لأن حجم التحديات كان كبيـراً، والرؤية غير واضحة، وهيكلية المؤسسـة لم تتضح بعد، وكل ذلك في ظل ثقافـة مجتمعية استهلاكية(سـلبية) بحاجة إلى كثير من الجهد للحد منها.

كمـا أذكـر أننـي قمـت حينهـا بتقديم عـدد من المقترحـات لعل من بينها تدشـين موقـع إلكتروني للهيئة، وعمـل برنامج إعلامي متكامل يشـتمل على ندوات متنقلة، وموضوعات صحفية مسجلة، وحوارات تليفزيونية وإذاعية، للتوعية ونشـر ثقافة الاسـتهلاك الصحيحـة، ونـاديـت بأهميـة وجود مراكـز اتصالات لتلقـي شـكاوى المسـتهلكين المتعلقـة بالاحتيال والغـش والتلاعـب في السـلع أو الخدمـات، وعمل مسـح يومي لأسـعار المنتجات المختلفـة من خلال موقع الهيئة الإلكترونـي، وكذلك التعاون مع الهيئات واللجان الدولية ذات العلاقة بحماية المستهلك، وذلك للوقوف على الأنشـطة والبرامج التـي تقوم بها تلك الهيئات واللجـان، ومعرفة الجديد الـذي تقوم به في مجال حماية المستهلك.

وأسـتطيع أن أقـول الآن إن مسـؤولي الهيئـة قد كسـبوا جزءاً كبيراً من ذلك التحدي الذي وضعوا في مواجهته، فبالرغم مـن كل تلك الظروف والمعوقات، وبرغـم قصر المـدة الزمنية وحداثة الإنشـاء، إلا أننا نسـتطيع أن نلمس وجود أرضية قويـة قامت الهيئة بتأسيسـها خلال الفتـرة الوجيزة الماضيـة، فقد تم افتتاح تسـعة فـروع للهيئة في محافظات السـلطنة المختلفـة، وتم كذلك إطلاق مركـز اتصالات متكامل لخدمـة المسـتهلكين، وتدشـين الموقـع الرسـمي للهيئة، والبدء في المراقبة الإلكترونية لأسعار السلع. وأصبحت الملصقات التثقيفية تتصدر واجهة المحلات والأسـواق والمجمعات التجاريـة ، وبدأنا نتابع برامج إعلامية مختلفة تتناول أعمـال الهيئة وأبرز جهودها، وتجيب على أسئلة مختلفة تتعلق بحماية المستهلك، وأصبحـت الهيئـة كذلك في دائـرة ضـوء اللقاءات والاحتفـالات والبرامـج الإقليمية والدوليـة المتعلقة بحماية المستهلك.

ولأن المؤسسة الناجحة هي التي تستطيع أن تفرض اسمها وانجازاتها على المجتمع بحيث يصبح الحديث الشـاغل للكثيرين، فقد نجحت الهيئـة في هذا الأمر بامتياز، فلا يكاد يمر يوم دون أن ترى موضوعا إعلامياً يتنـاول إنجازاً قامـت به، أو تقرأ كلمات شـكر توجه إليهـا عبر المواقع الإلكترونية المختلفة، أو تطالع في وسـائل الإعلام المحلية المختلفة أخبـاراً متوالية عن قضايا كسبتها.

وقـد يقول قائل: ولكننا مازلنا نشـعر بغلاء عدد من السـلع، وعدم توافر سـلع أخـرى، ومـازال الاحتكار موجوداً لـدى بعض التجـار والمؤسسـات الكبيرة، ومازالت الشـكاوى المجتمعية تتوالى صباح كل يوم ومسـاءه. كل ذلك صحيح وموجود ونشعر به جميعاً، ولكـن علينـا أن نـدرك أن الهيئـة لوحدهـا لا تملك العصا السـحرية لحل جميـع الإشـكاليات المتعلقة بهذه القضايا، فهناك عشـرات الألـوف من المحلات والمؤسسـات التجاريـة المختلفة، ولا يمكـن للهيئة أن تخصـص رقيبـاً علـى كل محـل، كمـا أن هناك ثقافة اسـتهلاكية سـلبية مازالت منتشرة في أوساط المجتمع، متخذة أشكالاً مختلفة، ليس أقلها المظاهر الدخيلـة في مجالات اللبـس ونوعيات الأكل وغيرها، ولا عدم المبـالاة عند التعامل مع شـراء منتج معين، ولا عدم الدخول في نقاشات مع مقدمي بعض السلع عند الشـعور بوجود تلاعب ما، ولا الرغبة في الاهتمام بكثير مـن الكماليات التـي لا يتناسـب امتلاكها مع متوسط الدخل الخاص بالفرد منا، كما أن البعض قد (يتكاسـل) أحياناً عن التواصل مـع المعنيين بالهيئة حيـال وجود ملاحظـات معينـة من بـاب أن الأمر لا يستدعي كل ذلك العناء.

إضافـة إلى أن حماية المسـتهلك هو عمل جماعي لا تسـتطيع جهة (لوحدها) مهمـا أوتيت من إمكانات أن تقوم بـه، ويفترض أن يكون دور الهيئة تنسـيقي في ظل تعاون كافة شـرائح المجتمع ومؤسسـاته في نشـر الثقافة الاسـتهلاكية الإيجابية، وذلك من خلال وسـائل كثيـرة كتضمينها فـي المناهج المدرسـية، وغرسـها في نفـوس النـشء منذ الصغـر من خلال الأنشـطة المدرسـية المتنوعـة، وإيجـاد مسـاحات إعلامية كافية للقيام بالتوعية الاسـتهلاكية، والسماح بوجود جمعيات حماية مستهلك أهلية تقوم بأدوارها التوعويـة جنبـاً إلى جنب مع الهيئـة، من منطلق أن المواطـن هو المسـتهدف من هـذه الخدمات، وهو المقصود بعملية نشـر الثقافة الاستهلاكية الإيجابية، ومن مبدأ أن (المستهلك الواعي هو خط الدفاع الأول في مسألة حماية المستهلك).

لا أريـد من خلال مقالـي هذا أن أسـوق المبررات تجـاه أية ملاحظات قـد تتعلق بعمـل الهيئة، ولكني على يقين بأن عملها سـيكون قاصراً ما لم يكن هناك مساندة مجتمعية حقيقية، لذا فيجب أن يكون شعارنا هو (كلنا هيئة)، فجهـدي وجهدك وجهد الآخرين في هذا المجال مطلوب، فنحن بحاجة إلى تقييم التجربة، والوقـوف علـى الإنجـازات المتحققة، واسـتخلاص الرؤى والملاحظات والاقتراحات المختلفة، وتقديمها إلـى المعنيين في الهيئة للاسـتفادة منهـا في وضع الخطط المسـتقبلية، ومتى ما أحـس الطرف الآخر بوجـود رغبة مجتمعية صادقة في وضع حد لمحاولات الغـش والتلاعـب والاحتكار فإنه بلا شـك سـيحاول مراجعـة حسـاباته. وفي ظـل الحديث عن عشـرات الجمعيات والمجموعات والفرق المجتمعية التطوعية التي نسمع عن إنشاءها في كافة المجالات، فسيكون أمراً مهماً أن يتعلق عمل بعض هذه الجمعيات الأهلية بمجـال حماية المسـتهلك ونشـر ثقافة الاسـتهلاك الصحيحة.

أختـم مقالي بهذه المعلومة التـي وردت في إحدى حلقات برنامج «رؤية اقتصادية» الذي يقدمه تليفزيون سلطنة عمان، وقامت جريدة «الرؤية» بنشرها، والتي تقول»إن جهود الهيئة في تحديد أسعار السلع قد قلل من الضغوط التضخمية، وسـاهم فـي إبقاء التضخم عند مسـتواه السابق، أي عند مستوى 4% وهو الحد المستهدف خلال سنوات الخطة الخمسية الحالية».

د.محمد بن حمد العريمي
Mh.oraimi@hotmail.com
عن جريدة الرؤية

حوار

مدير دائرة الشكاوي بالهيئة العامة لحماية المستهلك

خالد العامري: المستهلك يجب أن يكون خط الدفاع الأول لحماية حقوقه

أغلب الشكاوي تتركز حول وكالات السيارات والإطارات بالمرتبة الأولى ومن ثم ورش إصلاح المركبات، والأجهزة الكهربائية والهواتف، ومقاولات البناء، والمطابخ وورش الألمنيوم والمناجر

المستهلك – عبدالوهاب بن علي المجيني - تصوير– إسماعيل الفارسي

في إطار الجهود الملموسة التي تقوم بها الهيئة العامة لحماية المستهلك في مجال الشكاوي والبلاغات تلقت الهيئة ما مجموعه 14911 شكوى وبلاغا في جميع المقار التابعه للهيئة بالمحافظات في الفترة من 1 يناير وحتى 30 ابريل من العام الجاري وهذا يؤكد على الارتفاع الملحوظ في عدد تلقي الشكاوي حيث تعد محافظة مسقط الأكبر في عدد تلقي الشكاوي فقد بلغ عددها 7909 شكاوى وبلاغ فيما جاءت محافظة مسندم الأقل في ذلك باجمالي 50 شكوى وبلاغا.

وتعد دائرة الشكاوى هي الأبرز بين جميع الدوائر والأقسام فهي تقوم بتوفير الحماية للمستهلكين من الممارسات غير المشروعة والتي يتعرضون إليها من قبل التجار وتقوم باتخاذ الإجراءات التي من شأنها تسوية الشكاوي، وذلك بعد تلقيها الشكاوي من قبل المستهلكين. دائرة الشكاوي إحدى دوائر الهيئة العامة لحماية المستهلك، فقد حرص المسؤولون بالهيئة على إنشاء دائرة خاصة تعنى بتلقي ومراجعة وحل شكاوي المستهلكن معتمدة في ذلك على أربع آليات مختلفة تسهل الوصول إلى المسؤولين هناك مستخدمة في ذلك التكنولوجيا الحديثة.

كما حرصت الهيئة بمقرها الرئيسي بمحافظة مسقط على تجهيز صالة خاصة لخدمات المراجعين لتلقي الشكاوي توجد بالدور الأرضي لمبنى الهيئة ولها مدخل خاص يعمل بها عشرون موظفا لتلقي الشكاوي، كما يوجد بالدور الأول لمبنى الهيئة أربع قاعات لبحث وتسوية الشكاوي ملحقة بقاعة للانتظار، كما روعيت بإدارات حماية المستهلك بالمحافظات تهيئة أماكن خاصة لتلقي وبحث الشكاوي.

هذا ما حدثنا به مدير دائرة الشكاوي بالهيئة العامة لحماية المستهلك خالد بن محمد العامري، والذي أوضح الدور المنطوي على هذه الدائرة المهمة، وعن عدد الشكاوي التي تلقتها الدائرة بمختلف الوسائل المتوفرة وعن أبرز التطورات التي سوف تشهدها الدائرة خلال المستقبل القريب... المزيد في الحوار التالي:

14911

شكوى وبلاغ تم استلامها في جميع مقار الهيئة العامة لحماية المستهلك وذلك من 1 يناير حتى 30 ابريل من العام الحالي

حدثنا عن دائرة الشكاوي وما هو الدور المنطوي عليها؟

دائرة الشـكاوي توفر الحماية القانونية للمسـتهلكين من الممارسات غير المشروعة التي يتعرضون لها من قبل التجار في حال شـرائهم للسلع أو حصولهم على الخدمـات، وذلك من خلال تلقيها مختلف الشـكاوي من قبل المسـتهلكين ومن ثم اتخاذها للإجراءات التي من شـأنها تسوية الشـكاوي خلال فترة زمنية وجيزة من خـلال قانون حماية المسـتهلك ولائحته التنفيذية والقوانين ذات الصلة، ومن جانب آخر ترصد الشكاوي المتكررة وتسعى من خلال التقسيمات الإدارية الأخرى بالهيئـة لوضعها محل الدراسـات والبحـوث لمعرفة أسـبابها والعمل على إيجاد الطرق الوقائية والعلاجية لتداركها والحـد منها، ومن جانب آخـر تفعيل مفهوم ضبط الجودة للسـلع والخدمات الذي من شأنه تقليل عدد الشكاوي، وإجراء زيارات ميدانية للسوق للتثبت من توافر المواصفات والمقاييس المعتمدة والمتعلقة بالسلع والخدمات لما يضمن للمستهلكين استخدامها الاسـتخدام الأمثـل دون الإنقاص مـن حقوقهم، ومن أهم الأولويات التـي تركز عليها الدائرة تطوير وإعداد كوادرها البشـرية، وذلك من خـلال إخضاعهم لخطط التدريـب والتأهيـل المتخصصـة بالمجـالات الفنية والقانونية المرتبطة بالعمل وتنظيم زيارات استطلاعية لهيئات وأجهزة حماية المسـتهلك بالـدول المتقدمة للاسـتفادة من خبراتهم، كما تقوم الدائرة بالتنسـيق مـع بعض الوحدات الحكومية منها على سـبيل الذكر وزارة التجـارة والصناعـة بغرض الحصـول على كل ما هو جديـد من المواصفـات والمقاييـس المتعلقة بالسـلع والخدمات، وشرطة عمان السلطانية لتحويل المركبات محل الشكوى لإعداد تقارير فحص فنية عن العيـوب الفنية متى ما وجدت بها، وهنا باسـم الهيئة العامـة لحماية المسـتهلك نوجه شـكرنا العميم لكل الوحـدات الحكومية التي تسـاهم في إنجـاح الغايات المنشودة من إنشـاء الهيئة لما يحقق ويضمن حماية المستهلكين وحفظ حقوقهم.

ماذا عن عدد الشكاوي التي تم استلامها إلى الآن؟

هنـاك الكثير مـن الشـكاوي التي تم اسـتلامها وتم العمل على حلها فقد تم اسـتلام 1543 شـكوى باليد في جميع مقـار الهيئة وأيضا تم اسـتلام 7616 بلاغاً من المسـتهلين، وذلك خلال الفترة من 1 يناير 2012 وحتى 31 مارس 2012م.

كما تم اسـتلام العديد من الشكاوي باليد بمحافظة مسـقط خلال الفتـرة من 1 ينايـر 2012م وحتى 31 مـارس 2012م ففي شـهر يناير الماضي تم اسـتلام 77 شـكوى على وكالات السـيارات والإيطارات و37 شـكوى على ورش إصلاح المركبات و 8 شكاوي على الأجهزة الكهربائية و 19 شـكوى حـول الهواتف و15 حول مقاولات البناء و5 شـكاوي حول المطابخ و 39 شكوى أخرى.

أما في شـهر فبراير فقد تم استلام 80 شكوى على وكالات السـيارات والإيطارات و30 شكوى على ورش إصلاح المركبات و 20 شكوى على الأجهزة الكهربائية و 23 شـكوى حول الهواتف و 14 حول مقاولات البناء و 7 شـكاوي حول المطابخ وشـكوى واحدة على ورش الألمنيوم و 42 شكوى أخرى.

أما في شهر مارس فقد ارتفعت نسبة أعداد الشكاوي على وكالات السيارات والإطارات فقد تم استلام 107 شكوى عليها وتم استلام 46 شكوى على ورش اصلاح المركبات و19 شكوى على الأجهزة الكهربائية وأيضا ارتفعت الشـكاوي على الهواتف بشـكل ملحوظ فقد تم استلام 40 شـكوى حول الهواتف في شهر مارس وأيضـا الشـكاوي المتعلقـة بالمقـاولات والبناء فقد ارتفعت إلى 25 شـكوى، أما الشاكوي حول المطابخ فقد تم اسـتلام شـكوى واحدة فقط وشـكوتين على ورش الألمنيوم وتم استلام 73 شكوى أخرى.

أي أن هناك ارتفاعا ملحوظا في عدد تلقي الشكاوي فقد تم اسـتلام 200 شكوى في شهر يناير و 217 في شهر فبراير أما في شـهر مارس فقط تم استلام 313 شكوى.

ما هي الآليات المتبعة في استلام الشكاوي؟ وكيف يتم التصرف معها؟

توجـد أربع آليـات لتقديم واسـتلام الشـكاوي أولها الحضـور لدائـرة الشـكاوي بمقـر الهيئـة بمحافظة مسـقط أو إدارات حماية المستهلك بالمحافظات من قبل المشـتكي شـخصيا أو من يمثله بصفة رسـمية للتقدم بالشكوى أما الآلية الثانية فهي من خلال إرسال الشكوى عن طريق الفاكس وأيضا يمكن تقديم شكوى مـن خلال الاتصال بمركز الاتصالات التابع للهيئة على الأرقـام (80079009 – 80077997) والإبـلاغ عـن الشـكوى. أما الآليـة الرابعة وحرصاً مـن الهيئة على مواكبة العصر الحديـث والتكنولوجيا الحديثة فقد تم توفير هذه الآلية وهي إرسال الشكوى عن طريق وصلة بالموقع الإلكتروني للهيئة وهو «www.pacp.gov.om»

وفي حالة الحضور الشخصي للمشتكي أو من يمثله لمقـر الهيئـة أو لإحـدى إداراتها بالمحافظـات يقوم بملء اسـتمارة تقديم شكوى يسجل بها اسم المنشأة التجارية المشـتكى عليهـا وفحوى الشـكوى وتاريخ تقديمها ومن ثم يؤكد على بياناته الشخصية منها الاسم ورقم الهاتف مع نسخة من بطاقته الشخصية أو نسخة من بطاقة المقيم لغير العمانيين، بعد ذلك يوجه خطابا رسميا من الدائرة للمنشأة التجارية المشتكى عليها به ملخص عن فحوى الشـكوى وموعد لحضور الطرفين لتسـويتها، وقبـل الموعد يقـوم المختصـون بالهيئة بدراسـة موضوع الشـكوى من الناحيتيـن القانونية والفنية للعمل على إيجاد أنجع الحلول لتسويتها،وفي بعض الشـكاوي يتطلب الأمر إجراء زيـارات ميدانية لمحـل الشـكوى لكتابة تقارير فنية من شـأنها إثبات حق المشـتكي لمواجهـة الطرف الآخر، أما بالنسـبة للشـكاوي التي تقترن بها أفعال يعاقب عليها بموجب قانون حماية المستهلك أو قانون الجزاء العماني أوأي قوانين آخرى فيتم إحالتها ومتابعتها لدى الإدعاء العام ومن ثم للقضاء متى ما تطلب ذلك.

بعض المستهلكين يواجهون صعوبات في التبليغ عن الشكاوي ماذا عن التسهيلات التي توفرونها لهم؟

من ضمن التسهيلات التي تم توفيرها للمستهلكين للتبليغ عن شكاويهم الآليات الأربع التي سبق ذكرها، كما حرصت الهيئة بمقرها الرئيسي بمحافظة مسقط على تجهيـز صالة خاصة لخدمـات المراجعين لتلقي الشكاوي توجد بالدور الأرضي لمبنى الهيئة ولها مدخل خاص يعمل بها عشـرون موظفا لتلقي الشكاوي، كما يوجـد بالـدور الاول لمبنى الهيئة اربـع قاعات لبحث وتسـوية الشـكاوي ملحقة بهـا قاعة للإنتظـار، كما روعيت بإدارات حماية المسـتهلك بالمحافظات تهيئة أماكن خاصة لتلقي وبحث الشكاوي.

ماذا عن التطورات التي سوف يتم إضافتها في المستقبل للدائرة؟

تسـعى الهيئة العامة لحماية المستهلك للعمل على استخدام أحدث التقنيات الإلكترونية لتبسيط وتسهيل الإجراءات لما له من المردودية الإيجابية لتقديم خدمات أفضل للمستهلكين، وبالنسبة لدائرة الشكاوي جاري العمل بالتنسـيق مع دائرة تقنيـة المعلومات بالهيئة على إعداد منظومة إلكترونية متكاملة لإدارة الشكاوي يسهل من خلالها استرجاع ملف الشكوى بكل سهولة ويسـر ويسهل متابعة الإجراءات المتعلقة بكل شكوى وانتقال ملف الشـكوى بكل سلاسـة بيـن الموظفين المختصيـن، كما يسـهل من خـلال هـذه المنظومة الإلكترونية إعـداد قاعدة بيانـات إحصائية حول عدد وأنواع الشكاوي توفر مؤشرات حقيقية حول الشكاوي المتكررة يسهل من خلال رصدها وإخضاعها للدراسات والبحوث لوضع آليات وطرق لتداركها والحد منها.

حول ماذا تتركز أغلب الشكاوي؟

أغلب الشكاوي تتركز حول وكالات السيارات والإطارات بالمرتبة الأولى ومن ثم ورش إصلاح المركبات، الأجهزة الكهربائية والهواتـف، مقاولات البناء، المطابخ وورش الألمنيوم والمناجر.

عدد المستهلكين في زيادة مستمرة ماذا عن استعداداتكم للأعوام القادمة؟

المسـتهلك يجـب أن يكون خط الدفـاع الأول لحماية حقوقـه وذلك من خلال زيادة ثقافتـه القانونية وزيادة وعيه والحرص على أخذ كافة الضمانات قبل الشـروع في شراء السلع أو الحصول على الخدمات وعمله على دراسـة العقود المدنية وشروطها قبل التعاقد مع الغير حفاظـا وظمانـا لحقوقه، فمتى ما تحقق ذلك سـيقل بشكل ملحوظ عدد الشكاوي، ومن جانب آخر ستعمل الدائرة بالتنسـيق مـع إداراتها العليا علـى زيادة عدد موظفيهـا ولن ينصب الاهتمام على الكم بقدر الكيف، وذلـك من خـلال تدريب وتطويـر كوادرها البشـرية لرفـع مسـتويات أدائهم بمـا يخدم مصالـح وحقوق المستهلكين، ومثلما أكدنا عليه سابقا من خلال توفير منظومة إلكترونية لإدارة الشـكاوي ستتمكن الدائرة من أداء مهامها في زمن قياسي مع الحفاظ على جودة العمـل، وإن أكثر الآمال التي تصبو إليها الهيئة العامة لحماية المسـتهلك العمـل على صدور قانـون جديد متكامل وعصري في مجال حماية المستهلك يتماشى مع أفضل ما وصلـت إليه المعايير التي اعتمدتها دول العالـم في كافـة المجالات المتعلقة بـه، حيث أن هذا القانون سـيكون بمثابة مظلة توفر المزيد من الحماية للمستهلكين للحفاظ على حقوقهم ويتضمن عقوبات رادعه لمخالفيه.

تحدثتم عن حماية المستهلك لنفسه كيف يمكن تحقيق ذلك؟

من خـلال تسـلح المسـتهلك بالمزيد مـن الثقافة القانونيـة وبالأخـص الاطـلاع علـى قانـون حمايـة المسـتهلك ولائحتـه التنفيذية، وعـدم الانجراف وراء الإعلانات المضللة، والحـرص على معرفة المعلومات الصحيحة عن السـلع والخدمات قبل الحصول عليها، وعدم الاكتفاء بالوعود الشـفهية من قبـل التجار قبل الحصول على السلع والخدمات، وإنما طلب ضمانات كتابيـة موثقـة، والحرص علـى طلب فاتورة الشـراء الأصلية والاحتفـاظ بها، والابتعاد عن شـراء السـلع المقلدة حيث إنها بكثير من الأحيان لها تبعات سـلبية على صحة وسـلامة المسـتهلك والمجتمع، والحرص حول عـدم الشـراء من الباعـة المتجولين حيث أنه يصعـب ملاحقتهم ويقومون ببيع سـلع غيـر مطابقة للمواصفـات والمقاييس ويروجـون في بعض الأحيان لخدمات وهمية.

ماذا عن دور الهيئة في توعية المستهلك؟

أعدت الهيئة العامة لحماية المسـتهلك خطة توعية إعلامية متكاملة لبث المزيد من الوعي للمسـتهلكين من شـأنها أن توفر المزيد من الحماية لهم، وذلك عبر موقعها بالإنترنت www.pacp.gov.omوبرامج توعوية بالقنوات الإذاعية والتليفزيونية المحلية، وتم تخصيص صفحة أسبوعية للمستهلك بجميع الصحف المحلية، وإصدار مجلـة دورية خاصة بالمسـتهلك تعرض أهم القضايا التي تهم المسـتهلك علـى الأصعدة المحلية والإقليميـة والدولية، وإعداد ونشـر ملصقات توعوية تؤكد على حقوق المستهلك يتم إلصاقها بأماكن بارزة بجميع المنشآت التجارية.



العمل جار بالتنسيق مع دائرة تقنية المعلومات بالهيئة على إعداد منظومة إلكترونية متكاملة لإدارة الشكاوي يسهل من خلالها استرجاع ملف الشكوى بكل سهولة ويسر

أكثر الآمال التي تصبو إليها الهيئة العمل على صدور قانون جديد متكامل وعصري في مجال حماية المستهلك يتماشى مع أفضل ما وصلت إليه المعايير التي اعتمدتها دول العالم في كافة المجالات

الإعلان الاستهلاكي... وأثره على المستهلك



يعرف الإعلان على أنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات، بواسطة جهة معلومة، مقابل أجر مدفوع. وتاريخياً شهد القرن التاسع عشر تقدمًا ملحوظًا في مجال الإعلانات نتيجة لتطور عجلة الثورة الصناعية الغربية، التي ازدادت سرعة دورتها الاقتصادية وتيرة ونموًا وكثافة في الإنتاج، وضخامة في تكدس السلع، فاندفعت - بجهود الرأسماليين القائمين عليها- محمومة بدافع تصريف بضائعها المكدسة من جهة، وطمعًا في استمرارية عجلة إنتاجها، وزيادة أرباحها الربوية الاحتكارية من جهة أخرى، إلى إيجاد وسائل سريعة ومؤثرة وفاعلة، تحمل جمهور المستهلكين الحقيقيين والمرتقبين بسرعة وتلقائية وباندفاع استهلاكي لاقتناء تلك السلع، دون أدنى تفكير في احتياجاتها ومتطلباتها. فلم تجد وسيلة بيعية وإشهارية مناسبة لها سوى فن الإعلان.

وأخذ الإعلان في التوسع والانتشار حتى أصبح يشكل مع مطلع القرن العشرين أحد الدعائم التجارية القوية للدورة الاقتصادية العالمية، وأهم الدعائم المالية لسائر المؤسسات، والأجهزة الإعلامية والاتصالية، بحيث زاد الإنفاق الإعلاني في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين بشكل هائل.

وبين أسطر هذا المقال سوف نصطحب القارئ الكريم لنطوف معه بين أرجاء الإعلان الاستهلاكي. فالمستهلك أصبح هو المستهدف الأول من الإعلان، يستهويه الجري خلف السلع البراقة ذات التغليف المغري الذي يجذب للشراء حتى وإن كان ليس بحاجة للسلعة في ذلك الوقت، ومن دون أن يدرك أنه يدفع ثمنا للأغطية الجذابة إضافة إلى محتواها دون أن يشعر بذلك، حيث أصبح سعر الإعلان والترويج يكلف أكثر من سعر البضاعة نفسها! وباتت الشركات الكبرى تنفق الملايين من أجل الإعلانات وتزيينها بشتى الطرق لجذب المستهلكين، بل وقامت حرب إعلامية ضروس بين كبريات الشركات، حرباً لم تراع الاحترام المتبادل واحترام الغير، بل إن كل شركة تحاول أن تسيء لغيرها من الشركات المنافسة سواء أكانت بالإشاعات الكاذبة والمضللة أو بالإعلانات التي لا تراعي حق الآخرين.

ولم تسلم الكثير من المواد الاستهلاكية من حروب الإعلانات بل وامتدت لتشمل الكماليات والأجهزة الكهربائية، وإذا سألت أحد رجال الأعمال الناجحين عن سر نجاحه فسوف تكتشف أنه ينفق 99% على الإعلانات و 1% فقط على السلعة نفسها، ولكم أن تتصوروا الأمر!.

مما لاشك فيه إن الإعلان الجذاب ليس شرطا أن يعكس نوعية السلعة ومدى جودتها فربما تكون عكس ذلك تماماً وبالإعلانات نجح المسوقون في غزو عقول المستهلكين وتبديل سلوكياتهم الاستهلاكية من خلال زيادة الاستهلاك والتغيير من الأرخص المفيد إلى المغري الجميل وإن كان قليل الفائدة!.

يجب على المستهلكين قبل الشراء التأكد من مدى جودة السلعة ليس من خلال غزارة إعلاناتها أو شكلها الجذاب، بل من خلال محتواها وبيانات مكوناتها، ولقد شاعت في الغرب مقولة «ولد الأمريكي لكي يشتري» وهذه المقولة تدلنا على العقلية الغربية المحبة للشراء بنهم والتي لا تتطابق بطبيعة الحال مع مجتمعنا الإسلامي الذي أمرنا بالاعتدال والتوسط، وعدم الإسراف والتبذير.

وللإعلانات الاستهلاكية النموذجية ضوابط واشتراطات معينة كما حددها المختصون والباحثون في مجال الإعلانات الاستهلاكية، ويسرنا هنا أن ندرجها للقارئ الكريم للاستفادة منها وممن يقومون بتسويق سلعة أو منتج معين:

المصداقية:
يتعين أن تبين الإعلانات طبيعة وجودة وخاصية مكوناتها ومحتواها.

الإثبات:
يجب أن تكون كافة الادعاءات التي تتم في الإعلان مثبتة ومبرهنة بدراسات علمية.

الدقة:
تعين أن تكون التوصيات المتعلقة باستخدام المنتجات واردة بشكل دقيق في اصطلاحات معتدلة ويتعين أن تكون ذات صلة بخاصيتها.

المقارنات:
يتعين ألا تحتوي التوصيات على مقارنات مع منتجات أو منتجات ذات صلة ما لم تكن مثبتة ومبرهنة بشكل علمي.

الاستخدام غير المميز:
يتعين أن لا تشجع الإعلانات بشكل مباشر أو غير مباشر الاستخدام غير المميز أو غير الضروري أو المفرط للمنتج.

استخدام البيانات العلمية:
يتعين ألا تستغل الإعلانات عدم علم ومعرفة العامة عن طريق إدخال بيانات علمية لا يمكن لعامة الجمهور التحقق منها أو إثبات صحتها.

الخوف والخرافة:
يتعين ألا تقوم الإعلانات بإثارة الخوف في عقول العامة.

اللغة:
يتعين أن تكون الإعلانات الطبية بلغة سهلة الفهم، قابلة للاستيعاب بسهولة ويتعين تجنب الرطانة الطبية المربكة.

إعادة الثمن:
يتعين ألا يحتوي الإعلان على أي عرض لإعادة الثمن إلى المستخدم غير الراضي.

الاستخدام التجريبي:
يتعين أن لا تقترح الإعلانات استخداماً تجريبياً للمنتجات.

الشهادات:
لا تقبل الشهادات من غير الاختصاصيين.

الشعارات والتأشيرات بالحروف الأولية والعلامات التجارية:
يتعين ألا يتضمن الإعلان شعارا أو إشارة أو علامة تجارية لأي جهة ما لم تكن هناك موافقة خطية من تلك الجهة.

أسلوب الحياة الاعتيادي:
يتعين على المعلنين عدم إعطاء انطباع بأن أسلوب الحياة الاعتيادي يحتاج إلى استخدام أو استهلاك منتج طبي معين.

وكما أسلفنا، فإن هذه شروط للإعلانات النموذجية؛ ولكن للأسف قل من يستخدمها حاليا أو يلتزم بها، بل وبات التركيز على الجانب المادي قبل الجانب الروحي. وأخيرا يجب أن نوضح للقارئ والمستهلك الكريم أن الاعتدال في البحث والشراء عن سلعة ما أصبح من الضروريات في هذا العصر الاستهلاكي المضلل فالتوعية والوعي هما الخلاص لاستهلاك أفضل وغد مشرق.

ناصر بن سلطان العموري
abusultan73@gmail.com

Sultanate of Oman
Public Authority for
Consumer Protection

سلطنة عمان
الهيئة العامة لحماية المستهلك

عزيزي المستهلك،،

إحرص على قراءة

محتويات العبوة وصلاحيتها

Dear consumer

Always read the gradients and the expiry date of the product

في حالة الإخلال بحق من حقوقك
خط المستهلك: 80079009 - 80077997



مواطنون:

«حماية المستهلك» عملت على الحد من ارتفاع الأسعار وما زلنا ننتظر المزيد



ولايات – المستهلك، تصوير حسين المقبالي

تسعى الهيئة العامة لحماية المستهلك منذ إنشائها بموجب المرسوم السلطاني السامي رقم 26/ 2011 العمل على استقرار الأسعار في الأسواق واتخاذ الإجراءات المناسبة لتحقيق ذلك وتوعية المستهلك بماهية الإعلانات المضللة ودور الهيئة في محاربتها وتلقي الشكاوي من المستهلكين والجمعيات والتحقيق فيها، والعمل على إيجاد الحلول المناسبة لها والمتابعة المستمرة للنشاط التجاري ومراقبة حركة السلع والخدمات والتأكد من توافر السلع الأساسية والعمل على تشجيع المنافسة ومحاربة الغش التجاري والاحتكار المضر بالاقتصاد الوطني ووضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك وتعزيزها وتنميتها ودراسة الاقتراحات والتوصيات التي ترد إلى الهيئة فيما يتصل بحقوق المستهلك وإعداد البحوث والدراسات المتعلقة بحماية المستهلك واقتراح النظم والقواعد المناسبة لتنظيم الأسواق والعمل على تطبيق القوانين واللوائح المتعلقة بحماية المستهلك وتمثيل السلطنة في المؤتمرات والإجتماعات الإقليمية والدولية ذات الصلة باختصاصاتها.كما تهدف إلى العمل على حماية المستهلك من تقلبات الأسعار ومراقبة أسعار السلع والخدمات في الأسواق والحد من ارتفاعها وضمان تحقيق قواعد حرية المستهلك في الاختيار والمساواة والمعاملة العادلة والأمانة والمصداقية وتنمية الوعي العام لدى المستهلك واستخدام الوسائل العلمية السلمية لنشرها على أسس صحيحة ومتوازنة لدى جميع فئات المجتمع وإيجاد حلول سريعة لشكاوي المستهلكين ومكافحة الغش التجاري والتقليد ومحاربة الاحتكار وتشجيع إنشاء جمعيات لحماية المستهلك والعمل على دعمها.

وضمن الجهود التي تقوم بها الهيئة للحد من ارتفاع الاسعار قامت مؤخرا باصدار القرار رقم 12 /2011 بشأن حظر رفع أسعار السلع والخدمات جاء في مادته الأولى «يحظر على المزود رفع أسعار السلع والخدمات إلا بعد موافقة الهيئة العامة لحماية المستهلك «فيما قضى في مادته الثانية «يقدم طلب رفع سعر السلعة أو الخدمة إلى المديرية العامة لحماية المستهلك أو الخدمة والأسباب المبررة لرفع سعر السلعة أو الخدمة وسعر صرف العملة الأجنبية ذات الصلة وقت استيراد السلعه»، وجاء في مادته الثالثة «تتولى المديرية المشار اليها في المادة السابقة بحث ودراسة طلب رفع السعر والبت فيه خلال مدة لا تتجاوز 60 يوما من تاريخ تقديمه وأخطار مقدم الطلب بالقرار وقضى في مادته الرابعة «معاقبة كل من يخالف أحكام هذا القرار وفقا لأحكام المادة 21 من قانون حماية المستهلك».

وفي هذا الصدد قمنا بأخذ آراء العديد من المستهلكين في عدد من ولايات السلطنة، والذين أبدوا سعادتهم حول هذا القرار متمنين أن تقوم الهيئة بدور أكبر في منع رفع أسعار السلع وتوفير العيش الكريم لكافة المواطنين والمقيمين على أرض السلطنة. المزيد في السطور القادمة:

مبادرة طيبة

قال م/ محمد بن أحمد الشحي: نشكر الجهود التي تقوم بها الهيئة العامة لحماية المستهلك والجهود التي بذلتها خلال هذه الفترة القصيرة جدا منذ تأسيسها وهناك إشادة بها من قبل المجتمع وخاصة في القيام بعملها والسرعة التي بدأت فيها بفتح فروع لها بالمحافظات وجهود القائمين عليها وعلى رأسهم سعادة الرئيس وبادرة طيبة بأن يتم تنظيم ووضع سقف معين للمواد الاستهلاكية وهذا لصالح المستهلك ووضع حد للاحتكار والمغالاة بالأسعار مما يؤدي ذلك بأن تكون هناك اسعار معقولة للجميع وخاصة ذوي الدخل المحدود.

قنوات توعوية

ومن جانبها قالت شريفة بنت عبدالله الشحية: إن الهيئة تبذل الجهد الكثير من أجل الحفاظ على صحة المستهلكين ومتابعة كل ما يخص المستهلك على أرض السلطنة لذا نتقدم إليهم بالشكر الجزيل على جهودهم المبذولة آملين منهم بذل الكثير والكثير من الجهود للسيطرة على الأسواق المحلية سواء من ناحية الأسعار أو من ناحية جودة السلع الاستهلاكية المقدمة والمعروضة حيث أنه كما تعلمون أن محافظة مسندم هي محافظة حدودية ومن وجهة نظري أن ثقافة المستهلك والتاجر في هذه المحافظة هي ثقافة استهلاكية خارجية نظرا لارتباط المستهلك بالنسبة لعمليات البيع والشراء بدولة الإمارات العربية المتحدة الشقيقة. لذا فإن الهيئة مدعوة لبذل جهد أكبر في المحافظات الحدودية لمحاولة توصيل الثقافة الاستهلاكية الصحية والصحيحة.

كما نرجو من الهيئة عمل المحاضرات والندوات



خالد بن علي بن ناصر الحوسني:

إن التطورات الاقتصادية والتجارية والاجتماعية التي تعيشها السلطنة مما لا شك فيه أن لها تأثيرا كبيرا على ثقافة الاستهلاك وعلى المستهلك نفسه

لجميع الفئات، وذلك لبث الثقافة التعليمية لحقوق وواجبات المستهلك ولكي يتسنى للجميع معرفة الدور الكبير الذي تقدمه الهيئة بفروعها المنتشرة في جميع محافظات السلطنة. بالإضافة إلى وجود قنوات توعوية عن السلع التي تتم مصادرتها أو إيقاف تسويقها كاستخدام المسجات (sms) للإعلان عن تلك السلع او المنتجات الغذائية.

اللائحة السوداء

كما أشاد المواطن إبراهيم بن سعيد الوردي بالجهود التي تبذلها الجهات المسؤولة من أجل الاهتمام بالمواطن والمقيم على هذه الأرض الطيبة وقال بشفافية: من هنا تلاحمت الحكومة مع المواطن في بوتقة واحدة لتشكل اللحمة الوطنية وأسست الهيئة العامة لحماية المستهلك لتكفل للمواطن حقوقه المنشودة.

وأضاف: قيام الهيئة بحظر رفع أسعار السلع تعد خطوة جريئة تحسب للهيئة ودورها الحقيقي في الحد من غلاء السلع واستغلال بعض التجار وجشعهم التي ارتأت نفوسهم لمثل هذا العمل المشين فعليهم أن يدفعوا ثمن هذا التصرف الخاطئ الذي لا يرقى بشيء من صفات المواطن العماني. وقد لاحظت الدور الكبير للهيئة والذي لمسناه في الآونة الأخيرة ولا أنسى دورها في عدة قضايا أحدها وهي قيام إحدى وكالات السيارات ببيع سيارة تم اصلاحها وأعطيت لمواطن على أنها سيارة جديدة فكان للهيئة الفيصل في الحكم وأتمنى أن تتخذ إجراءات أكثر صرامة ليكون عبرة لمن تسول له نفسه الخوض في مثل هذه الطرق المشينة.ويقترح الوردي على الهيئة بأن تقوم بمتابعة المحلات والشركات المخالفة ووضعها في اللائحة السوداء وإصدار الأحكام الرادعة لهم لمنعهم من محاولة التلاعب مرة أخرى. وأضاف: وأتمنى من الهيئة نشر المخالفات التي رصدتها في الوسائل المسموعة والمرئية. ويطلب من حماية المستهلك أن تمنح المواطنين المتعاونين معها هدايا رمزية عرفانا منها بدور المواطن مع الهيئة في هذا المجال.

خطوة جادة

أما محمد بن مرهون الغافري فأشار للدور الذي قامت به الهيئة العامة لحماية المستهلك بكونه خطوة جادة وصريحة وضرورية نحو الطريق الصحيح للحد من الغلاء الفاحش وارتفاع الأسعار الذي بات يؤرق مضجع المستهلك الذي لا حول له ولا قوة فهو في بعض الأوقات يضطر للشراء لعدم وجود البديل فيجبر نفسه على شراء تلك السلع الذي باتت ترتفع ارتفاعا كبيرا لا يقف عند حد معين.

ويقترح الغافري أن تفتح الهيئة قنوات اتصال كثيرة وشفافه لمناشدة المستهلكين وتكون قريبة منهم ومتابعة مقترحاتهم وشكواهم بسرعة. كما يقترح أن تكون قوائم الأسعار شاملة لكل السلع من الكماليات والملابس الجاهزه وتكتب القيمة على السلعة كما رأينا ذلك في المشروبات الغازية. ويتمنى بأن تجند الهيئة مراقبين دائمين في كل ولاية من ولايات السلطنة يقومون بالمتابعة الدورية لكافة المحلات التجارية.



إشراك المواطن

كما قال حمود بن عبدالله العدوي: حظر رفع السعر وفق ضوابط وقوانين يحددها سعر الطلب كدليل على اهتمام الحكومة لسعادة المواطن في حياته وكم كنا نأمل منذ سنوات أن نرى مثل هذه الإجراءات تتخذ ضد أي تاجر تسول له نفسه التلاعب بالسلع وفق أهوائه ورغباته ونزواته ولقد رأينا الارتياح التام من قبل المواطن وهو يشتري سلعته بكل أريحية من أي محل تجاري بدون خوف من ارتفاع السلعة. وقد لاحظنا وبكل اقتدار دور الهيئة واضحا وجليا في المحلات التجارية التي تلاعبت بالسلع واتخذت فيها إجراءات قانونية صارمة. وأقترح على الهيئة إشراك المواطن وجهات القطاع الخاص لتتعاون معها في هذا الجانب وأن تكون القوانين أكثر صرامة وخاصة في المحلات الكبيرة لأن مرتاديها يزدادون يوما بعد يوم، وأن يتم تطبيق القوانين على الجميع بدون استثناء.

متابعة تطبيق القرار

قال بدر الكندي: أن تثبيت أسعار السلع هي بادرة طيبة انتهجتها الهيئة العامة لحماية المستهلك وهي ضرورة ملحة في ظل التلاعب الكبير بأسعار السلع من قبل الكثير من التجار مما أوجد تفاوتا كبيرا في أسعار نفس السلع.

وأضاف الكندي: هذا القرار يحمي المستهلك ويؤمن له شراء حاجاته من السلع دون استغلال أو غش. وأنا هنا أدعو القائمين على الهيئة إلى ضرورة متابعة مدى تطبيق هذا القرار والتزام التجار بما جاء فيه حتى تتحقق الفائدة منه وهنا يجب أن يتكاتف الجميع جنبا إلى جنب مع الهيئة في الإبلاغ عن أي مخالفات تتعارض وأحكام هذا القرار.

تكثيف الرّقابة

ومن وجهة نظر المواطن مبارك النعيمي فإن قرار تثبيت الأسعار الذي اتخذته الهيئة العامة لحماية المستهلك مؤخراً قرار صائب وجاء في الوقت المناسب بعد الزيادات الغير مبررة في الأسعار وجشع بعض التجار واستغلالهم لحاجة المستهلكين وخاصة بعض السلع الضرورية وقرار كهذا يضمن حقوق المستهلك والتاجر في نفس الوقت فالمستهلك يستطيع شراء حاجياته بعيداً عن الاستغلال وبأسعار تتناسب مع كلفة السلع كما أن التاجر يضمن هامش ربح مناسب. وأضاف مبارك النعيمي: وهنا لابد من الإشادة بالجهود التي تبذلها الهيئة العامة لحماية المستهلك بجميع طواقمها منذ صدور الأوامر السامية لحضرة صاحب الجلالة بإنشائها في سبيل حماية حقوق المستهلك والتاجر ورقابة الأسواق ومكافحة الغش التجاري والسلع المقلدة وحرص القائمين على الهيئة على إيجاد أنظمة وتشريعات تضمن عدم تلاعب التجار بالأسعار وتضمن حقوق المستهلك وكذلك تضمن حصوله على سلع ذات جودة عالية بأسعار تناسب المستهلك. ولكن نأمل نحن كمستهلكين من الهيئة تكثيف الرقابة على الأسواق لضبط الأسعار ومنع الاستغلال وكذلك رقابة جودة السلع ومنع الغش التجاري وخاصة في السلع التي تتعلق بصحة الإنسان وسلامته كالمواد الغذائية والمستحضرات الطبية والإطارات وقطع غيار السيارات وغيرها من السلع الضرورية.



مبارك النعيمي :

قرار تثبيت الأسعار الذي اتخذته الهيئة العامة لحماية المستهلك مؤخراً قرار صائب وجاء في الوقت المناسب بعد الزيادات الغير مبررة في الأسعار وجشع بعض التجار واستغلالهم لحاجة المستهلكين وخاصة بعض السلع الضرورية



إبراهيم الوردي: : :

يجب على أن تقوم الهيئة بمتابعة المحلات والشركات المخالفة ووضعها في اللائحة السوداء وإصدار الأحكام الرادعة لهم لمنعهم من محاولة التلاعب مرة أخرى

مردود إيجابي

محمد بن سالم الخنبشي قال: إن قرار تثبيت الأسعار قرار جيد ويحفظ حق المستهلك ويحميه من الاستغلال ويعكس حرص الهيئة العامة لحماية المستهلك على القيام بواجباتها تجاه المستهلك. كما أن القرار يمنع أو يحد من التلاعب بالأسعار في الأسواق ويضمن وصول السلعة للمستهلك بسعر موحد في جميع أسواق السلطنة. والهيئة العامة لحماية المستهلك قائمة بواجباتها على أكمل وجه وجهود العاملين بها واضحة وساهمت بشكل كبير في منع الاستغلال من قبل التجار كما إنها في نفس الوقت حفظت حق التاجر. وأشار الخنبشي إلى أن الحملات التي تنفذها الهيئة على الأسواق ومصادرة السلع المغشوشة والمقلدة وتحويل من تسوّل له نفسه بالغش والاستغلال إلى جهات الاختصاص لتطبيق القانون عليهم لها مردود إيجابي على المجتمع كما أنها تشكل رادعا لمن يفكر أن يستغل المستهلك أو يسوق بضائع وسلع مغشوشة. وحول ما يتمناه من الهيئة في الفترة المقبلة قال محمد الخنبشي: أتمنى أن تكثف الرقابة على الأسواق والأسعار ومكافحة الغش التجاري، كما أتمني من المسؤولين بالهيئة التركيز على الجوانب التوعوية للمستهلكين لأن الحماية في المقام الأول تبدأ من المستهلك ووعي المستهلك معرفته لحقوقه وواجباته يسهل عمل الهيئة ويمنع وقوعه في أي عملية غش أو استغلال.

أصدقاء حماية المستهلك

قال خالد بن علي بن ناصر الحوسني: إن التطورات الاقتصادية والتجارية والاجتماعية التي تعيشها السلطنة مما لا شك فيه أن لها تأثيرا كبيرا على ثقافة الاستهلاك وعلى المستهلك نفسه خاصة إذا ما علمنا أن هناك تنافسا قويا بين السلع المحلية والسلع الأجنبية في الأسعار وهو ما سوف ينعكس على المستهلك إما بالإيجاب أو بالسلب وان الملاحظ كلما كانت هناك تحركات حكومية لتعزيز المستوى المعيشي للمواطن تقوم عدد من المؤسسات الخاصة باستغلال الموقف في رفع أسعار المواد بمختلف أنواعها وهو ما يضر بالمواطن ويؤدي إلى إرجاعه إلى المستوى المعيشي المتدني غير مستفيد من الخدمات التي تقدمها الحكومة ومن هنا فإننا نتمنى من الهيئة العمانية لحماية المستهلك أن تؤدي دورها الكامل بكل أمانة وشفافية وأن لا يتم التهاون مع الأشخاص ولا المؤسسات الخاصة التي ترفع أسعارها سواء فيما يتعلق بالمواد او الخدمات، وبالفعل لمسنا خلال الأيام الماضية تحركا متميزا من قبل الهيئة في المحافظة على أسعار الكثير من السلع ومع هذه الجهود المبذولة لابد أن تكون هناك جهود مبذولة من قبل المستهلكين في تمييز ما يحتاجونه من السلع وأن يكون هناك تفريق بين المواد الأساسية والمواد الكمالية بحيث يركز المستهلك أولا على توفير المواد الأساسية له ولأسرته وفي حالة وجود مدخرات مالية لديه يمكن أن يقتني المواد الكمالية.

وأضاف الحوسني قائلا: إن الأسعار ما زالت مرتفعة وهناك من يحاول أن يصطاد في الماء العكر بحجج واهية ولا تمت إلى الواقع بصلة لهذا يجب أن تفرق الهيئة بين مصطلح التجارة الحرة وبين ارتفاع الأسعار وأن لا تكون حجتهم المتكررة التي حفظها المستهلك عن ظهر قلب فالمستهلك أصبح يعرف معنى التجارة الحرة فليس لها دخل لا من قريب ولا من بعيد في ارتفاع الأسعار كما نتمنى أن تراقب الهيئة عمليات الغش التجاري خاصة فيما يخص الأدوية والتصدي لهذه الظاهرة بحزم وأن تعمل على إنشاء أصدقاء للهيئة من قبل المواطنين والمقيمين على غرار أصدقاء البلدية وجماعات الدعم الصحي وغيرها من الجمعيات التطوعية التي تستطيع أن تساعد موظفي الهيئة في الكشف عن تلاعب التجار بالأسعار.

جهد ملموس

وذكر محمد بن حليس البادي أن الجميع بدأ يلمس دور الهيئة العامة لحماية المستهلك، ولكن الهيئة تحتاج إلى وقت متسع حتى تستطيع تأدية واجبها

مراقبة المحلات الصغيرة

كما قال سعيد بن سالم المعمري: قطعت الهيئة العامة لحماية المستهلك شوطا متميزا فيما يخص وضع قانون يمنع على التجار عدم رفع سعر أي سلعة إلا بعد أن تتم استشارة وموافقة الهيئة وهو كقانون ممتاز، ولكن يبقى على الهيئة ان تعمل على مراقبة تنفيذ هذا القانون وتفعيله على أرض الواقع فالهيئة العامة لحماية المستهلك والجهات الأخرى الحكومية معنية بتقديم الخدمات المختلفة فالخدمات الموجودة غير كافية لحماية المستهلك في المرحلة الراهنة ولابد من اعتماد آلية جديدة لذلك في ضوء التحديات المستقبلية وهناك ضرورة ملحة لوجود تشريعات وآليات للرقابة على الأغذية وإجراء الدراسات المتعلقة بالغش التجاري والتقليد ونوعية الخدمات المختلفة لتحديد انعكاساتها على المستهلك والمجتمع في آن واحد ووضع الآليات المناسبة لحفظ حقوق المستهلك. وأضاف أنه في بعض الأحيان تتم مراقبة بعض المحلات الكبيرة ولكن المحلات الصغيرة يتم تجاوزها للأسف الشديد ومن خلال هذا المنبر نطالب أن تكون الهيئة حازمة فيما يخص قضايا التلاعب في الأسعار من خلال قوانين صارمة وعقوبات شديدة.



بدر الكندي :

أن تثبيت أسعار السلع هي بادرة طيبة انتهجتها الهيئة العامة لحماية المستهلك وهي ضرورة ملحة في ظل التلاعب الكبير بأسعار السلع من قبل الكثير من التجار مما أوجد تفاوتا كبيرا في أسعار نفس السلع



محمد الخنبشي:

أتمنى أن تكثف الرقابة على الأسواق والأسعار ومكافحة الغش التجاري، كما أتمنى من المسؤولين بالهيئة التركيز على الجوانب التوعوية للمستهلكين

مزيد من القوانين

قالت منى بنت علي أحمد حمرين الشحية: نحن نعاني معاناة شديدة من مشكلة تفاقم الأسعار يوماً بعد يوم وهي مشكلة ذات حدين، الحد الأول تتمثل في زيادة الأسعار بشكل مضطرب وبصفة مستمرة ومتلاحقة دون وازع من ضمير ودون أدنى رقابة في هذا الجانب الذي يشغل بال كل الأسر دونما استثناء، فهذه المشكلة تؤرق المجتمع بكامله. والحد الثاني هو اختلاف الأسعار من محل إلى آخر في نفس المنطقة بل في نفس الحي وهذا يضاعف من المشكلة أكثر فأكثر حيث يتولى أصحاب هذه المحلات فرض أسعارهم كيفما شاءوا مما يساهم بشكل فعال في تأزم الموقف بصورة مزرية ويخلق نوعاً من التضخم المالي وتنخفض معه قيمة العملة، ومن هنا لزم رقابة صارمة تحد من جشع التجار في أمرين غاية في الأهمية الأمر الأول: إلزام كافة التجار بأسعار تتناسب وقيمة السلعة وكذلك تتناسب مع دخل الأسرة، والأمر الثاني: إلزام كافة المحلات بأسعار ثابتة لا تتغير من محل إلى آخر وتفعيل دور الهيئة في تنفيذ هذه التوصيات من خلال القوانين الصادرة والتي تحمي المستهلك لذا نتمنى وضع المزيد من القوانين التي تخدم هذا الجانب وتطبيقها على المدى السريع.

ترويج الأسعار

أما خميس بن مبروك الهنائي قال: أعتقد أن حماية المستهلك لا تقتصر على السكر والأرز والطحين فقط، بل كل ما يستهلكه المواطن والمقيم بالسلطنة ابتداءً من المواد الغذائية ونهاية بالسيارات ومستلزماتها من قطع غيار وزيوت وإطارات.

دراسة شاملة

أما محمود بن محمد الغطريفي قال: حتى تعمل حماية المستهلك بصورة جيدة عليها أولاً بعمل دراسة شاملة لكل السلع التي يستهلكها المواطنون والمقيمون بصورة عامة وليكن على سبيل المثال دراسة (الأرز) تبدأ من المحلات الصغيرة وحتى المجمعات التجارية الكبيرة؛ وذلك بهدف معرفة الفرق بين عملية البيع ثم الإطلاع على الفواتير الأصلية ومتابعتها من قبل الشركة الموردة لمعرفة أين تقع الزيادة من المحلات الصغيرة أو المورد وإذا وقع الخطأ عليهم متابعته وتصحيح الخطأ دون النظر إلى حجم هذه الشركة، وكذلك الحال بالنسبة للحليب والسكر وكافة المواد الغذائية، وكذلك تفتيش ومراقبة أسعار قطع غيار السيارات.

في كتاب «الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك»..

المستهلك المسلم تحكمه قواعد الدين والأخلاق



في مقدمة كتابه (الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك) يقول الكاتب د. زيد بن محمد الرمان إن الهدف من هذه الدراسة هو معرفة سلوك المستهلك في ضوء الشريعة الإسلامية، ومحاولة صياغة نظرية لهذا السلوك، وتحديد دالة الاستهلاك التي تناسب القيم والمبادئ الإسلامية المبنية عليها.

هل هناك سلوك اقتصادي إسلامي؟

قد يتبادر إلى الذهن أن السلوك الاستهلاكي لكل الناس سيكون واحدا، لأن هذه رغبات بشرية وإنسانية يتوحد فيها الناس شرقا وغربا، مهما اختلفت الديانة أو التعليم، ولكننا في هذا البحث نجد أننا أمام إجابة معززة بالدليل القاطع أن هناك سلوكا استهلاكيا إسلاميا يختلف عن السلوك غير الإسلامي، وهو يبين ذلك من عدة طرق:

أولا: إن السلوك الاستهلاكي جزء من السلوك العام، والسلوك العام يتشكل ويتأثر بالبيئة والثقافة والديانة، ومن المعروف أن للعالم الإسلامي قيمه الاجتماعية العامة. فالمنفعة الدنيوية العاجلة قد تكون العامل الأساسي في سلوك المستهلك الغربي، بينما نجد أن هذه المنفعة ليست بالضرورة هي الأولى لدى المسلم، فهناك حقوق أوجبها الله على عباده، ويقول الله تعالى (وفي أموالهم حق معلوم للسائل والمحروم) وطلب منهم زكاة وصدقة من الأموال، وهذه منفعتها غير منظورة أو مباشرة للشخص المنفق.

ثانيا: إن نظريات الاقتصاد بكل طروحاتها وأفكارها كانت نتيجة تصرفات الاستهلاك الاجتماعي، أي أن لكل مجتمع ولكل زمان صيغة استهلاكية تتغير من فترة إلى أخرى تبعا للظروف المؤثرة، لذا فإن الاقتصاد ونظرياته عرضة للتغيير والتبديل، ومن هنا فإن للمجتمع الإسلامي أيضا زمانه ومكانه الذي يوجب أن تظهر فيه نظرياته المبنية أيضا على ظروف المعيشة والثقافة السائدة فيه

ثالثا: إن النظريات الاقتصادية تنشأ أساسا لتفسير وبيان الواقع واتجاهات المستهلكين.

نظريات تحت التكوين

ويعترف الكاتب بأن النظرية العامة لسلوك المستهلك الإسلامي لم تتضح معالمها بعد، لعدم وجود مجتمع يمكن أن نطلق عليه مجتمعا يتمتع بحرية اقتصادية في العالم الإسلامي، لذا فإن المؤثرات الغربية والتداخلات الاقتصادية كثيرة ومؤثرة في الاتجاهات الاستهلاكية.

ويرى المؤلف أن هناك دراسات ستظهر في السنوات القادمة، وستتناول هذا العامل الاقتصادي الهام لتكون هناك نظريات استهلاك ونظريات اقتصاد إسلامي، لإيمانه بأن جميع هذه النظريات الوضعية لها عيوبها ولها نقائصها التي تتطلب تعديلات لها بين فترة وأخرى، وهو مقتنع بوجود دليل اقتصادي ونظريات اقتصادية إسلامية فيها الحل للإشكاليات الاقتصادية المزمنة في العالم أجمع، لأن المرشد في تبني النظريات الإسلامية هو الإسلام، وهو دين سماوي، أراد الله به أن يكون رحمة للعالمين "وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين".

العوامل المؤثرة في الاستهلاك

يذكر المؤلف عدة عوامل وهي، أولا: الدخل، إذ يتوقف حجم الاستهلاك على مستوى الدخل، وهو يتناسب طردا مع حجم الدخل. وثانيا: الرغبات الشخصية لأفراد المجتمع، فالفلاح لا يفكر بعقلية ابن المدينة، وفكر التاجر لا يتوافق دائما مع أفكار الموظف.

ويشير المؤلف إلى وجود اختلاف في الأولويات بين أفراد المجتمع، فليس كل الناس يقدم على الاستهلاك متى حصل على الدخل، فجزء يذهب للتوفير وجزء لسداد الديون وجزء قد يذهب للاستثمار، وهكذا تتنوع وسائل تصريف الدخل بأنواع منوعة من الاستهلاك.

والنقطة الثالثة هي الثمن المطلوب لشراء بعض السلع، فالثمن هو العامل المهم في تقرير الشراء أو عدمه، بمايتطابق مع المنفعة الحديثة بين النقود والغرض المباع.

كما أن عقلانية المستهلك لها تأثير كبير في الاستهلاك، وهنا تركز نظريات الدعاية والإعلان، حيث تقدم السلع الجديدة على أنها ضرورية، أو ذات نفع مهم، أو أنها توفر المال.. فينصرف جزء من الدخل إليها، حتى ولو كان للتجربة في بعض الأحيان.

خصائص الاستهلاك الإسلامي

يعدد المؤلف الكثير من التوجيهات الإسلامية لتهذيب الاستهلاك وترشيده، فهي تأمر بالاعتدال في كل الأمور، وتحرم الإسراف كما تحرم البخل والشح، وتحرم الفخر والخيلاء، وتقدم قائمة من المحرمات التي لا يجوز شراؤها أو تملكها، والاكتفاء بماهو موجود ومتوفر .. ومشاركة الفقراء للأغنياء في جزء من أموالهم وبمعنى آخر كما يقول المؤلف فكرة الإنسان في الاقتصاد الإسلامي تختلف عن الإنسان الاقتصادي الغربي الذي لا هم له إلا الحصول على أقصى ما يمكن من إشباع حاجاته فالإنسان في الاقتصاد الإسلامي تحفزه حوافز خلقية، كما تحفزه حوافر مادية كالمنفعة الشخصية، وكذلك خدمة الآخرين.

النظرية الجديدة

يقدم المؤلف رؤيته من خلال حسابات اقتصادية ورياضية لنظرية مقترحة لسلوك المستهلك المسلم الذي ينصرف دخله إلى نوعين من الإنفاق: الإنفاق على الطيبات الاستهلاكية والإنفاق على الغير.

ويؤثر الرشد الاقتصادي، أي المنفعة المادية والروحية ودرجة التقوى، على نمط الاستهلاك لدى المسلم، لوجود علاقة طردية بين درجة التقوى وبين قيام المستهلك بأفعال الخير، وهذه النظرية يشرحها الكاتب بالتفصيل الدقيق مع تقديم معادلاتها الرياضية لمن يرغب في التحقق من نتائجها.

Sultanate of Oman
Public Authority for
Consumer Protection

سلطنة عمان
الهيئة العامة لحماية المستهلك



عزيزي المستهلك،،
أحرص على شراء السلع
والمستلزمات الضرورية فقط
Dear consumer
Be sure to purchase goods
and necessary supplies



في حالة الإخلال بحق من حقوقك
خط المستهلك: 80079009 - 80077997

مستشار شؤون حماية المستهلك ورئيس الاتحاد العربي للمستهلك ...

د.محمد عبيدات:تجربة السلطنة في إنشاء هيئة لحماية المستهلك تعد خطوة متقدمة بين الدول العربية







خاص - المستهلك - تصوير :حسين المقبالي

قال الدكتور محمد عبيدات رئيس الاتحاد العربي للمستهلك مستشار شؤون حماية المستهلك بالهيئة العامة لحماية المستهلك إن التجربة العمانية في إنشاء هيئة لحماية المستهلك تعتبر رغم حداثتها خطوة متقدمة بين الدول العربية ما سيساهم في دعم حقوق المستهلكين والدفاع عنها موضحا بأن الاتحاد العربي للمستهلك طالب منذ عام 2008 الحكومات العربية بضرورة تأسيس هيئة مستقلة تعتبر مرجعية للدفاع عن قضايا المستهلكين لا سيما في ظل تزايد التضليل والخداع والغش للمستهلكين وجاءت السلطنة السباقة في هذا المجال بمبادرة كريمة من لدن صاحب الجلالة السلطان قابوس بن سعيد حفظه الله ورعاه آملين أن تحذوا الدول العربية الأعضاء في الاتحاد حذو السلطنة في هذا المجال.

وأضاف عبيدات: هناك العديد من الصعوبات والتحديات التي تواجه العالم بأكمله، ويعتبر ارتفاع أسعار السلع من أبرز هذه التحديات، ونحن في العالم العربي لسنا بمنأى عن هذه التحديات التي تلقي بظلالها على جميع دول العالم مشيرا إلى أن الأمر يحتاج إلى جهود مكثفة بهدف إيجاد حلول مناسبة للحد من ارتفاع الأسعار بالتعاون مع كافة أطراف العملية التبادلية من منتج وتاجر ووسيط ومستهلك وإجراءات حكومية فعالة على مستوى الدول وعلى مستوى المنظمات الإقليمية والدولية والمحلية للخروج من عنق الزجاجة. وحول إنشاء جمعيات لحماية المستهلك أشار رئيس الاتحاد العربي للمستهلك إلى أن جمعيات حماية المستهلك وجدت أصلا للدفاع عن حقوق المستهلكين وتبني قضاياهم، وفي هذا الإطار فإننا نعمل في الاتحاد العربي للمستهلك على تفعيل دور هذه الجمعيات وتعزيز نشاطاتها في بلدانها وهناك اجتماعات دورية سنوية تعقد للأعضاء للتواصل فيما بينهم بهدف تبادل الخبرات والتباحث في المعيقات وتذليل العقبات

ولقد أصبح من الواجب إيجاد قوانين وتشريعات للحفاظ على حقوق المستهلكين بحيث تكون قوانين عصرية تلبي طموحات المستهلكين وتدافع عن حقوقهم، بالإضافة إلى تأسيس مرجعيات حكومية مستقلة على غرار الهيئة العامة لحماية المستهلك بالسلطنة تعمل بالتنسيق مع جمعيات حماية المستهلك في إطار تعاون عصري يحقق الطموحات للمستهلكين، ويدافع عن حقوقهم التي تغول عليها التجار والصناع في كافة أنحاء العالم.

وتطرق عبيدات إلى أن الاتحاد العربي للمستهلك يساهم في الحد من تجاوزات التجار والتلاعب بالأسعار في مختلف الدول الأعضاء من خلال تزويد الأعضاء بالدراسات والأسعار التأشيرية لمختلف السلع سيما الأساسية منها بهدف التحقق من أسعارها الحقيقية ومعرفة حجم الربح الفاحش الذي يتحقق في أغلب الأحيان من هذه التجاوزات التي يتحمل تكاليفها المستهلك باعتباره المتلقي الأخير للسلع والخدمات.

وحول دور الإعلام في نشر الوعي الاستهلاكي أشار رئيس الاتحاد العربي للمستهلك إلى أن الإعلام يلعب دورا مهما في نشر الوعي الاستهلاكي، وهو شريك حقيقي لنا في الاتحاد العربي للمستهلك وكجمعيات منفردة في الدول العربية، ومن هنا لابد من التعاون مع الإعلام لايصال رسالة الاتحاد والجمعيات على حد سواء للمستهلك، وبناء عليه لدينا في الاتحاد مكتب إعلامي يقوم بالتواصل مع الصحفيين والإعلاميين إضافة إلى تنشيط المواقع الالكترونية للاتحاد والأعضاء في ظل ثورة التكنولوجيا، وانتشار الانترنت، لايصال الرسالة إلى المستهلك بصورة مباشرة وجعله شريكا لنا من خلال تبادل الرسائل الإلكترونية.

وأضاف: نؤيد آلية مقاطعة السلع في حال تم استفاد كافة الوسائل، ولا شك أن سلاح المقاطعة من أقوى الأسلحة على الاطلاق مشيرا إلى عدة تجارب في هذا المجال نفذتها جمعية حماية المستهلك الأردنية حيث نفذت الجمعية عدة حملات مقاطعة لعدد من السلع التي شهدت ارتفاعا كبيرا في أسعارها وكنا نعلم يقينا أن أسعارها مبالغ فيها، ومنها على سبيل المثال لا الحصر، الألبان والبن واللحوم الحمراء، وحققت هذه الحملات نتائج إيجابية أدت في النهاية إلى تراجع الأسعار واستقرارها عند مستويات معقولة ولابد هنا أن نشير إلى تعاون المستهلكين معنا في إنجاح هذه الحملات.

وقال: الاتحاد العربي للمستهلك يتخذ من المملكة الأردنية الهاشمية مقرا دائما له ومسجلا في المديرية الاقتصادية والاجتماعية في جامعة الدول العربية حيث تعود فكرة تأسيس الاتحاد أثناء التحضير للمؤتمر الوطني الأول لحماية المستهلك في خريف 1998 حيث اقترح الدكتور محمد عبيدات رئيس الجمعية الوطنية لحماية المستهلك الأردنية تأسيس اتحاد عربي للمستهلك ليضم كافة منظمات وجمعيات حماية المستهلك في الوطن العربي وبالفعل عرضت الفكرة على الجمعيات العربية لحماية المستهلك للموافقة عليه موضحا بأن الاتحاد العربي للمستهلك يضم كافة جمعيات ومنظمات حماية المستهلك والدفاع عنه في الأقطار العربية المتمثلة في (المملكة الأردنية الهاشمية، السلطنة، الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية التونسية، الجمهورية الجزائرية، جمهورية السودان، فلسطين، جمهورية مصر العربية، المملكة المغربية، الجمهورية اليمنية، الجمهورية السورية، العراق، البحرين، لبنان) ويمكن أن تنظم آلية أية جمعية أو منظمة تعنى بحماية المستهلك والدفاع عنه في الوطن العربي من أجل تحقيق التعاون والتنسيق فيما بينها من أجل تحقيق الحماية للمستهلك العربي وتوعيته بحقوقه التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة بقرارها رقم 248/39 بتاريخ 9 ابريل 1985 لضمان الالتزام بها في كافة أقطار الوطن العربي خصوصا في هذه المرحلة التي اعتمدت بها نظم وسياسات اقتصادية جديدة في معظم الأقطار العربية، والتي أصبح معها وجود منظمات لحماية المستهلك ضرورة للحد من الآثار السلبية لتطبيق هذه السياسات على المستهلك العربي وتعظيم الإيجابيات.



مقاطعة السلع يساهم بشكل كبير في تراجع الأسعار إلى مستويات قياسية

تأسيس هيئات وجمعيات للمستهلك يساهم في الدفاع عن حقوقه التي تغول عليها التجار والصناع بالتضليل والخداع والغش في كافة أنحاء العالم

الاتحاد العربي يعمل على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك ويطالب بسن قوانين عصرية تلبي طموحات المستهلكين وتدافع عن حقوقهم

متى نشفى من مرض الاستهلاك الترفيهي؟



لقد تخلصت الشعوب العربية من الاستعمار لكننا اليوم نعاني استعماراً من نوع آخر.. فالعولمة أدت إلى حدوث اختراق لكل شعوب العالم ومن أهم ما جنته المجتمعات العربية إنها أصبحت مجتمعات استهلاكية والقضية ليست أن ندعو إلى ترشيد الاستهلاك فنبدأ في الضغط على الأبناء في مصروفاتهم وإنما الترشيد سياسة للتعامل مع المال الذي هو عصب الحياة

د. زيد بن محمد الرماني -مستشار اقتصادي معهد البحوث والخدمات الاستشارية بالرياض

من المؤسف أن إحصاءات الاستهلاك تشير إلى أن معظمنا مصاب بهذا المرض فنحن ننفق المال على سلع كمالية وفي مناسبات غير ضرورية، بهذا يعرف الأستاذ "أحمد التويجري" الاستهلاك الترفي ويؤطره بشوائب كالإسراف والتبذير بقصد التباهي وحب الظهور وتعويض نقص اجتماعي معين. فهناك أنواع من السلع نحن لا نقدرها لصفاتها الذاتية، أو لاحتياجنا الفعلي لهذا ولكن وفقاً لما تمثله من مكانة اجتماعية.

الحقيقة أنه لا خيار لنا كمستهلكين كما يقول الدكتور "زيد الرماني" (فالسلوكيات الاستهلاكية بدأت تتغير اليوم، إما بسبب ثورة المتغيرات والإنتاجية الكبيرة، أو لأننا ننتهج مسلكاً استهلاكياً لا خفاء شيء في نفوسنا، كمستوانا المالي أو الثقافي مثلاً، ولذلك كان خيارنا عشوائياً، حسب ما يمليه ذوق المصمم أو حسب النص الإعلاني في التليفزيون). والاستهلاك الترفي يعد مرضاً اقتصادياً اجتماعياً لمخاطره وآثاره ولعدة أسباب يحددها الأستاذ (محمد محفوظ) بالتالي:

أولاها غياب الضابط الاجتماعي في عملية الاستهلاك الترفي، فالكثير من الإمكانات التي لا يستفاد منها بشكل صحيح، بإمكانها أن تشارك في عملية التكافل الاجتماعي. وأيضا هدر الإمكانات الاقتصاديةفالثروات الاقتصادية ينبغي بالدرجة الأولى، أن تتوجه إلى تقوية البنية الأساسية للمجتمع، والاستهلاك الترفي، هو ضرب من ضروب هدر الامكانات والقدرات الاقتصادية في غير موضعها الطبيعي.وأيضا إن الحضارات والمدنيات لدى المجتمعات الإنسانية قاطبة، لا تقوم على الاستهلاك وتداعياته الاقتصادية والاجتماعية.. بل على المزيد من توجيه الثروات إلى عمليات الإنتاج في إطار مؤسسات وجمعيات ترجع بالنفع على الجميع.

ورث أولادنا:

نمط السلوك الاستهلاكي يتأصل لدى الطفل منذ الصغر، وعملية التنشئة الاستهلاكية هي عملية مستمرة يتعلم الطفل من خلالها المعارف والمهارات والاتجاهات التي تتناسب مع حصوله على المنتجات. ومما لاشك فيه أن دور الأسرة مهم فالطفل يتعلم السلوك الاستهلاكي داخل أروقتها قبل أن يخرج إلى العالم الخارجي.وتستطيع الأسرة الواعية أن تدرب الطفل على التعامل مع المواقف الاستهلاكية كعملية الشراء ومفهوم الميزانية مثلاً لكن ذلك يحدث نادراً لدى أسرنا فقد طالت حمى الاستهلاك الترفي أصحاب الدخل المحدود في مجاراة للنمط العام. وهناك عدد من العوامل يشير الخبراء إلى تأثيرها في عملية اكتساب الطفل مهارات الاستهلاك وهي التقليد والمحاكاة وأهمية وجود القدوة السليمة وبخاصة "سلوك الأم الاستهلاكي" في فترة الطفولة إذ يساعد على سرعة التعلم وغرس العادات والقيم والاتجاهات الصحيحة نحو الاستهلاك والتركيز على المفاهيم الخاصة بترشيده، ومستوى الدخل النقدي، ووسائل الإعلام وفنون الدعاية والإعلام، وتعليم الأم للطفل، وتفاعل الأمهات مع الأطفال في أثناء اتخاذ القرارات الاستهلاكية، وعامل الدين، والموقع الجغرافي والبيئة الاجتماعية، والعوامل النفسية، والعوامل الاقتصادية فإن الطبقة الاجتماعية تلعب دوراً أكبر من جميع العوامل في تحديد نمط الإنفاق الاستهلاكي والتعامل بالنقود، وتدريب الأسرة للطفل للمشاركة في عمليات الاختيار والشراء، مع تعويد الطفل على الاقتصاد والتوفير وتقليل الفاقد في كل نواحي الحياة الاستهلاكية. والسؤال هل تعرف الأسرة لدينا دورها ومسؤوليتها في تنمية شخصية المستهلك الصغير الذي سيغدو يوماً كبيراً؟!!

أبعد من الاستهلاك:

القضية ليست سلعاً نشتريها وبضائع نستهلكها الموضوع أعمق من ذلك بكثير، يحكى أحد الكتاب التونسيين تجربة غريته فيقول: (عندما ذهبنا نحن أبناء المغرب العربي إلى فرنسا للدراسة كان لدينا يقين بأن فرنسا تفتح لنا كل فضاءاتها لنتعلم ونستفيد من نتاجها الحضاري الرفيع، لكن الرئيس (جورج بومبيدو) ألقى يوماً كلمة قال فيها لكل الفرنسيين: (علموا هؤلاء القادمين من الشرق اللغة والثقافة الفرنسية ليشتروا كل شيء فرنسي بعد ذلك!) يومها كتب الكاتب إلى والدته في ريف تونس طالباً منها كتباً عربية يتحصن بها ضد اختراق (بومبيدو) لوجدانه، قال لها: "لا أريد أغطية أو بقلاوة أو مصاريف زيادة، أريد القبض على ذاتي، لأنهم يصادرونني جهاراً في فرنسا".

لقد تخلصت الشعوب العربية من الاستعمار، لكننا اليوم نعاني استعماراً من نوع آخر.. فالعولمة أدت إلى حدوث اختراق لكل شعوب العالم ومن أهم ما جنته المجتمعات العربية إنها أصبحت مجتمعات استهلاكية. القضية ليست أن ندعو إلى ترشيد الاستهلاك، فنبدأ في الضغط على الأبناء في مصروفاتهم، وإنما الترشيد سياسة للتعامل مع المال الذي هو من عصب الحياة. ترشيد الاستهلاك هو نمط يتوجه إلى إنماء النعم والثروات، عن طريق العمل على تحويل هذه النعم إلى مصادر دخل دائمة لصالح المواطن المستهلك، إنه نقل هذه الثروات من دائرة الاستهلاك إلى دائرة الإنتاج.

ظواهر استهلاكية:

مشكلتنا في التعامل مع المال أن مفهومنا تجاهه ناقص بمعنى أننا نعتبره وسيلة إنفاق عملية ولكن الصحيح أن الاستثمار والإنتاجية يمثلان أوجها أخرى لفاعلية المال وعليه يقرر كتاب (الواقع الاستهلاكي للعالم الإسلامي) لمؤلفه د. زيد الرماني بعض الظواهر السلوكية الاستهلاكية التي تسود العالم الإسلامي مثل:

(ظاهرة المجتمع الاستهلاكي: وهو مجتمع يسوده المال وذلك من ناحيتين من حيث يلهث فيه المرء وراء الكسب ليتمكن من استهلاك أوفر ورفاهية أفضل، ومن حيث أن حركة الاستهلاك موجهة بالفعل ومخطط لها بشكل مدروس ومبرمج).ظاهرة الشراء النزوي (التلقائي): ويقصد بها شراء سلع لم تكن في ذهن المشتري قبل دخول المتجر.، وظاهرة حمى الشراء أو النهم الاستهلاكي: لأن الادمان على الشراء لا يقل خطراً ودماراً نفسياً عن خطر الادمان على الكحول أو المخدرات، ظاهرة الاستهلاك الترفي: وهو الانفاق على سلع كمالية وفي مناسبات غير ضرورية، والإنفاق الاستهلاكي: كنتيجة طبيعية لضعف الالتزام بقواعد النظام الاقتصادي الإسلامي وقد أدى ذلك إلى ارتفاع الميل الحدي للاستهلاك وزيادة الاتكالية والاعتماد على الخدمات الحكومية والزيادة المفرطة في الاستيراد للسلع والخدمات للترفيه والإنفاق البذخي، وكان من نتيجة هذا المسار الانفاقي المغلوط إضافة إلى المسار التنموي المغلوط في البلاد الإسلامية أن لجأت الدول الإسلامية إلى محاولة سد العجز بالاعتماد على الاحتياطي العام وعلى الاستثمار الخارجي.

المصدر: شبكة الألوكة

طرق معالجة الاستهلاك الترفيهي في عالم الكبار:

1 زيادة الوعي الاقتصادي: حيث يتضح للأفراد الآثار السيئة للاستهلاك الترفي، ليس عن طريق توضيح مضار وسلبيات الاستهلاك الترفي وحسب.. وإنما أيضاً عن طريق بيان حسنات استثمار الثروات، بما يرجع بالخير على الفرد والمجتمع.

2 التخلص من القيم الاستهلاكية السلبية، وتهذيب إشباع الحاجات والرغبات، وتشجيع الأفراد على الادخار وفتح قنوات فعالة لاستثمار مدخراتهم.

3 تقديم الكميات المطلوبة والاهتمام بالجودة والنوعية، وإحضار العامل الديني، الذي يؤكد على ضرورة ترشيد الاستهلاك. وينبذ الإسراف والترف بكل أشكاله.

4 توجيه جزء من الثروة إلى عملية الإنتاج، بما يخدم حاضر الإنسان ومستقبله.

العوامل التي أكد الخبراء على تأثيرها في عملية اكتساب الطفل مهارات الاستهلاك:

- التقليد والمحاكاة وأهمية وجود القدوة السليمة وبخاصة "سلوك الأم الاستهلاكي" في فترة الطفولة إذ يساعد على سرعة التعلم وغرس العادات والقيم والاتجاهات الصحيحة نحو الاستهلاك والتركيز على المفاهيم الخاصة بترشيده.
- مستوى الدخل النقدي.
- وسائل الإعلام وفنون الدعاية والإعلام.
- تعليم الأم للطفل، وتفاعل الأمهات مع الأطفال في أثناء اتخاذ القرارات الاستهلاكية.
- عامل الدين.
- الموقع الجغرافي والبيئة الاجتماعية.
- العوامل النفسية.
- العوامل الاقتصادية.. إن الطبقة الاجتماعية تلعب دوراً كبيرا من جميع العوامل في تحديد نمط الإنفاق الاستهلاكي والتعامل بالنقود.
- تدريب الأسرة للطفل للمشاركة في عمليات الاختيار والشراء، مع تعويد الطفل على الاقتصاد والتوفير وتقليل الفاقد في كل نواحي الحياة الاستهلاكية. والسؤال هل تعرف الأسرة لدينا دورها ومسؤولياتها في تنمية شخصية المستهلك الصغير الذي سيغدو يوماً كبيراً؟!!



الغش.. بين غياب الوازع الأخلاقي وضعف العقوبات

خاص - المستهلك

من أهم أسبابه غياب الوازع الديني والأخلاقي لدى المصنعين والموردين وضعف نظام العقوبات التي تطبق على المتعاملين بالغش التجاري وقلة الكوادر المؤهلة للكشف عن هذه السلع وعدم وجود ربط آلي بين الجهات المعنية في قضايا مكافحة هذه الظاهرة وطول الإجراءات المتبعة في قضايا الغش التجاري والاعتماد على شهادة المطابقة من البلد المصدر، يقدر حجم الغش التجاري في الدول العربية ب 50 مليارددولار أي ما يعادل 6.4 % من حجم الغش التجاري العالمي، الغش التجاري هو تزييف البضائع وعدم مطابقتها للمواصفات القياسية أو الشروع في غش أحد المتعاقدين الآخرين في مقدار البضاعة أو جنسها وذلك عن طريق تقديم بيانات تجارية غير حقيقية أو صحيحة عن السلعة أما الأغذية المغشوشة فهي إذا احتوت على مواد ضارة أو سامة تكون خطرة على الصحة أو إذا كان الغذاء معبأ أومخزنا تحت ظروف عير صحية أما التقليد فهو سلوك أو نمط سلوكي يقبله المجتمع دون دوافع أخرى عدا التمسك بسنن الأسلاف.



أسباب الغش

من أهم أسباب الغش التجاري غياب الوازع الديني والأخلاقي لدى المصنعين والموردين وضعف نظام العقوبات التي تطبق على المتعاملين بالغش التجاري وقلة الكوادر المؤهلة للكشف عن هذه السلع وعدم وجود ربط آلي بين الجهات المعنية في قضايا مكافحة هذه الظاهرة وطول الإجراءات المتبعة في قضايا الغش التجاري والاعتماد على شهادة المطابقة من البلد المصدر، والتي قد تكون غير مكتملة من الناحية النظامية وعدم إلتزام الدول بمنع استيراد وتصدير تلك السلع المغشوشة ورخص ثمن البضائع المقلدة وضعف الثقافة والوعي التجاري أهم حافز لاستقطاب المستهلك للبضائع المقلدة رغم عدم توفر مواصفات الجودة بها.

أبعاد الغش التجاري

من أهم الأبعاد الخطيرة للغش التجاري تأثيرها المباشر على الفرد والمستهلك وتأثيرهاعلى الإقتصاد الوطني مما يؤدي إلى عرقلة مسيرة النمو والإزدهار وإلحاق الضرر بأصحاب العلامات التجارية الأصلية .

المستهلك والأغذية المغشوشة

يجب تجنب الأغذية المغشوشة من خلال توفر الوعي الكامل بجميع المواصفات الجيدة للغذاء وتقدير خطورة استخدام الغذاء المغشوش وزيادة ثقافة المستهلك عن نوعية الغذاء وطرق الحفظ الجيدة والتغيرات التي تطرأ على الغذاء والخطر الناتج عن تناول الغذاء المغشوش وعدم الخداع من العلامات التجارية المقلدة ومعرفة مظاهر فساد الغذاءالمختلفة ومعرفة قضايا الغش الغذائي وتتبع الأخبار في الصحف والتليفزيون والإنترنت كما يجب دعم جمعيات حماية المستهلك بالمعلومات حتي تقوم بدورها كاملا ويجب أيضا عدم تأثر المستهلك بالمغريات الإعلانية كما الأسعار المخفضة التي تداري خلفها العيوب الإنتاجية تحت مسمى جودة وهي جودة مزيفة .ومعرفة خواص الغذاء الذي يتم التعامل معة عند الشراء من حيث اللون والرائحة و الطعم والملمس وكذلك نظافة البائع وطرق عرض المواد الغذائية خاصة الأطعمة المكشوفة والتعامل مع التاجر الشريف والمتاجر الكبرى ذات السمعة الطيبة وعند اكتشاف سلعة أو منتج غير جيد يجب إخطار الجهات الرقابية عن تلك المنتجات والابلاغ عن ظواهر الغش ومعرفة الأسعار الحقيقية للسلعة الجيدة حتى لايقع في شراء الأغذية الرخيصة.

50 مليار دولار حجم الغش التجاري

وأكدت الكثير من الدراسات على تفشي هذه الظاهرة عالميا من 5 % إلى 10 % من حجم التداول التجاري العالمي أي ما يعادل 780 مليارددولار سنويا إلا إن حجم الغش التجاري في الدول العربية يقدر ب 50 مليارددولار أي ما يعادل 6.4 % من حجم الغش التجاري العالمي، وما يخص الغش التجاري بالسلطنة فقد وصلت بنسبة 40% وهذه مشكلة كبيرة للمستهلك.

جهود القطاعين العام والخاص

مشاركة القطاعين العام والخاص تمثل أهمية كبيرة في تقليل فوضى استيراد السلع المغشوشة، وكذلك من المهم تكامل دور الأجهزة الرقابية بالأسواق والمصانع والتفتيش على المستورد والصناعات المحلية حتى تتكامل هذه الأدوار لتنمية وعي المستهلك في ظل تفنن لصوص العلامات التجارية في تجويد جرائمهم بطرق مبتكرة.

المواصفات القياسية للأغذية

المواصفات القياسية للسلع الغذائية هو تثبيت الصفات الطبيعية والكيميائية «التركيبة» والحيوية والحسية وغيرها لأي مادة غذائية مطروحة للاستهلاك المباشر أو التصنيعي وبذلك فهي عملية تقييم لمنتجات التصنيع الغذائي حسب مقاييس ومعايير دقيقة قد تكون وحدات وزن أو أطوال أو غيرها أو هي مواصفات علمية لتحديد نسبة المعيب وحماية للمنتج بالتعويض العادل عن القيمة الحقيقية للإنتاج، ويدخل تحت الصفات الطبيعية «مثلا» اللون والشكل والكثافة ونسبة المواد الغريبة تجانس المنتج ودرجة النضج وغيرها بالنسبة للمواد الأولية الخام مثل الفواكه والخضروات والحبوب ومنتجاتها أما من حيث الصفات الكيميائية فتحدد حسب المنتج والهدف من استعماله فتذكر نسبة البروتين أو الرماد أو الرطوبة ودرجة نشاط أنزيمات في مواصفات حبوب القمح ومنتجاته لما لهذه المركبات من تأثيرات على تخزين أو تصنيع الحبوب وقد تتعدى ذلك إلى تعيين نسبة أخرى من المواد الكيميائية للدلالة على نوعية الإنتاج المطروح للاختبار والتقييم .

أنواع المواصفات القياسية

الغش التجاري هوتزييف البضائع وعدم مطابقتها للمواصفات القياسية أو الشروع في عدم المصداقية أو غش أحد المتعاقدين الأخرين في مقدار البضاعة أو جنسها وذلك عن طريق تقديم بيانات تجارية غير حقيقية أو صحيحةعن السلعة.المواصفات القياسية يقوم بوضعها المصنع للإسترشاد بها في عمليات الشراء أوالإنتاج أوالبيع وفيها يتم إعداد مواصفة المصنع باتفاق عام بين الجهات المختلفة ذات العلاقة لتوجيه عمليات التصميم والشراء والإنتاج والبيع والعمليات الأخرى وعادة ما تكون هذه الشركات ذات طبيعية مميزة من ناحية طبيعة الإنتاج وكميته ونوعيته إما المواصفات القياسية للاتحادات التجارية فيتم إعداد المواصفة عن طريق التنسيق بين مجموعة من الهيئات أو الاتحادات أو الجمعيات المهنية ذات المصالح المشتركة مثل اتحاد منتجي الألبان أو غرفة صناعة اللحوم، وغالبا ما تكون متواجدة في الدول المتقدمة والتي تتكامل فيما بينها بصناعات معينة.

50 مليار دولار حجم الغش التجاري في الدول العربية

أهداف المواصفات القياسية

تتمثل أهداف المواصفات القياسية في حماية المستهلك من الأغذية السامة والضارة صحيا وحماية المستهلك من الأغذية غير المقبولة أوالمغشوشة حتى لوكانت غير ضارة صحيا وحمايةالمستهلك ماديا لضمان حصوله على قيمة مايدفعه كما يزيد الثروة القومية عن طريق إرشاد المنتجين إلى أفضل الوسائل التي يجب إتباعها في الإنتاج الأمثل مع خفض التكاليف ورفع الجودة وتسهيل العمليات التجارية وقلةالمنازعات نظرا لتوفر الإشتراطات وأساليب وطرق الفحص.

فترة الصلاحية

هي الفترة الزمنية التي تنقضي من وقت إعدادأوتصنيع أوتعبئة المادة أوالسلعة ويكون فيها المنتج محتفظا بصفاته الأساسية ومقبولا حتى وقت عدم صلاحيتها للإستهلاك الآدمي وهي فترة زمنية تحددها الجهات التشريعية لتتلاءم مع الظروف الطبيعية السائدة أثناء فصول السنة المختلفة. وتهدف إلى ضمان سلامةالمادة الغذائية وسلامة المستهلك وضمان حصوله على أعلى جودة ممكنة وإتاحة الفرصة للمستهلك لإختياراًحدث من المنتجات الغذائية ومع بقاء المادةالغذائية في المخازن لفترة طويلة تؤدي إلى تقليل القيمة الغذائية وسهولة تنظيم دوران السلعة ومراقبة الأغذية في الأسواق وإتاحة الفرصة للمستهلك للمشاركة في عمليات الرقابة ورفع الكفاءة كما يتم تقدير فترة الصلاحية عن طريق رصد المتغير الواحد أوعدة متغيرات في خصائص جودة السلعة تحت ظروف تخزينية معينة وملاحظة معدل التغيرفيها واحتساب فترة ما قبل حدوث هذه التغيرات على أنها فترة الصلاحية والمتغيرحسيا عن طريق (اللون والرائحة والطعم والقوام أوكيميائي مرتبط بطبيعة ونوع السلعة).

العوامل المؤثرة على فترة الصلاحية

أهم العوامل المؤثرة على فترة الصلاحية (النشاط المائي وجهد الأكسدة والأختزال والمحتويات الغذائية والتركيب الكيميائي والمحتويات ذات التأثير المضاد للبكتيريا ووجود هيكل خارجي لحماية طبيعية والتخزين ودرجةالحرارة والوقت والأكسجين والرطوبة النسبية).

الأغذية الفاسدة والمغشوشة

تعتبر الأغذية فاسدة إذا تغير تركيبها أوإذا تغيرت خواصها الطبيعية من حيث الطعم أو الرائحة أو المظهر نتيجة لتحليل كيماوي أو إذا أنتهى تاريخ استعمالها المحدد الملصق على العبوةأو إذا احتوت على يرقات أو ديدان أو حشرات أو فضلات أوعدم مطابقتها للمواصفات المقررة أو إذا خلطت أو مزجت بمادة أخرى تغير من طبيعتها أو جودة صنفها أو إذا أستعيض جزئيا أو كليا عن أحد المواد الداخلة في تركيبها بمادة أخرى تقل عنهاجودة أو إذا نزع جزئيا أو كليا أحد عناصرها أو إذا قصد إخفاء فسادها أو تلفها بأي طريقةكانت أو إذا احتوت على أية مواد ملونة أو حافظة أو إضافات غير ضارة لم ترد في المواصفات المقررة أو إذا احتوت جزئيا أو كليا على عناصر غذائيةفاسدة نباتية أو حيوانية سواء كانت مصنعة أو خاما أو إذا كانت ناتجة من منتجات حيوان مريض أو إذا كانت البيانات الموجودة على عبواتها تخالف حقيقةتركيبها مما يؤدي إلى خداع المستهلك أو الإضرار الصحية بها ويعتبر الغش ضارا بالصحةإذا كانت المواد المغشوشة أو المواد التي تستعمل في الغش ضارة بصحة الإنسان .

توصيات

أن تكون أماكن تداول الأغذية مستوفاة دائم الإشتراطات النظافة الصحية التي يصدر بتحديدها قرار من وزير الصحة وأن يكون المشتغلون في تداول الأغذية خالين من الأمراض المعدية وغيرحاملين لميكروباتها ويصدر بتحديد ذلك قرار من وزير الصحة ولا يجوز إضافةمواد ملونة أو مواد حافظة أو أية إضافات غذائية أخرى إلى الأغذية إلا في الحدودالتي يصدر بها قرار من وزير الصحة، ويجب أن تكون الأغذية في كلخطوة من خطوات تداولها وكذلك الأوعية المستعملة في تصنيعها أو حفظها أو نقلها أوتغليفها خالية من المواد الضارة بالصحة.

إعداد:طاهرة الرواحية
دائرة البيانات والمعلومات التجارية

كيف يمكنك الموازنة بين الاستهلاك والإسراف؟

يشيع بين الناس حديث "نحن قوم لا نأكل حتى نجوع، وإذا أكلنا لا نشبع" فما مدى صحة هذا الحديث؟ وكيف نفهمه؟ هل هو دعوة إلى الزهد والتقشف؟ أم ماذا؟ وما هو الحد الأدنى من الاستهلاك؟ ومن المسؤول عن توفيره؟ وهل للأجيال القادمة حق في الموارد الحالية للمجتمع؟

لقد حث الله -سبحانه وتعالى- على التمتع بالطيبات التي وهبها للإنسان فقال عز وجل: "كلوا من طيبات ما رزقناكم" ولكنه قيد ذلك بقوله عز وجل "ولا تسرفوا" وقوله: "إنه لا يحب المسرفين" وقوله: "ولا تبذر تبذيرًا" .

فما هو معيار الإسراف والتبذير؟ وكيف يمكن تحديده؟ للإجابة عن ذلك نلقي نظرة على نظرية الاستهلاك وعلاقتها بالمنفعة.

يعتبر الاستهلاك مفهوماً منافساً للادخار؛ حيث يعتبر الأخير تأجيلاً للاستهلاك في الوقت الحاضر إلى استهلاك مستقبلي، وبمعنى آخر على مستوى الاقتصاد الكلي هو تنازل الجيل الحالي عن جزء من الاستهلاك الحالي لصالح الأجيال القادمة؛ وذلك لأن الدخل يمكن تقسيمه إلى استهلاك إضافة إلى ادخار ولابد من تحقيق موازنة معقولة بين الاثنين تؤدي إلى الوصول إلى مستوى الإشباع المطلوب.

ينقسم الاستهلاك إلى قسمين رئيسيين:

الاستهلاك المستقل عن مستوى الدخل "التلقائي": وهو ذلك الجزء من الاستهلاك الذي لا يرتبط بالدخل الشخصي للمستهلك، والذي لابد أن يحصل عليه الفرد حتى وإن كان دخله صفراً، وذلك إما بالسحب من مدخراته إن وجدت أو بالاقتراض، باختصار فإن هذا القسم يمثل الحد الأدنى الضروري من الاستهلاك اللازم للحياة.

الاستهلاك المعتمد على مستوى الدخل: وهو ذلك الجزء من الاستهلاك الذي يرتبط بدخل المستهلك فكلما زاد دخله ازدادت أنواع وكميات السلع والخدمات التي يستهلكها وبالتالي فهي علاقة طردية موجبة بين الدخل والاستهلاك.

عناصر النمو في الاستهلاك

وتعتمد الزيادة أو النقصان في مستوى الاستهلاك على ثلاثة عناصر أساسية هي: الثروة - والتوقعات - والضرائب.

الثروة: وتعرف بأنها الفرق بين الأصول "الممتلكات" والخصوم "الالتزامات"، وهي تختلف عن الدخل في كونها مفهومًا تراكميًّا بينما الدخل مفهوم تدفقي (شهري، سنوي..) وتعتبر الثروة ذات تأثير إيجابي على الاستهلاك، فإذا افترضنا شخصين لهما نفس المستوى من الدخل فإننا نتوقع أن الشخص صاحب الثروة الأكبر فيهما سينفق على الاستهلاك بصورة أكبر من الآخر، وأبرز مثال على ثروة الأفراد هو امتلاكهم لأسهم الشركات؛ حيث يؤدي ارتفاع أسعار هذه الأسهم إلى ارتفاع ثروتهم وبالتالي زيادة الإنفاق على الاستهلاك وتنعكس هذه الزيادة في شكل ارتفاع الاستهلاك المستقل عن مستوى الدخل؛ لأنه غير مرتبط بالدخل.

التوقعات: يعتمد الاستهلاك أيضاً على توقعات الأفراد المستقبلين حيال ثروتهم ودخولهم، فأي تغير في مستوى التوقعات سينجم عنه تغير في مستوى الاستهلاك وعليه يميل الأفراد إلى تقليص الاستهلاك في ظروف التشاؤم وعدم التفاؤل والعكس صحيح.

- الضرائب: وتنقسم إلى نوعين ضرائب مقطوعة أي قيمة ثابتة مستقلة عن مستوى الدخل وضرائب الدخل التي تزداد بازدياد الدخل وتنخفض بانخفاضه ويؤدي رفع هذه الضرائب بنوعيها إلى تخفيض الاستهلاك المعتمد على مستوى الدخل وبالتالي تخفيض الاستهلاك الإجمالي.

لماذا نستهلك؟!

هنا يبرز سؤال هام وهو لماذا يقوم الأفراد بالاستهلاك أصلا؟ ما هو الدافع لذلك؟ والجواب هو لأنهم يتوقعون تحقيق منفعة ما من شرائهم لهذه السلع والخدمات، كرغيف خبز مثلاً في حالة جوع أو مشروب بارد في ساعة عطش أو معطف يقي برد الشتاء.. وهكذا، وهو ما يقودنا إلى سؤال آخر ما هي المنفعة؟

المنفعة: هي اللذة أو الإشباع أو تلبية الحاجات التي يفتقدها الأفراد ويتحصلون عليها من جراء استهلاك السلع والخدمات، وتناقص هذه المنفعة أو الإشباع الذي تقدمه السلع والخدمات مع ازدياد الوحدات المستهلكة وهو ما يُعرف بمبدأ تناقص المنفعة الحدية DiminishingMarginal utility والذي نشر لأول مرة في كتاب نظرية الاقتصاد السياسي "للاقتصادي الإنجليزي وليم ستانلي عام 1871م.

ولتوضيح هذا المبدأ نطرح المثال التالي: لنفترض أنك تسير في أحد الشوارع في وقت الظهيرة حيث درجة الحرارة مرتفعة وشعرت بالعطش الشديد، وقررت أن تروي ظمأك وتوقفت بالفعل عند أحد المحلات التي تبيع المشروبات الباردة، قم الآن بتناول كوب من العصير البارد فستشعر بلذة العصير وأنه قد روى جزءاً من عطشك، ولكنك ما زلت في حاجة إلى كوب آخر، قم بتناول الكوب الثاني ستشعر أيضاً بلذة العصير، والإشباع الذي يعطيه لك، ولكن اللذة ستكون بصورة أقل من الكوب الأول،

قم بتناول الكوب الثالث ستشعر أيضاً باللذة والإشباع ولكن بصورة أقل من الكوب الثاني، وهكذا استمر في هذه العملية على قدر ما تستطيع بشرط أن يكون معك النقود الكافية طبعاً، ماذا تلاحظ؟ ستلاحظ أن حجم المنفعة أو اللذة التي تشعر بها يتناقص مع كل كوب إضافي تتناوله، بل وأكثر من ذلك ستشعر مع الأكواب الأخيرة بعدم الرغبة وضيق في التنفس بسبب كثرة الشرب، كما يمكن أن تصاب بحالة من الغثيان أيضاً وأن آخر كوب شربته لم تستطع إكماله، فما هو تفسير ذلك؟

لقد ظلت المنفعة التي يقدمها كل كوب تتناقص حتى وصلت إلى الصفر بمعنى أنه عند تلك اللحظة فإن شرب أي كوب إضافي لن يضيف أي منفعة بل على العكس ستكون المنفعة سلبية، وهو ما يفسر حالة الغثيان وضيق التنفس الأمر الذي يحتم التوقف عن استهلاك العصير قبل الوصول إلى هذه المرحلة بقليل.تعتبر المنفعة فكرة موضوعية ولم يخترع لها آلة وجهاز لقياس المنفعة تشبه جهاز قياس ضغط الدم مثلاً والأرقام التي تقدم في هذا الصدد ما هي إلا وسيلة لإيضاح الفكرة فقد تستطيع حساب عدد السعرات الحرارية في وجبة الغداء أو العشاء التي ستتناولها، ولكن لا تستطيع حساب عدد وحدات المنفعة، فالمنفعة شعور يحس به المستهلك نفسه، إلا أن درجاتها تختلف من مستهلك لآخر.

ومن هنا يتضح لنا أن السلوك الاستهلاكي يفترض أن يبدأ عندما تعطي السلعة أو الخدمة المستهلكة أعظم إشباع ممكن ويستمر استهلاكها حتى يصل هذا الإشباع أو المنفعة إلى الصفر، وهي النقطة التي يفترض أن يتوقف الاستهلاك عندها أو قبلها بقليل، وعليه فإن القول بأننا "نحن قوم لا نأكل حتى نجوع وإذا أكلنا لا نشبع" هو قاعدة استهلاكية سليمة تعني ضرورة توفر مبدأين أساسيين:

1 - أن يتم الاستهلاك عندما تعطي السلعة أعظم إشباع ممكن، وهذا لا يتحقق إلا بوجود شعور حقيقي بالحاجة إليها (حتى نجوع).

2 - أن يتوقف الاستهلاك عند انتفاء المنفعة أو الإشباع الذي تقدمه وهي مرحلة الشبع في الحديث المذكور أعلاه، والتي ينبغي التوقف قبلها بقليل، وبالتالي تكون السلعة قد حققت الغرض الذي ابتيعت من أجله وانتفت الحاجة إلى استهلاك المزيد منها.

> **يعتمد الاستهلاك أيضاً على توقعات الأفراد المستقبلين حيال ثروتهم ودخولهم، فأي تغير في مستوى التوقعات سينجم عنه تغير في مستوى الاستهلاك**



حدود الإسراف والتبذير

رغم أن هذا الحديث لا أصل له بهذا اللفظ في كتب الحديث وإن وردت أحاديث بنفس معناه فإنه يمكن الأخذ به على أساس أنه قاعدة استهلاكية اقتصادية، فالحكمة ضالة المؤمن أينما وجدها فهو أحق الناس بها خاصة وأنه شائع بين الناس، كما أنه باستخدام مفهوم المنفعة يمكن توضيح حدود الإسراف والتبذير: فكل استهلاك لا يبدأ عند النقطة (A) أي عندما تعطي السلعة أعظم إشباع ممكن يعتبر تبذيراً من أساسه؛ لأنه لا وجود لحاجة حقيقية لهذه السلعة. وكل استهلاك يتجاوز النقطة (B) يُعتبر إسرافاً؛ لأنه تجاوز المقدار الكافي لتلبية الحاجة المفقودة والذي عادة ما يقع من المستهلكين؛ لأنهم لا يسعون إلى معرفة ذلك المقدار من السلع والخدمات الذي يلبي حاجاتهم بالفعل ولو على وجه التقريب، وهو أمر يختلف من شخص لآخر ولا يتم معرفته إلا مع التدريب عليه حتى يصبح جزءاً من سلوكيات الشخص نفسه، ولكي يفعل ذلك لابد أن يدرك المفاهيم التي وردت آنفاً ولو بشكل مبسط.

وعادة ما يكون الاستهلاك الذي لا يحقق المبدأين السابقين استهلاكاً تفاخرياً لأغراض المباهاة وليس لتلبية حاجة حقيقية وهو سلوك ينبع من التنافس في تقليد الآخرين والرغبة في التميز، وهو ما حذر منه صلى الله عليه وسلم حينما حذر من التنافس في الدنيا، فالاستهلاك في حد ذاته ليس مذموماً، ولكن المذموم فيه هو الإسراف والتبذير من الناحية الشرعية ومن الناحية الاقتصادية، وقد دفع ذلك معظم البلدان إلى فرض ضرائب عالية على استيراد وتوزيع السلع التي تتسم بطابع الترف والمباهاة للحد من السلوكيات الاستهلاكية السلبية على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي، كما حددت معظم البلدان حداً أدنى لمستوى الدخل الذي يجب أن يتحصل عليه أي عامل أو موظف في الدولة، والذي يمثل الحد الأدنى لمستوى المعيشة في البلد المعني، وإذا لم يوفق في الحصول على عمل يوفر له هذا الدخل؛ فيلتزم المجتمع بتوفيره له على هيئة إعانة مالية ليتمكن من اقتناء السلع الضرورية.

المصدر: ساحة مناهج الامارات العامة

WWW.CUR.AE

كان الخوف من أن تصبح كمية الطعام غير كافية لإطعام ملايين الأفواه إلا أن الخطر على الصحة في القرن الحالي وفي مختلف أرجاء العالم أصبح لا يكمن في الغذاء الكافي بقدر ما يكمن في التغذية غير الصحية



هل تعرف ما تحتويه أغذيتك اليومية؟

الحصول على الغذاء المناسب منذ بدء الخليقة من أهم العوامل التي دفعت الإنسان إلى الخروج من الكهوف ومحاولة تحسين وضعه في البيئة التي يعيش فيها ولايزال الحصول على الغذاء بالرغم من التقدم العلمي في الوقت الحاضر من أهم المشاكل التي تواجه عالما يزداد عدد سكانه بسرعة غير معقولة وحتى آخر القرن التاسع عشر كان حل مشكلة التغذية يكمن في تزويد كل فرد بكمية كافية من البروتينات والدهون والسكريات، ولقد كان الخوف من أن تصبح كمية الطعام غير كافية لإطعام ملايين الأفواه إلا أن الخطر على الصحة في القرن الحالي وفي مختلف أرجاء العالم أصبح لا يكمن في الغذاء الكافي بقدر ما يكمن في التغذية غير الصحية، بمعنى أنه أصبح الحصول على الغذاء المناسب وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب من أهم عوامل التمتع بالحياة السليمة، وقد أصبحت مهمة حفظ الغذاء في هذا العصر ضرورة لدعم المدد الغذائي وأصبح من الضروري معرفة تأثير المواد المضافة إلى الأغذية أثناء عمليات الحفظ لتقاوم عوامل الفساد الحيوية والكيماوية لضمان صلاحية المادة الغذائية بدون تلف سواء بالنسبة للحفظ المؤقت أو الدائم ولذلك يسود القلق عند أغلبية الناس ويسود الإرتباك حول المواد المستخدمة في تلك الأغراض إذ أن البيانات التوضيحية على أغلفة وعبوات المواد الغذائية فيما عدا تلك الخاصة بالملح والسكر والدقيق قد تحتوي على كلمات طويلة معقدة وما هي إلا أسماء غريبة غير مألوفة لمواد كيميائية مختلفة سواء أكانت مواد حافظة أضيفت للمنتجات الغذائية أثناء العمليات التصنيعية أو مركبات أخرى تختلف فعاليتها باختلافها تركيزاتها المتباينة.

لهذه الأسباب فإنه قد حان الوقت لأن يقوم المختصون بترشيد المستهلكين وتوعيتهم، بماهية المواد المضافة لأطعمتهم وآثارها على صحة أبدانهم.

تعريف المواد المضافة:

تعتبر المادة المضافة مادة أو خليطاً من المواد بخلاف العناصر الأساسية التي تتكون منها المواد الغذائية وتضاف إلى المواد الغذائية عموما أو الخامات الزراعية تحت ظروف خاصة خلال خطوات التصنيع الغذائي لعدة أغراض أهمها:

1- زيادة فترة حفظ المادة الغذائية خصوصا إذا كان هذا الغذاء ينتج في أوقات موسمية.
2- تعبئتها بغية توسيع نطاق توزيعها أو تخزينها لمدة طويلة تتراوح بين عدة شهور أو عدة سنوات.

ولكي تعرف بسهولة هذه المواد المضافة عندما تراها مكتوبة ضمن عناصر الطعام المصنع الذي تعتزم شراءه دعنا نستعرض معا بعضا منها ذاكرين مسمياتها الكيميائية ونتائج إضافتها:-

المواد الحافظة:

وهي ذات تأثير ضار بالنسبة للأحياء الدقيقة (البكتريا والفطريات والخمائر) حيث تمنع نشاطها وتكاثرها. بمعنى أن لها تأثيرا حافظا بالنسبة للمادة الغذائية ومن أهم المواد الحافظة الطبيعية - السكر والملح والأحماض العضوية مثل حمض الخليك وحمض اللاكتيك والتوابل وزيوتها وثاني أكسيد الكربون الذي يستخدم كعامل مساعد فيحفظ المياه الغازية وهذه المواد يمكن إضافتها إلى الغذاء بأي تركيز يتفقمع ذوق المستهلك وطبيعة المواد المحفوظة.

المواد الحافظة الكيماوية:

1 - حامض البنزويك وأملاحه ويستخدم في كل من:عصائر الفاكهة - المشروبات الغازية - المربي - المانجو.

2 - حامض السوربيك وأملاحه ويستخدم في:
العصائر والمشروبات - المخللات - الجبن المطبوخ- منتجات المخابز - الحلوى - اللحوم ومنتجاتها - الجبن الأبيض.

3 - حامض البربيونيك وأملاحه.

4 - ثاني أكسيد الكبريت ويستخدم في:الزبيب - المشمش المجفف - السكر الناعم عسل الجلوكوز- خضر مجففة - بيض مجفف - جيلاتين - بسكويت- الحلوى - الفاكهة المجففة عموما .

ويستخدم ثاني أكسيد الكبريت بإسراف شديد في منتجات الفاكهة المجففة ليعطي اللون الفاتح - واللامع وهذه المادة غير مرغوب فيها لما تسببه من أضرار صحية عديدة (تؤثر على فيتامين ب - وتسبب أعراض الحساسية واضطراب الجهاز الهضمي).

5 - أملاح النيتريت والنيترات التي تضاف إلى ملح الطعام لإنتاج ما يسمى بملحالبارود، والذي يستخدم في تصنيع منتجات اللحوم (البسطرمة) يمكن أن تكون مركبات ضارة بالصحة تسمى نيتروز أمين.

هذه المواد إلى جانب أنها مثبطة لنمو الأحياء الدقيقة فإنها سامة كذلك بالنسبة للإنسان إذا جاوزت الحد المسموح به، ونظرا لأن المواد الحافظة تؤخذ لفترات طويلة - منذ الطفولة - فإن التسبب في بعض الأمراض أمر شديد الاحتمال لذا من الضروري التقليل من المواد الغذائية المحفوظة قدر الإمكان.

المستحلبات:

تستخدم هذه المواد في مزج السوائل لتجعل للمنتج قواما هلاميا كما تمنع المادة الغذائية من أن تصبح مائية وتحفظها من التبلور غير أن بعض أصحاب المصانع يستخدمونها لإنتاج منتجات أدنى قيمة ليحققوا ربحا أوفر.

مكسبات الطعم والرائحة:

وتستعمل غالبا لتعطى الناتج صفات مميزة من حيث المذاق والرائحة، وهذه المواد لايتسنى تدوينها منفصلة ولكنها تجمع تحت عنوان (المنكهات الطبيعية والكيمائية)) على البطاقة الخاصة بالمنتج ولذلك لا يعرف المستهلك الكثيرمن تلك المواد المضافة لمنتج معين وغالبا ما تستعمل هذه المنكهات لكي تغطي نقصا في خواص المنتج أو مكوناته. تستخدم المركبات الصناعية مثل إيثيل الفانيلين والذي يعطي رائحة الفانيليا ومركب باي ببرونيل إيزوبيترات الذي يعطيرائحة الفواكة خاصة الفراولة .. وغيرها من المواد المخلقة صناعيا، هذه المواد بالطبع تستخدم في العديد من الأغذية (البسكويت - الشيكولاتة - الحلوى - منتجات المخابز) خاصة التي يقبل عليها الأطفال .

المنكهات المنشطة:

تضاف هذه المواد للطعام المنتج لتقوم بتعويض ما هلك في الغالب من المنكهات الأصلية أثناء التصنيع ومن أشهرها Mono sodiumglutamate وهي تسبب الحساسية لدى بعض الناس، وننبه إلى أنه يجب أن يتجنبها أيضا الممنوعون من تناول الصوديوم مع الطعام وكذلك بالنسبة للحوامل لارتفاع نسبة الصوديوم في تلك المادة

المثبتات والمكثفات:

تضاف هذه المواد لإكساب الناتج لونا مميزا ومظهرا ونكهة خاصة كما تكسب الناتج قليل الكثافة قواما معينا ومنها :-gelatincarrageenan celluloes

المواد المانعة للأكسدة وهي مجموعة من المواد لها القدرة على منع أو تأخير حدوث التزنخ الناتج عن أكسدة الزيوت والدهون مما يسبب تغير اللون والرائحة وتنقسم هذه المواد إلى مجموعتين:-

الأولى: طبيعية ومن أهمها:ألفا توكوفيرول (فيتامين ه) (فيتامين ج) حمض الفوسفوريك - حمض النيتريك.

الثانية: صناعية ومن أهمها:
BHT) ButylatedHydroxy toluene)
BHA) ButylatedHydroxy anisole)
PG) PropylGallate)

ولقد لوحظ أن هذه المواد ذات تأثير ضار بالنسبة لذوي الحساسية وكذلك بالنسبة للنمو عند الأطفال. ولذلك فيتوجب عليك كمستهلك يهتم بالصحة الجيدة أن تنظر عند شراء المنتجات إلى البطاقة لتتعرف على العناصر التي يحتوى عليها المنتج وابتعد قدر الإمكان عن تلك النوعيات التي تدخل فيها كميات كبيرة من تلك المواد المضافة والابتعاد عن تناول الأغذية المضافة إليها ألوان صناعية وخاصة الحلوى التيبقبل عليها الأطفال، والاتجاه إلى استهلاك الفواكه والخضروات الطازجةوالمنتجات الطبيعية النقية.

المراجع:

1 - صديق فهمي ، محب الدين، مجدي "مضافات الاغذية ، الطفل والبيئة والام".
2 - نيكرسون ، جون ت، رونسيفال، لويس ج "اسس علوم الاغذية ، اضافات كيميائية".
3 - لوك ايرش: المواد الحافظة للأغذية



أثر التنشئة الاستهلاكية على سلوكيات الأطفال

تؤثر الأسرة على القدرات المعرفية العامة التي تؤثر على نمو مهارات الطفل الاستهلاكية

يمكن للأسرة أن تساعد على عملية تدريب قدرات الطفل المعرفية في المواقف الاستهلاكية

يمكن أن تؤثر بشكل مباشر على سلوك أطفالها الاستهلاكي أو تعليمهم مهارات استهلاكية مثل تشجيعهم على اختيار هدايا الأعياد ومناقشة ميزانية الأسرة أمامهم واصطحابهم إلى السوق

د. زيد بن محمد الرماني -مستشار اقتصادي معهد البحوث والخدمات الاستشارية بالرياض

التربية السليمة تتطلب إكساب الطفل حقائق وقيماً ومهارات واتجاهات معينة، منها الاتجاه نحو ترشيد الاستهلاك. وحيث إن كثيراً من المعلومات والنيات المتعلقة بترشيد الاستهلاك وتوجيه المستهلك وتكوين الاتجاهات السليمة لديه ليست فطرية وإنما هي مكتسبة، فلابد إذن من دراستها وممارستها وربطها بجوانب الحياة اليومية ومتطلباتها الأساسية. وحيث إن الطفل فرد في أسرة، مستهلك للغذاء والملابس واللعب والمصروف وممتلكات الأسرة من أجهزة وأدوات، لذا فإن الاهتمام بمراقبة الطفل وتوجيه سلوكه التوجيه السليم أمر ضروري حتى يمكنه أن يشارك بنصيب من الجهد والعمل في تنظيم الاستهلاك. في هذا التحقيق نحاول أن نسلط الضوء على مسألة مهمة هي التنشئة الاستهلاكية وأثرها على سلوكيات الطفل.

التطبيع الاجتماعي للطفل ونمط استهلاكه:

تحدثنا عزيزة عاكف عن ذلك فتقول: لا شك أن التطبيع الاجتماعي للطفل له أثره في تحديد أنماط سلوكه الاستهلاكي، إذ إن ترشيد الاستهلاك من أهم أهداف المجتمعات بعامة، فالدول تعمل على ترشيد استهلاك المواطنين وتحضهم على تنظيم الاستهلاك الفردي والأسري. لذا، فإن نمط استهلاك الفرد يتوقف على مدى وعيه بأهداف الدولة وسياستهاالاقتصادية، كما يتوقف على نوعية المعلومات والعادات والاتجاهات التي تكونت وتأصلت لديه منذ الصغر بالممارسة اليومية.

ماهية التنشئة الاستهلاكية:

عن ذلك تحدثنا الدكتورة نوال رمضان فتقول: إن العملية المستمرة والتي يتعلم من خلالها الطفل المعارف والمهارات والاتجاهات التي تتناسب مع السلوك الاستهلاكي المتعلق بالحصول على المنتجات أو الخدمات واستهلاكها، تُعرف بالتنشئة الاستهلاكية. أما المجالات التي يتضح فيها سلوك الطفل الاستهلاكي، فتوضحها لنا الدكتورة فاطمة البكر بقولها: من الحكمة تدريب الطفل في سن

مبكرة من حياته وفي مستويات الدخل المختلفة على استعمال النقود، ومن الأفضل أن يأخذ الطفل قرار الشراء حسب النقود التي معه. وينبغي مراعاة أن تكون المبالغ المعطاة للطفل مناسبة لسنّه، وأن تعطى له بانتظام. وواجب الأسرة تشجيع الطفل على البدء في ممارسة عملية الشراء عن طريق اختيار شيء معين ثم دفع ثمنه. كما يستحسن أن تتاح للطفل الفرص لشراء الملابس والألعاب والغذاء، حتى يدرك أن السلع المختلفة لها أسعار مختلفة. ثم إن ذهاب الطفل إلى المتجر للشراء بنفسه يشعره بالارتياح والثقة في النفس والاستقلال، لتنمية قوة الشخصية لديه.

الملابس وسلوكيات الأطفال الاستهلاكية:

تقول الدكتورة البكر: إن الملابس تلعب دوراً مهماً في الإنفاق الاستهلاكي، وفي تكوين شخصية الطفل، وتكوين صداقات جديدة، وزيادة شعوره بالثقة بالنفس. فعلى الأسرة أن تنمّي لدى الأطفال عادات وسلوكيات سليمة في اختيار الملابس من حيث الجودة والثمن.

الغذاء وسلوكيات الأطفال الاستهلاكية:

وتشير الدكتورة البكر إلى أن الغذاء يلعب دوراً مهماً هو الآخر في جميع مراحل العمر. إذ ينبغي إكساب الطفل عادات غذائية صحية سليمة حتى يكون له أكبر الأثر في اتباع الطفل سلوكاً صحياً وغذائياً سليماً سوياً عند الكبر.

وتبيِّن الدكتورة رمضان دور الأسرة في التنشئة الاستهلاكية للطفل، فتقول: إن الأطفال يتعلمون السلوك من خلال سلسلة من المواقف ومعاملة الآخرين لهم والأماكن التي يحدث فيها السلوك الاستهلاكي، هذه الأمور تقدم الفرصة للطفل لكي يتعلم السلوك الاستهلاكي.

وتستعرض الدكتورة رمضان الطرق التي تؤثر بها الأسرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل فتقول: تؤثر الأسرة على القدرات المعرفية العامة، تلك التي تؤثر على نمو مهارات الطفل الاستهلاكية، ويمكن للأسرة أن تساعد على عملية تدريب قدرات الطفل المعرفية في المواقف الاستهلاكية، ويمكن للأسرة أن تؤثر بشكل مباشر على سلوك أطفالها الاستهلاكي أو تعليمهم مهارات استهلاكية مثل تشجيعهم على اختيار هدايا الأعياد ومناقشة ميزانية الأسرة أمامهم واصطحابهم إلى السوق. إن نمط السلوك الاستهلاكي لدى الطفل يتأصل لديه منذ الصغر، ولذا فهو يتأثر بالكثير من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية.

نمط السلوك الاستهلاكي لدى الطفل يتأصل لديه منذ الصغر ولذا فهو يتأثر بالكثير من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية



الطفل المستهلك والعوامل المؤثرة عليه:

تقول الدكتورة البكر: أهم العوامل المؤثرة على الطفل تتمثل في: التقليد والمحاكاة والدخل النقدي ووسائل الإعلام وفنون الدعاية والإعلان، وقد قام علماء وباحثون عديدون بتحليل عدد من العوامل مثل الدين والموقع الجغرافي والبيئة الاجتماعية والعوامل النفسية والاقتصادية. وأشاروا إلى أن الطبقة الاجتماعية تلعب دوراً أكبر من جميع العوامل في تحديد نمط الإنفاق الاستهلاكي والتعامل بالنقود.

وفي جولة مع المواطنين حول اصطحاب الأطفال للأسواق كوسيلة تربوية اقتصادية يعرض لنا عبدالله الحواس الانطباعات التالية:

بعض الآباء يحرجون داخل الأسواق من بعض أطفالهم فيدفعون مبالغ خيالية لمشتريات أطفالهم. وبعض الآباء يفضلون إتاحة الفرصة للطفل للتسوق لتكون له شخصية مستقلة. أما بعض الآباء فيحذرون من الانسياق وراء رغبات الأطفال ومطالبهم التي قد تؤدي إلى الإسراف.

وعن الطرق التي يتعلم من خلالها الطفل السلوك الاستهلاكي، تقول الدكتورة رمضان إن هناك عدة أمور، أهمها: تعليم الأم للطفل، وسلوك الأم الاستهلاكي، وتفاعل الأمهات مع الأطفال أثناء اتخاذ القرارات الاستهلاكية، وقيام الأطفال بأنفسهم بالسلوك الاستهلاكي. وقد أظهرت بعض الدراسات أن سلوك الأم الاستهلاكي والمعلومات الخاصة بهذا السلوك والتي تسعى الأم لتعليمها للطفل، لها تأثير في تقويم الطفل للسلعة.

القدوة الاستهلاكية في حياة الطفل:

يحدثنا الدكتور زيد الرماني فيقول: إن وجود القدوة السليمة وبخاصة في فترة الطفولة يساعد على سرعة التعلم وغرس العادات والقيم والاتجاهات الصحيحة نحو الاستهلاك والتركيز على المفاهيم الخاصة بترشيد الاستهلاك. كما أن توافر الفرصة المناسبة للطفل من الصغر للمشاركة في عمليات الاختيار والشراء تنمّي لديه القدرة على حسن الاختيار، مع تعويد الطفل على الاقتصاد والتوفير وتقليل الفاقد في كل نواحي الحياة الاستهلاكية.

في الختام نؤكد على مجموعة من الأمور المهمة:

أولاً: أهمية تقديم القدوة الصالحة في مجال الأنماط الاستهلاكية الرشيدة، وضرورة مشاركة الوالدين الطفل في عمليات الشراء.

ثانياً: أهمية دور وسائل الإعلام والإعلان في توعية الأطفال بأهمية السلوك الاستهلاكي المتزن، وتوجيه برامج إعلامية لتوعية الأطفال بأهمية وكيفية ترشيد استهلاكهم.

ثالثاً: حبذا لو عرضت أصول التربية الاقتصادية السليمة على أفراد المجتمع ودعتهم للأخذ بها وحضهم على التنشئة الاستهلاكية الصحيحة.

رابعاً: التأكيد على أنه إذا تصرف كل شخص كما يشاء في المدى القريب، فإننا جميعاً الخاسرون على المدى البعيد.

نصائح للمتسوقين قبل شرائهم السلع والحصول على الخدمات



■ التفكير ملياً فيما ستقوم بشرائه والغرض من استخدامه.
■ البحث عن منافذ البيع بالتجزئة التي تبيع المنتج أو السلعة التي تنوي شراءها.
■ تقييم الخيارات المتنوعة من حيث السعر، والجودة، وكيفية تلبية احتياجاتك.
■ زيارة المحلات التجارية للحصول على ثلاث عروض أسعار مختلفة على الأقل. ولا تكتفي بمقارنة القيمة فحسب بل يجب التعرف على المنتجات المختلفة والتأكد من جودتها وخدمة ما بعد البيع وما يناسبك.
■ اطلب المشورة في حال لم تكن متأكداً.
■ تقييم عدد من تجار التجزئة للتعرف على سياساتهم فيما يختص بحقوق المستهلك في حال إرجاع المنتج، والعيوب وإعادة القيمة المدفوعة.

أثناء البيع

■ اطلب من البائع بيانات المنتج، وسندات الضمان، ومدة الضمان، وشهادة المنشأ، وتعليمات التخزين، وتاريخ الانتهاء، وطريقة الاستخدام أثناء تواجدك في المتجر.
■ لا تتقبل أية ضغوط بشأن شراء أي منتج في حال لم تكن مستعداً لذلك.
■ عند شراء المنتجات يجب أن تدفع نفس السعر المدون على السلعة.
■ عند دفع قيمة السلع تأكد من حصولك واحتفاظك بإيصال الشراء ومن صحة البيانات قبل مغادرة المتجر.
■ كلما أمكن يجب الحصول على بيانات الضمان ومدة الضمان والتأكد من صحتها قبل مغادرة المتجر.
■ قم بفحص السلع بدقة داخل المتجر أو فور وصولك للمنزل.
■ التأكد من احتواء الإيصال على بيانات المتجر ووصف تفصيلي للسلع المشتراة والتاريخ والسعر.

مابعد شراء البضائع والحصول على الخدمة

■ إذا كانت السلع متضررة أو لا تتوافق مع مواصفات السلعة، لا تقبلها وقم بالاتصال أو مراجعة البائع في أسرع وقت.
■ حاول شرح الموضوع للتاجر وقم بتوضيح العيب تفصيلياً قدر الإمكان وتأكد من تقديم جميع الوثائق (الإيصال الأصلي والضمانات).
■ قم بمنح التاجر فرصة لإصلاح المشكلة.
■ إذا لم تكن راضياً عن رد فعل البائع، قم بالاتصال بالجهات المسؤولة.
■ في حال تعرضت للتضليل واكتشفت أن المنتج الذي اشتريته مخالف للمواصفات، قم بالاتصال بالتاجر وامنحه فرصة لحل المشكلة.
■ احتفظ بالفواتير والضمانات والإيصالات، فقد تحتاج إليها لاحقاً .

البيض لذيذ ومفيد ولكن حذار..



المهندسة نادين عون شرفان (مراقبة مساعدة بمديرية حماية المستهلك بوزارة الاقتصاد والتجارة بلبنان) عدد خاص عن نهار الشباب (نشرة حماية المستهلك)

البيض يشكل عنصرا لذيذا من غذائنا اليومي. إنه يعد من المصادر الحيوية للبروتين، ويحتوي على الفيتامينات التي تذوب في الدهون مثل فيتامين "أ" المفيد للبصر وفيتامين "د" المفيد للجلد. ولكن يجدر الذكر أن بيضة كبيرة تحتوي على حوالي 213 ملغ من الكوليسترول و5غ من الدهون منها 2غ من الدهون المشبّعة الضارة. بما أن استهلاك البيض هو شائع ومن أسس الغذاء وبالأخص للأولاد في طور النمو، وبما أن الدجاجة تضع البيض في مكان غير نظيف نسبيا مما يجعل التلوّث الخارجي محتّما، يتعين علينا الالتزام بنصائح السلامة بسبب الأخطار التي تترافق من إنتاج، نقل، بيع، تخزين وطهو البيض.

شروط تخزين البيض

إن درجة حرارة الغرفة (أي ما يعادل 25 درجة مئوية) تدعم نمو بكتيريا السالمونيلا وانتشارها. لذا ينصح بالانتباه عند شراء البيض ألا يكون معروضا في مكان مواجه للشمس. يجب الامتناع عن وضع البيض خارج البراد لأكثر من ساعتين بعد التبريد لأن التعرّق يسهل نمو البكتيريا.

مدة صلاحية البيض

من المفضل شراء البيض مبردا لتفادي تكاثر السالمونيلا في شكل سريع. من الضروري قراءة تواريخ الصلاحية على العلبة التي لا يجب أن تتخطى مدة 3-5 أسابيع من تاريخ الإنتاج.



كيف يعرف المستهلك إذا كان البيض طازجا؟

ملء وعاء عميق أو مقلاة مع ما يكفي من المياه الباردة لتغطية البيضة بمقدار ضعفي حجمها.

وضع البيض في الماء:

إذا سقط البيض في أرض الوعاء ومال إلى جنبه فهذا يعني أنه طازج إذ أن جيب الهواء لا يزال صغيرا جدا.

إذا سقط البيض في أرض الوعاء وبقي منتصبا فذلك يعني أن خلية الهواء أكبر، والبيض ليس طازجا تماما لكنه صالح للاستهلاك من دون أي خشية. إذا طفا البيض على السطح فذلك يعني أن جيب الهواء داخل البيضة أصبح كبيرا وينبغي عدم استهلاكه أبدا. وهناك مؤشر آخر لمعرفة كم أن البيض طازج. عند كسر البيض يجب ألا ينتشر البياض كثيرا وأن يظل الصفار جامدا ومنتفخا. إذا كان لون البيض غائما فهذا دليل أن البيض طازج. كلما أصبح اللون أنقى كلما كانت البيضة أكبر سنا.

بعض النصائح للمستهلكين

■ مراقبة تاريخ انتهاء الصلاحية ودرجة حرارة التخزين أو مكان العرض في نقاط البيع.
■ تجنب شراء البيض المتسخ ببراز الدجاج.
■ إذا أردت غسل البيضة، يجب طهوها فورا. لا ينصح بغسل البيض ومن ثم تخزينه.
■ تجنب تناول البيض النيئ أو نصف النيئ ولا سيما بالنسبة للرضّع والمسنين والنساء الحوامل.
■ ينبغي أن يطهى البيض جيدا حتى يصبح الصفار والبياض قاسيين.

هيئة حماية المستهلك... لها الشكر



طوال الفترة الماضية من عمر الهيئة العامة لحماية المستهلك بدأت جهود الهيئة تتضح رويدا رويدا في ضوء سوق مثقل بالطالح والصالح وبضائع تتكدس من الشرق والغرب وأخرى لا يعرف لها مصدر وأخرى بلا تاريخ صلاحية.

إن متابعة ورصد مثل هذه الحالات ليتطلب وقتا وجهدا لا ينفكان عن بعضهما البعض وأيضا ليأتي دور المستهلك في هذا الشأن كراصد مساعد إلى جانب الهيئة لكل شارد ووارد يسيئ للبلاد وساكنيه خاصة بالنسبة للسلع الاستهلاكية الغير آمنة صحيا.

وفيما يموج عالمنا بشتى الأصناف والأنواع من البضائع المقلدة ولدرجة الاتقان في التصنيع وكلها تستهدف الكسب السريع على حساب صحة الإنسان والمتاجرة بكل ما من شأنه الإضرار به والغش المتعمد للمواصفات والمقاييس العالمية المنظمة لتلك السلع، وذلك خلافا للأهداف المتوخاة بعدم الإضرار بالمستهلك.

هنا تأتي أدوار المنظمات الدولية المعنية بحماية المستهلك من أدوات التقليد والتزييف المضرة والمنتهكة للأعراف والقواعد الدولية وسط انتقال العالم من تعدد الأقطاب والمحاور إلى عالم واحد تمرر من خلاله مختلف السلع والبضائع عبر مختلف البلدان وبطرق مختلفة سيما بأن يصل الأمر لحد تزييف تاريخ انتهاء عمر تلك السلعة وتحت غطاء مختلف المسميات وللدرجة التي أصبح الممنوع فيها من التداول في اليابان وأمريكا مسموح به في أفريقيا والدول العربية وأغلب دول العالم النامي.

إن وراء هذه الظاهرة أسباب عديدة تخدم تلك التصرفات منها لا الحصر: الجشع والطمع أضف إلى ذلك وجود عصابات دولية تتاجر بمختلف البضائع والسلع لا يردعها قانون أو ضمير ولا يهمها سوى تحصيل الأموال وسرقة ما في جيوب الناس وصحة أبدانهم.

هنا أيضا تأتي دور جمعيات حماية المجتمع والمتمثلة في سلطات قانونية أو أمنية أم بجمعيات حماية المستهلك كحالنا هنا في السلطنة لما لها من دور أمين تؤديه من أجل ضمان الاجادة والحفاظ على سلامة العامة في غذائهم وسائر معاملاتهم وكذلك لصون حقوق أصحاب العلامات التجارية المعهودة بالمصداقية في إنتاجها وجودتها من الغش والتقليد.

لقد أثبتت هيئة حماية المستهلك في السلطنة بما لا يدع مجالا للشك مدى أهميتها ودورها الفاعل بالرغم من عمرها القصير لكن ما أوجدته من ملاذات قانونية في حماية الناس من مختلف أنواع الاستغلال والاحتكار والتدليس وما حققته لكل الأطراف لجدير بالتقدير.

من جهة أخرى على الهيئة أن تقوم بمد مظلتها الحمائية للموانئ والمنافذ الحدودية إلى جانب السلطات الرقابية الأخرى استباقا من دخول تلك السلع إلى الأسواق واختلاطها بالصالح منها فالوقاية خير من العلاج.

وفي هذا نود الإشادة بقرارات الهيئة العامة لحماية المستهلك وبالخطوات التي أقدمت عليها ومتابعاتها المستمرة لمنع الاحتكار وحظر وسحب بعض المنتجات من السوق العماني بالإضافة للجوانب التوعوية التي تقوم بها، حماية المجتمع والمقيم من الممارسات والأساليب المضرة وتحقيق مبدأ الشفافية والوضوح في العمل مع الجميع لما فيه صلاح البلاد والعباد.

هيئة حماية المستهلك في السلطنة أثبتت بما لا يدع مجالا للشك مدى أهميتها ودورها الفاعل بالرغم من عمرها القصير

زايد بن جمعة السعدي

أسلوبك ميزان لمصروفك..

الاستهلاك الأمثل.. طريقة حياة يمكن تعلمها

خاص - المستهلك

الاستهلاك الأمثل

في ظل اختلاف عدد أفراد الأسرة واختلاف المدخلات (الرواتب) تكمن المشكلة تقريبا بين أسر تبخل وأسر تبذر ومن هنا يجب علينا أن نبين الفرق من خلال تحديد الراتب وكمية الصرف وتحديد متوسط الصرف الشهري، من مصاريف،فواتير ومقاض لذا عليك تجنب المظاهر والكشخة على حساب الديون، وعليك بالشكر للخالق عزوجل فبالشكر تدوم النعم.

ومن هنا يجب تحديد المشتريات الشهرية وجدولتها من مواد تموينية وغيرها من المقاضي وقلل من بعض المواد غير الضرورية أو الكمالية وغير من أسلوبك وطريقتك السابقة المعتادة.

وهناك طرق خاطئة في التسوق منها التسوق دفعة واحدة، فإذا كنت تتبع هذه الطريقة توقف وحاول أن تتسوق أسبوعيا مثلا من يوم الأربعاء إلى الاربعاء القادم يعني تشتري أغراض أسبوع فقط جرب لمدة شهر (أربعة أسابيع) حتى تحكم بنفسك على الطريقة الجديدة.

يجب تلافي الأخطاء فليس من العيب الوقوع في الخطأ وإنما العيب الاستمرار في تطبيق الخطأ، حاول تقسيم مصروفك الشهري على أربعة أسابيع وبعد شهر من التجربة لاحظ هل استفدت؟ هل هناك أخطاء وقعت فيها خلال التجربة؟ وحاول أن تتلافى هذه الأخطاء مستقبلا.

تحديد المصاريف

حدد مصاريفك مع بداية كل شهر وخصوصا المصاريف المتكررة مثل أغراض البيت، ووقود السيارة، وفواتير الهاتف والكهرباء والماء وغيرها، وحدد مشترياتك مسبقا قبل الخروج من البيت ولاتتسوق حسب المزاج حتى تنجح في ضبط ميزانيتك،ستكون البداية صعبة لأن القديم له آثاره ولكن مع الاستمرارية ستتخلص من الطريقة القديمة تماما،وستلاحظ توفير مبالغ كانت تذهب دون فائدة حسب الطريقة القديمة وسيتطور مستواك المالي شهريا وبهذا تتحسن أوضاعك المادية، ستتخلص من الأشياء الكمالية التي كانت تستهلك جزءا كبيرا من أموالك ولو كانت بسيطة وستشعر بقيمة المال فللأسف هذا ما ينقصنا.

ومن المهم جدا الالتزام الدقيق بالطريقة ومراجعة الأخطاء ومحاولة تجنبها أساس النجاح وتذكر دائما أن الخطأ ليس في الطريقة بل الخطأ في التطبيق.



حدد مصاريفك مع بداية كل شهر وخصوصا المصاريف المتكررة مثل أغراض البيت، ووقود السيارة، وفواتير الهاتف والكهرباء والماء وغيرها،وحدد مشترياتك مسبقا قبل الخروج من البيت ولاتتسوق حسب المزاج حتى تنجح في ضبط ميزانيتك

نصائح لتوفير الميزانية

من نصائح توفير الميزانية عدم الاعتماد على وجبات المطاعم الجاهزة وتقليل عدد المرات التي تذهب فيها إلى السوق (كلما قللت عدد مرات التسوق قلت احتمال شراء أشياء لا تحتاجها كما يجب أن تحدد جميع احتياجاتك في ورقة (مثلا حدد ما ستطبخه خلال الأسبوع وابني احتياجاتك عليه واشترها فقط).

ولا تنفق أموالك إلا في الأشياء التي تستدعي منك الإنفاق ووازن دائما في طريقة صرفك، وحاول أن تدخر جزءا بسيطا من الراتب تحسبا للظروف الطارئة، ووزع راتبك على عدة بنود وذلك بتقسيم التزاماتك المالية الشهرية قبل استلام الراتب ووزعها حسب المبلغ المتوقع.

اقض على الدين بدفع التزاماتك المالية أولا بأول دون الاعتماد على التقسيط الذي بدوره يشكل بداية سلسلة طويلة من ضياع المال والدخول في حسابات معقدةأخرى.

زمزم بنت علوي بن عبدالله باعمر
المكلفة بتسيير أعمال رئيس قسم التوعية والتثقيف



خاص - المستهلك

تعـد العلامة التجاريــة من أهم ما يحتاج إليه منتج، فهــي عنوانه التجاري، حيث إن تعـدد المنتجات يحتاج إلى وصـف فتقوم هذه العلامــات التجارية بمهمة الوصف لهذه المنتجات، وتســهيل ترويجها للمســتهلك، فهناك العلامات المبتكرة وتتميز هــذه العلامات بحمايــة قانونية تتعلق بحقــوق الملكية وهي متميــزة عن مثيلاتها مــن العلامــات الأخــرى كالعلامــات الإيحائيــة أو الوصفية والتــي لا تحظى بنفس الحمايةالقانونية للعلامة التجارية المبتكرة.

معايير اختيار العلامة التجارية

تســميات هذه العلامات التجارية مرتبطة بمعايير مختلفة فقد تكون متعلقة برموز معينة أو أســماء أو حتى أرقاما ومن الممكن أن تكون نســبة لعائلة معينة أو مكان معين ومن أشــهر العلامات التجارية Nokia والتي هي عبارة عن تســمية مبتكرة و PEUGOT اســم مستوحى لمكان أو منطقة معينة. والجدير بالذكر أننا نرى رموزا كدلالــة لهذه المنتجات كرمز هلال أو نجــم أو حيوان معين للدلالة على هذا المنتج وهذه الرموز والأشكال هي عبارة عن صور مباشرة لجذب انتباه المستهلك وزيادة إقبالــه على هذا المنتج وحتى ماهية التغليف والشــكل الخارجي لهذا المنتج فهي تحظى بعناية شــديدة من قبل تلك المؤسســة لأنها تعد بمثابــة غلاف الكتاب لأي منتج.

وتحمــل هذه العلامــات التجارية في بعــض الأحيان بعض العلامــات التي تكون مخالفــة لآداب أو تعاليــم عامة تتعارض مع ســلوك أو مفاهيــم المجتمع ويعتبرها القانــون مخالفة لمنهــج التجارة العام كوضــع بعض الرموز المقدســة كالهلال أو الصلبان في منتجات تكون محرمة أو متعارضة مع مفاهيم تلك المجتمعات.

الإعلان والدعاية

تقوم بعض الشــركات المتخصصة في مجال الإعلان والدعاية أو التي تمارس مهنة التصاميــم بالتعاقــد مع أخرى من أجل وضع علامة تجارية لتلك المؤسســة بالأخذ بالنظــر إلــى كل الإعتبارات والمعايير والنشــاط التي تزاوله تلك الشــركة ويكون اختيار تلك العلامة يحظى بعناية فائقة لأن الإخفاق أو الفشــل في إختيار أي علامة تجارية خاطئة قد يكلف تلك المؤسســة خسائر فادحة وتكون هناك عواقب وخيمة يصعــب تداركهــا في المســتقبل وحتى أن تلك الشــركات المتخصصــة بالدعاية والتصميــم تقبض مبالغ باهضة الثمن من أجل العمــل على إنجاح أو ابتكار علامة تجارية لمؤسسة ما.

كما إن وضع تلك العلامة التجارية يتم على أســاس التفاعل ورســوخ تلك العلامة في ذهن المســتهلك لتلك الســلعة، فالشــركات الكبيرة ينســب نجاحها وتميزها بسبب التميز الملحوظ في علامتها التجارية.

كمــا إن لكل علامة تجارية حقا شــرعيا وقانونا يعطي صاحبها الحق في المطالبة بمقاضاة أي مؤسســة أخرى قد تكون متسببة في استعمال تلك العلامة على هيئة نص وبند قانوني يضمن حقوق الملكية.

تسجيل العلامة التجارية

الأسس المتبعة في تسجيل أي علامة تجارية تتمثل في:تقديم طلب إلى السلطات المختصة بخطاب مســجل. ويتم تحديد البضاعة أو المنتج لأي مشروع سيتم وضع العلامه التجارية عليه. وتكون العلامة التجاريه مصاحبة لنشاط تجاري تزاوله شركة أو مؤسســة معينة. وحماية تمتد ل 10 سنوات قابلة للتجديد لصاحب تلك العلامة ولمالكها الحق وحده في طلب إعادة تســجيلها شــريطة أن لا تتعدى 6 أشــهر من تاريخ الإنتهاء لتلك العلامة.

حماية العلامة التجارية

تتم حماية العلامة التجارية من قبل منظمات دولية ووطنية تســاعد صاحب العلامة التجارية من مزاولة نشاطه التجاري دون خوف أو قلق وتقوم الجمارك للتصدي لأي علامة تجارية مقلدة وعلى مراقبة جميع المنتجات الواردة أو الصادرة من أي دوله، وفق قانون دولي يعطيها الصلاحية بإتخاذ إجراءات صارمة حيال ذلك التقليد، ومن



أشــهر المعاهدات والإتفاقيات هي إتفاقية باريس التي تؤمن حماية خاصة لصاحب العلامة التجارية ضمن بند حماية الملكية الصناعية المفصل نقاط تتعلق بالتشبيه، ومبدأ الإستقلاليه ومبدأ الأسبقية.

الجديــر بالذكر أن هناك تراخيص معينة وقانونية تتيح لغير مالكي هذه العلامات التجارية باســتخدام تلك العلامات وفق منهج قانوني، مقابل مبلغ يدفعه المستخدم الجديــد لتلك العلامة للمالك الأصلي وفق إتفاق يحدد كل الطرفين إلتزامات يجب التقيد بها.

ويعتبر التقليد للعلامات التجارية هو من أخطر الممارسات الغير مشروعة والتي تســبب في رسوخ في ذهن المســتهلك ويصعب تفادي هذا الشيء في المستقبل، لما يحدثه من إلتباس وتداخل في فكر المستهلك.

إيجابيات العلامة التجارية

للعلامــة التجارية ســيطرة تتمثل في تميز تلك العلامة التي ترمز لســلعة معينة أو نشــاط معين ويؤدي إلى تعريف واضح للمســتهلك عن تلك البضاعةويســاعد في ترويجها وتســويقها. وتعرفة العالم لما تســاعده في انتشار تلك السلعة على صعيد واسع.وتســاهم في عملية عدم الخلط بين المنتجات لما تتميز به من شــرح واضح لتلك السلعة.

وتمنح المســتهلك الســمعة وتســاهم في جعل المســتهلك يرجع في شراء تلك السلعة لما تنقله من مشاعر إيجابيه للجهة الصانعة.

وتقوم بحماية المنتج من التصرفات المعاديةوالمضادة التي يقوم بها الموزعون.

سلبيات العلامة التجارية

من ســلبيات العلامة التجارية سهولة تقليد تلك العلامة التجارية ونقلها عن الصورة الأصلية من الماركة أو العلامة التجارية الأصلية كتصرف غير قانوني يقوم به بعض المنافسين.

وتزويــر العلامات التجارية يهدف بشــكل مباشــر على إطفاء النــور عن إنطلاق وإنتشار أي علامة تجارية بالسوق.

وإيهام المســتهلكين بتســجيل تلــك العلامةوامتلاكها لهم علــى الرغم من عدم حدوث ذلك ورداءة الصنع من قبل المؤسسة الناسبة أو المدعية يساهم في تراجع العلامة التجارية والمنتج بشكل عام.

يجب التركيز على ظاهرة تقليد العلامات التجارية وخصوصا الوطنية منها لأن في ذلك تأثيرا سلبيا يساعد في تدهور الاقتصاد الوطني لأي دولة، لذا يستوجب المزيد من التشــديد على الأســواق والمنتجات والعمل والتركيز على التشــبث بالقوانين والمعايير الدولية.

اعداد: شيخة بنت حافظ البوسعيدية
دائرة البيانات والمعلومات التجارية

مشروبات الطاقة خطر صحي يداهم الأبناء



هناك ظاهرة على ما يبدو أنها مقلقة كونها تنتشر بين طلاب المدارس والشباب في الجامعات من الذين يقبلون بكثرة وخاصة في أوقات الامتحانات على تناول مشروبات الطاقة المتواجدة بالأسواق بأشكال وأسماء متنوعة. لما لها من أضرار صحية تنجم جراء تناولها وعلى وجه الخصوص من قبل الأطفال.

وللوقوف على أهم مسببات المشكلة فإنه يترتب بادئ الأمر التعرف على ماهية مشروبات الطاقة من حيث التركيب والمكونات، الهدف من استهلاكها والمعلومات المدونة على بطاقة البيان المتاحة للمستهلك.

فالمكون الرئيسي هو الكافيين المادة المنبهة الأساسية وتتراوح كميته من المتوسط أي 150 ملغم ما يعادل 3 فناجين من القهوة المركزة إلى ما ينذر بالخطر وما كميته 505 ملغم لكل عبوة أي ما يعادل 10 فناجين قهوة مركزة، مما أثار اهتمام المعلمين في المدارس والآباء الواعين في بلاد العالم المتقدم فأصبح هناك تخوف من التأثيرات المحتملة من الكافيين على أطفالهم نتيجة التغير الملحوظ في تصرفات الأبناء إذ أنها غير معتادة ومؤذية. ومكونيين آخرين يعملان كمنبه بالجسم وهما الحمض الأميني التوريين إذ يعتقد بأنه يزيل السموم وينظف الجسم من المواد الضارة وخاصة في حالات الإجهاد للجسم وتحديدا عند الرياضيين إذ يخسر الجسم كميات بسيطة من التورين ويعتقد أن استخدام أشربة الطاقة ستعوض مستوى هذا الحمض الأميني في الجسم والمكون الآخر الذي يحدث منبها في الجسم ناتج عن الايض للكربوهيدرات عند تكسر سكر الجلوكوز ويسمى (جلوكوز ونولا لاتون) وهو أيضا يعتبر من المواد الضارة إذ يوفر دفعة فورية من الطاقة معززة للمكون الأساسي الكافيين وبقوة شديدة إذ أنه منشط يعمل على الجهاز العصبي ليسرع وصول الرسالة من وإلى الدماغ لذا يشعر الشخص أنه واع جدا وأكثر نشاطا. هذا بالإضافة إلى احتواء العلبة الواحدة سعة 250 مل على كميات كبيرة من السكر بما يعادل 5 ملاعق كبيرة.

أما بما يتعلق بالمعلومات المدونة على بطاقة البيان المتاحة للمستهلك فإنه لمختلف الماركات تعتبر مضللة إذ تبين فوائد استهلاكها بطريقة مضللة وهي تحسين الأداء والقدرة على التحمل وتحسين التركيز وسرعة ردة الفعل وهذا ما يبهر المستهلك وتقوده إلى الإكثار من تناولها ظنا منه أنه سيستفيد من هذه الفوائد بشكل أكبر مع زيادة الجرعة غير مدرك للأخطار المترتبة عن ذلك خاصة أن المخاطر المترتبة عن الإكثار من تناول الكافيين غير مذكورة على بطاقة البيان وهي أقلها العصبية الزائدة وسرعة الغضب وأعراض أشد خطورة وهي التسمم من الكافيين (الغثيان والاستفراغ)، تسارع في ضربات القلب، ارتفاع ضغط الدم، الرجفة، ألم في الصدر ونمنمة بالأطراف. علما أنه قد سجلت في الولايات المتحدة الامريكية 7 حالات وفاة لعام 2008 وذلك بسبب الإفراط وسوء الاستخدام للكافيين نتيجة تناول كميات كبيرة من مشروبات الطاقة. كما أن إساءة الاستخدام للكافيين لا يقتصر على ذلك فقط وإنما أيضا في حال تناول مواد أخرى تحتوي على الكافيين مباشرة بعد تناول مشروب الطاقة وقبل مرور أربعة ساعات كالقهوة، الشاي وبعض الأدوية المحتوية على الكافيين مثل الاسبرين مع الكافيين.

7 حالات وفاة لعام 2008 سجلتها الولايات المتحدة الأمريكية بسبب الإفراط وسوء استخدام الكافيين

د.سناء قموه عماري

رئيس اللجنة الصحية في الجمعية الوطنية لحماية

المستهلك الأردني

أضرار المواد الملونة على صحة المستهلك



خاص المستهلك

المواد الملونة تعتبر أحد المركبات التي تكون في شكل مسحوق أو سوائل طبيعية أو غير طبيعية مصنعة أو مواد كيماوية تدخل في تلوين الغذاء المصنع تجاريا وفي المنازل بحيث يتم إضافتها لأغراض تجارية بحته في الدرجة الأولى ويتم تقديمها للمستهلك من خلاله وان تكون جذابة من أجل اقتنائها.

الأسباب

تعتبر المواد الحافظة والملونة موادا كيميائية مخلقة تضاف إلى الأطعمة والمشروبات للعديد من الأغراض منها منع الأطعمة من التأكسد والتخمر وايضا لإضفاء لون أو طعم مرغوب فكثيرا ماتذكر بعض هذه المواد على شكل رموز معينة لا يفهمها إلا خبراء وقلة من المطلعين وهي الرموز التي نشاهدها أحيانا على علبة المنتج تحت المحتويات منها. (E101،E332،E111)

الأضرار

المواد الملونة غالبا لاتعطي تأثيرات سريعة على جسم الإنسان بحيث يتدارك الفرد خطورتها ويبتعد عنها كما إن خطرها يكون أشد على الأطفال لطبيعة مايتناولونه من حلويات وسكاكر مختلفة تضاف إليها المواد الملونة والحافظة لإعطائها القبول لدى الأطفال كما أن مداومة الأطفال على هذه الأطعمة وفي هذا السن الصغير يعجل في ظهور أعراض التلف الذي تسببه المواد الكيميائية بشكل مبكر.

غش المستهلك

يستلزم وجود بعض الشروط في المادة المضافة للأغذية المراد استخدامها ولكي يسمح بإستخدامها لابد أن لا ينطوي استعمالها على غش المستهلك والاحتيال عليه حيث إن الاستعمال المقترح للمادة المضافة يعتبر آمنا ولا يشكل أي خطورة على الصحة ويعمل اللون المضاف على تحقيق الهدف التكنولوجي المقصود ولا يؤدي إلى سرطانات في الإنسان ولا الحيوان فيجب أن تكون المادة المضافة نقية دوائيا وتجاريا وأن لا تزيد نسبة ما تحتويه من الرصاص عن 10 أجزاء في المليون وكذلك الا تزيد نسبة الزرنيخ مثل أكسيد الزرنيخ وزنها عن 10أجزاء في المليون.

بيانات المواد الملونة

يجب أن تحتوي بيانات المواد الملونة من خلال العبوات على اسم المنتج او عنوانه والاسم العلمي والكيماوي والتجاري للماده الملونة اما اذا كانت المادة الملونة مركبة من عناصر مختلفة في بيان كل عنصر بالتفاصيل أما بالنسبة للمواد الملونة المستوردة يجب أن يدون على البطاقة كافة البيانات وتسجل عليها طريقة الاستعمال والأغراض المختلفة التي تستعمل فيها.

دورالمجتمع في حماية المستهلك

إن المستهلك هو الطرف الرئيسي وبدون مستهلك لا يوجد تاجر و لا شراء فنحن نتحدث عن المواد الملونة التي لها تأثير في اختيارالمستهلك للمنتج وخاصة فئة الاطفال. فالأطفال أكثر تعرضا لمغريات وتأثيرات كثيرة من خلال الدعاية والاعلان وهذا الأمر يحتاج الى توعية وتشريعات وتنشأ هذة التوعية من الأسرة خصوصا الأم التي تلعب الدور الكبير في التربية والشراء وفي توفير البدائل للابناء في المأكل والمشرب وتغيير العادات والسلوك السلبي والايجابي ولكن دور الاسرة وحده لا يكفي فلابد من تضافر الجهود مع الجهات أخرى التي تتحمل المسؤولية بشكل مباشر أو غير مباشر في التوعية والمساهمة في الحد من هذة الظواهر السلبية وأن أهم هذه الجهات المدارس والكليات والمستشفيات وجمعيات الأسرة والمرأة والطفل ووسائل الإعلام. كما أن للقطاع الخاص دورا كبيرا في حماية المستهلك فعلى الشركات المنتجة والمصنعة القيام بإعطاء المعلومات الصحيحة والواضحة والمقروءة وكذلك في طرح كثير من البدائل للأطفال في مايخص أغذيتهم. فالتمور مثلا من الحلويات أو استخدام المواد الملونة الطبيعية الآمنة، وهذا يوفر للمستهلك بديلا وحقا في الاختيار.

إعداد: بدرية بنت حمود الزكوانية

دائرة دراسات وبحوث السوق

د.غالب بن سعيد السعيدي مدير دائرة الدراسات وبحوث السوق

مارس من كل عام.. يوم للمستهلك الخليجي والعالمي



شاركت السلطنة دول العالم مارس الماضي احتفاليتان تمس المستهلك وتركز في كل عام على قضايا تكون من أولوياته.ففي الأول من مارس كان اليوم الخليجي السابع لحماية المستهلك تحت شعار «الحماية الأفضل تبدأ بك أنت». وفي الخامس عشر من نفس الشهر يحتفل العالم باليوم العالمي لحقوق المستهلك تحت شعار «أموالنا، حقوقنا: الاختيار الحقيقي في مجال الخدمات المالية» ويعتبر شهر مارس هذه السنة له خصوصية لجميع الخليجيين والعرب بشكل عام وذلك لأنه ولأول مرة تكون به هيئة حكومية مستقلة تعنى بحماية المستهلك في الوطن العربي. ولأهمية حماية المستهلك كان الشعار لهذا العام يركز على المستهلك بكونه حجر الزاوية لجميع العمليات الاقتصادية. و يعتبر العنصر الرئيسي الذي تقوم عليه التجارة ولكنه في بعض الأحيان يلعب دور المتلقي فقط، و لا يكون له أي تأثير ولو بإبداء الرأي فيما يعرض عليه من خدمات أو سلع. وهذه الصورة رغم أنها تمثل الواقع ولكن هناك شرائح في المجتمع وتتزايد باستمرار لها دورها البارز، ومما ساعد في إبراز أهمية المستهلك هو التعاون القائم بين المجتمع وجهات الاختصاص. غير أنه لازالت هناك بعض الممارسات غير المرغوبة في السوق والتي هي في كثير من الأحيان غير مقصودة. والحماية الأفضل تبدأ بالمستهلك نفسه من خلال الممارسات السليمة والمشاركة الصحية. ولعلنا نصل إلى خلاصة أن الحماية ليست حكرا على مجموعة من الناس دون أخرى وإنما تحمل بعدا زمنيا ينتقل من جيل إلى آخر ويتعرض للتغيير المستمر بدرجات متفاوتة من مجتمع إلى آخر ومن فترة زمنية إلى أخرى.

تهدف الهيئة العامة لحماية المستهلك على حماية المستهلك من تقلبات الأسعار ومراقبة أسعار السلع والخدمات في الأسواق والحد من ارتفاعها وأيضا ضمان تحقيق قواعد حرية المستهلك في الاختيار والمساواة والمعاملة العادلة والأمانة والمصداقية. كما تهدف الهيئة العامة على تنمية الوعي العام لدى المستهلك واستخدام الوسائل العلمية السليمة لنشرها على أسس صحيحة ومتوازنة لدى جميع فئات المجتمع مع إيجاد حلول سريعة لشكاوى المستهلكين ومكافحة الغش التجاري والتقليد ومحاربة الاحتكار. والتشجيع على إنشاء الجمعيات لحماية المستهلك والعمل على دعمها. ومن خلال هذه الأهداف فإن الهيئة العامة لحماية المستهلك أداة رئيسية في حماية صحة المستهلكين وتوعيتهم وتثقيفهم والعمل على الاهتمام بمشاكلهم ووقايتهم من التضليل والمساهمة في الوعي الاستهلاكي العام.وأيضا تعمل الهيئة على توعية المستهلك بماهية الدعايات والإعلانات المضللة وأساليب الغش والتحايل أينما وجدت وكيفية تجنب مضارها وإصدار النشرات وإقامة الندوات بالاستعانة بوسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة.

وتعمل المديرية العامة للمعلومات ودراسات السوق جنبا إلى جنب مع المؤسسات ذات العلاقة داخل السلطنة وخارجها لحماية المستهلك، حيث أن المسوحات التي تقوم بها حاليا سيكون لها أثرها البالغ في التوقعات المستقبلية للأسواق مما يجنب بدوره المستهلك من أي تأثير من أسعار السلع الاستهلاكية من خلال إيجاد البدائل والحلول المناسبة. وبهذا الصدد سعت المديرية لرسم خارطة طريق لقاعدة بيانات يتم العمل عليها حاليا لتكون مجمعا للمعلومات والبيانات التجارية. وما يميز قاعدة البيانات هذه عن غيرها شموليتها حيث إنها تعتمد على المسوحات والدراسات السابقة بالإضافة إلى أي مسح يجرى حيث يتم التوفيق بينها لتعطي سلاسل زمنية طويلة للمعلومات. والجانب الآخر هو سهولة الوصول للبيانات والمعلومات مع استخدام أحدث البرامج التقنية التي تجعل من البيانات متوفرة للمختصين وأيضا للمتابعين للهيئة العامة من خلال الموقع الإلكتروني وسوف يتم ربط قاعدة البيانات بالموقع حيث يتم تحديث البيانات التي تهم المستهلك. ومن خلال قاعدة البيانات هذه سيكون للمستهلكين والباحثين معلومات قيمة تعينهم على اتخاذ القرارات المناسبة. وتعمل إدارات حماية المستهلك بالتنسيق مع المديرية بعمل قواعد بيانات تخدم المستهلكين والباحثين لإعداد الدراسات وإبداء الاستشارات اللازمة لحماية المستهلك.

كما أن هناك مشاريع ودراسات بالتعاون مع جهات أخرى داخل السلطنة مما قد يسهم في حماية المستهلك بطريقة أو أخرى. ومن الدراسات التي تقوم بها المديرية على سبيل المثال دراسة تأثير ارتفاع الأسعار على المستهلك والحركة التجارية بالتعاون مع أحد الأكاديميين بجامعة السلطان قابوس ودراسة أخرى مع وزارة البيئة والشؤون المناخية عن تأثير جودة ألعاب الأطفال ومدى تأثير المواد المصنعة منها ومجموعة من الدراسات التي تقوم بها الهيئة تتمثل في أهم السلع الاستهلاكية من حيث السعر والجودة والمنفق عليها والأرقام القياسية لأسعار المستهلكين 2011-2001 وتأثير المجموعات السلعية على المستهلك والواردات السلعية وسلوك المستهلك والسلاسل الزمنية لأسعار المواد الاستهلاكية وكيف تختار سيارتك و واقع حقوق المستهلك تجاه المنتجات في محافظة مسقط وتأثير الإعلانات المظللة والكاذبة على المستهلكين وأهمية العلامات التجارية والوعي الصحي الاستهلاكي والاحتكار وتأثيراته على المستهلكين وأضرار المواد الحافظة والملونة على المستهلكين.

ولاننسى في هذا السياق دور الإدارات في مختلف المحافظات حيث تتمتع كل واحدة منها بخصوصية توجب عليها القيام بدراسات ذات طابع يحمل الخصوصية ليعالج مشاكل قائمة أو دراسات استباقية لايجاد الحلول وتجنب وقوع أي مشاكل بدورها تضر بالمستهلك.

كما تقوم الهيئة العامة لحماية المستهلك بالتنسيق مع الجهات المختلفة للحصول على البيانات والمعلومات الخاصة بالأسواق وتحديثها أول بأول ورصد تلك البيانات بغية الرجوع إليها بسهولة ويسر. من خلال هذه البيانات يمكن استخراج الجداول الإحصائية التي تصور كل نشاط على حدة مما يساعد في تقديم المشورة والمعلومات إلى المصانع والشركات لتحسين منتجاتها. وبالتالي توفير أجود أنواع الخدمات للمستهلك كونه هو المعني من جميع هذه العمليات.

وفي الختام لايسعني إلا أن أذكر أن التاجر قبل أن يكون تاجرا فهو مستهلك في المقام الأول ونحن نعمل كجهات اختصاص ومستهلكين وتجار كالجسد الواحد ونغلب مصلحة الوطن على المصالح الشخصية. ويجب أن يدرك كل فرد في هذا الوطن الغالي أن عليه واجبات وله حقوق تحدد إطار مسؤوليته.



Sultanate of Oman
Public Authority for
Consumer Protection

سلطنة عمان
الهيئة العامة لحماية المستهلك

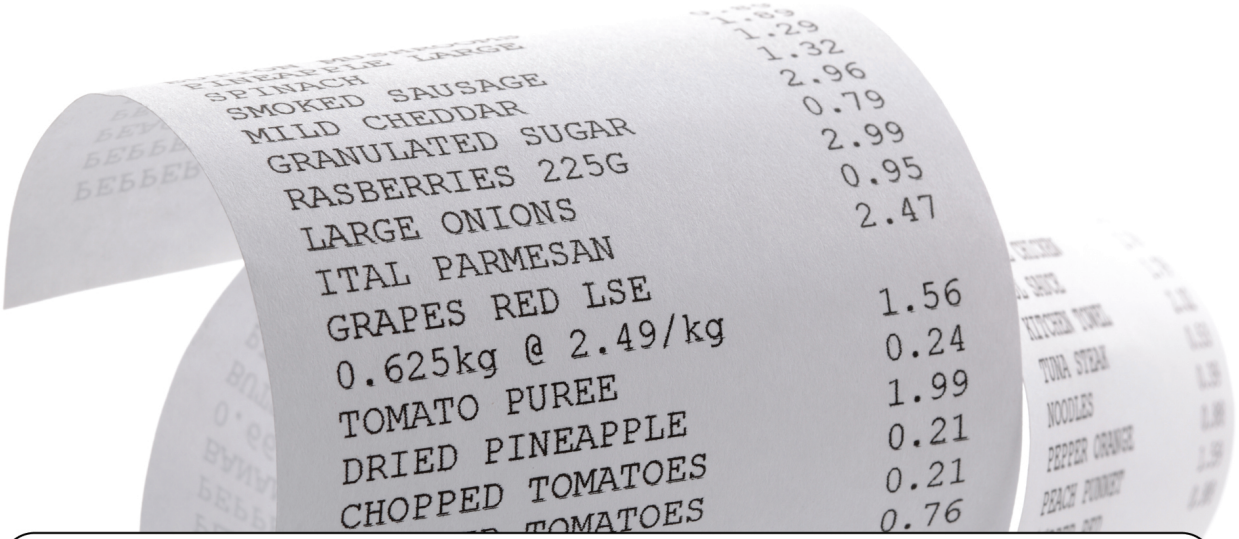
عزيزي المستهلك،،

الفاتورة تحفظ لك حقك

عند الاستبدال والإسترجاع

Dear consumer

The receipt preserve your right when exchange & change



في حالة الإخلال بحق من حقوقك
خط المستهلك: 80079009 - 80077997