

دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك كأحد آليات الحماية الاجتماعية للمواطنين في مصر

**The Role of the Governmental and Civil Efforts in Achieving of
Consumer Protection as one of the Mechanisms for Social
Protection of Citizens in Egypt**

إعداد

أ.م.د/ السيد علي عثمان أحمد
أستاذ التنمية والتخطيط المساعد
كلية الخدمة الاجتماعية
جامعة الفيوم

ملخص :

تتتمي الدراسة الراهنة لنوعية الدراسات الوصفية ، وتستهدف تحديد دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك ، تحديد دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك ، تحديد دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلك ، تحديد المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك ، التوصل لمقترحات لتفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك ، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد أعتمد الباحث في جمع بيانات دراسته على أداة رئيسية هي استمارة قياس تتكون من (50) عبارة بجانب البيانات الأولية ، وتم القيام بالاجراءات اللازمة للتأكد من صدق الأداة وثباتها وقد طبقت الأداة ميدانياً على العاملين بالاتحاد التعاوني الاستهلاكي المركزي بالفيوم والجمعية التعاونية الاستهلاكية وجمعيات حماية المستهلك وإدارة الجمعيات الأهلية وإدارة حماية المستهلك وتم حصرهم بطريقة المسح الشامل وبلغ عددهم (86) مفردة ، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج هي : فيما يتعلق بأهم نتائج دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك تمثلت في : تنظيم الفعاليات المختلفة حول حماية المستهلك (إصدار النشرات وتنظيم المحاضرات... إلخ) ، أما فيما يتعلق بتحقيق حماية حقوق المستهلك ، فقد كانت تحديد احتياجات المستهلكين من السلع والخدمات الأساسية ، وأما من حيث تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلك فقد كانت تنظيم المعارض المختلفة لتوفير السلع بأسعار مناسبة للمستهلك، وتمثلت أهم المعوقات في وجود تحديات عديدة تواجه الجهات المعنية بحماية المستهلك، وأخيراً تمثلت أهم المقترحات في نشر المعلومات حول أصحاب الأعمال المخالفين في قضايا حماية المستهلك.

- الكلمات المفتاحية: الدور ، الجهود الحكومية والأهلية ، حماية المستهلك ، الحماية الاجتماعية.

Abstract :

The current study belongs to the type of descriptive studies ,and aimed to determine the role of governmental and civil efforts in spreading the culture of consumer protection , determine the role of governmental and civil efforts in Consumer rights Protection, determine the role of governmental and civil efforts in achieving social protection for the consumer, Identify obstacles facing the role of governmental and civil in achieving protection for the consumer, come up to proposals to Activate the Role of governmental and civil in achieving protection for the consumer, In order to achieve the objectives of the study, the researcher relied on the collection of his study data on a main tool which is a measurement form , it consists of 50 phrases in addition to initial data, the necessary procedures were taken to ensure validity and reliability of the tool, the measurement tool applied to the staff in the consumer cooperative union in Fayoum ,the consumer cooperative association ,consumer protection association and NGOs administration and consumer protection administration, they were counted using the comprehensive survey method and they were 86 individuals, The study reached several results, with regard to the most important of the role of governmental and civil efforts in Consumer Protection is represented in organizing various events around Consumer Protection, with regard to achieve Consumer rights Protection it was identifying consumer 's needs for basic goods and services, with regard to achieve Social Protection it has been organizing various exhibitions to provide commodities at reasonable prices to the consumer, the most important obstacles were represented in the existence of many challenges facing the authorities concerned with consumer Protection, finally, the most important proposals were dissemination of information about business owners who are in violation of cases of consumer Protection.

– **Keywords :** The Role, the Governmental and Civil Efforts, Consumer Protection, Social Protection.

أولاً: المقدمة ومشكلة الدراسة: إن التنمية البشرية هدف أسمى لا يمكن أن يتحقق في غياب إطار ونموذج موجه لكيفية تحقيقه، في إطار تخطيط واع واستراتيجيات محددة وآليات واقعية، ولا يتأتي ذلك إلا من خلال تفعيل مدخل الحاجات الأساسية للإنسان في المجتمع ، وتنمية القدرات الإنسانية والمؤسسية وتمكين الأفراد من المشاركة الفعالة في القضايا التي تؤثر في نوعية حياتهم(السروجي،2009، ص 307).

وفي سبيل تحقيق التنمية المجتمعية يحتاج الأفراد إلى اشباع احتياجاتهم من السلع والخدمات، وهذه العملية تشترك فيها أطراف عديدة حكومية وأهلية وأخرى خاصة ربحية ، تتبادل فيها هذه الأطراف مجتمعة المصالح والمنافع المختلفة، ويعد المواطن المستهلك أو المستفيد النهائي أهم أطرافها وأحد حلقاتها الضعيفة.

ومما لاشك فيه أن مفهوم حماية المستهلك قد حظى باهتمام متزايد من جانب العديد من الجهات المختلفة على كافة الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية ، وقد أمتد نشاط حماية المستهلك ليشمل كافة المؤسسات الحكومية والأهلية أي أنه نشاط متعدد الأطراف. ويتعرض المستهلك منذ القدم لأخطار عديدة حال سعيه لاشباع احتياجاته، وفي الآونة الأخيرة وفي ظل آليات السوق الحر وتعاضم دور القطاع الخاص، غدا هذا المستهلك عرضة للضعف في العملية الاقتصادية.

إن الهدف النهائي لجهود حماية المستهلك الحكومية والأهلية يتمثل في ترشيد وإعلام المواطن باحتياجاته ومسئوليته وواجباته وحقوقه في سبيل اشباع احتياجاته ، خاصة في ظل تعدد الحاجات وقلة الموارد المتاحة، ولذا وجب على الجهات المختلفة إيجاد نوع من التكامل والتنسيق فيما بينها دعماً لكفاءة نشاط حماية المستهلك.

حيث تستهدف تلك الجهود حماية المستهلك من خلال التحقق من شروط الصحة العامة وتقليل التلوث والممارسات غير الصحيحة كالغش وغيره من أجل كسب رضاء المستهلك فيما يقدم له من سلع وخدمات بأقل تكلفة مادية وبأعلى جودة ممكنة.

وقد أهتمت دراسة نجلة يونس محمد 2012 بالتعرف على واقع حركة حماية المستهلك من خلال وجهات نظر المستهلكين من حركة حماية المستهلك، حيث أكدت أن حركة حماية المستهلك لها الدور الكبير في نشر الوعي الإستهلاكي وحماية المستهلك من الأضرار الواقعة

عليه، وقدمت عدد من المقترحات التي يمكن أن تسهم في حماية أفضل للمستهلك (محمد، نجلة يونس، 2012، ص 115).

في حين أكدت دراسة محمد فهمي عمر 1986 على ضرورة توثيق التعاون بين الجهود الأهلية والحكومية للوصول إلى حماية فعالة للمستهلك من الغش والاستغلال والدفاع عن حقوقه (الحجار، محمد فهمي عمر، 1986، ص 126).

وتسعى الجهود الحكومية والأهلية لتحسين نوعية الحياة Quality of Life لكل أفراد المجتمع عامة وبصفة خاصة تلك الفئات الضعيفة والمهمشة من خلال توفير الحد الأدنى من الاحتياجات الضرورية لمن هم أكثر ضعفاً بالمجتمع.

فقد يكون المستهلك من الفئات الاجتماعية المعرضة للخطر، أو التي تحتاج إلى الرعاية أو تلك التي تعاني الجهل والفقر والظروف المعيشية الصعبة مثل غلاء الأسعار، ومن ثم كان لابد من تدخل المؤسسات الحكومية والأهلية لتحقيق الحماية الاجتماعية لمثل هذه الفئات وغيرها بالمجتمع من خلال جهود حماية المستهلك.

ولقد أهتمت دراسة حسن خميس إبراهيم 2020 بتحديد وتوضيح العلاقة بين مشاركة المنظمات الحكومية والأهلية في المسؤولية الاجتماعية وحماية حقوق المستهلك والصعوبات التي تواجه تلك المنظمات ومقترحات تفعيلها ، وتوصلت لوجود علاقة بينهما في المسؤولية الاجتماعية نحو حماية المستهلك في حصوله على الخدمات الاجتماعية المختلفة (إبراهيم، حسن خميس، 2020).

كما أوضحت دراسة سامر المصطفى 2013 إلى أن حركة حماية المستهلك تقوم بدور مهم في توعية المستهلك وحمايته، وتمثل جمعيات حماية المستهلك الفعل الاجتماعي المنظم من قبل المستهلكين لضمان استرداد حقوقهم ، ودفع الضرر عنهم من قبل الأطراف الأخرى (المنتجين، الموزعين، الموزعين) في عملية التبادل حتى لا يسبب لهم نقصاً في الإشباع لحاجاتهم ورغباتهم (سامر المصطفى، 2013).

ومع اعتماد الدولة على نظام السوق الحر وآلياته المتمثلة في العرض والطلب كوسيلة لتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية مع افساح المجال هنا للقطاع الخاص، تكون هنالك حاجة ملحة لضبط السوق وتوفير الحماية الاجتماعية للمستهلكين.

وقد أشارت دراسة Liu, Liqing,2001 إلى أهمية إعادة الهيكلة التنظيمية للمؤسسات المختلفة بالمجتمع بما يخدم الحركة الاستهلاكية ويحقق حماية المستهلك، كذلك العمل على تمكين المستهلكين في مجال الخدمات مع اقتراح اعتماد توجه المستهلك عند تقديم الخدمات باعتباره معيارًا لقياس الفعالية (Liu, Liqing, 2001, P.157).

وإذا كان الحق في التنمية من أهم الأهداف التي تسعى التنمية المستدامة لتحقيقها، ففي إطار ذلك هناك إجماع بأن كلاً من التنمية و حماية المستهلك مترابطان بطريقة متكاملة فلا يمكن تحقيق أحدهما بمعزل عن الآخر ضماناً لحماية حقوق المستهلك وتحقيق رفاهيته بما يؤدي لتحقيق الحماية الاجتماعية له.

واستهدفت دراسة Gretchen Larsen, Rob Lawson,2013 إعادة التفكير في الحركة الاستهلاكية المعاصرة كحركة اجتماعية جديدة ، وأن نطاقها أبعد من السلع والخدمات ليشمل قضايا التكاليف الاجتماعية والبيئية للمنتجات والخدمات، متضمنة أشكال الحماية للأشخاص من التهديد الجسدي للحياة والصحة والممتلكات ؛ التهديد الاقتصادي والتجاوزات في المجتمع الاستهلاكي التكنولوجي الحديث.(Gretchen Larsen, Rob Lawson,2013).

وقد تناولت دراسة Abdulla M.A. AIGhafri 2013 التكامل بين الهيئات الإدارية المختلفة في تحقيق مستوى كافٍ من الحماية الاجتماعية للمستهلكين لتوفير حماية أكثر شمولاً لهم ، وتؤكد على ضرورة إعطاء الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك دوراً قانونياً أوسع في دعم الهيئات الحكومية مما يساعد في تحسين نظام حماية المستهلك الحالي عموماً (Abdulla M.A. AIGhafri,2013,p.289).

ولا شك أن إجراءات حماية المستهلك تساهم في تحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية بالدرجة الأولى من خلال تحقيق المساواة بين مصالح المستهلك والمنتج معاً، وكذلك التخفيف بشكل خاص من مشاكل الفئات المعرضة للخطر بالمجتمع في سبيل اشباع احتياجاتها من السوق كالأطفال والفقراء والأميين من ذوي الاحتياجات الخاصة مثل المعاقين ..إلخ (United Nations, 2016).

وقد أكدت دراسة مصطفى محمود على أهمية دور الجمعيات الأهلية في سد الفجوة بين القطاعين الحكومي والخاص فيما يتعلق باشباع احتياجات التنمية ، كما أنها ركزت على دورها

في تحقيق حماية المستهلك والدفاع عن حقوقه خاصة في ظل العولمة والتحرر الاقتصادي(عبد العال ، ص181).

وهذا الأمر نبه الكثير من الأفراد والجماعات والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية إلى ما يعانيه المواطن المستهلك من أضرار مادية ومعنوية ، كما دفع ذلك المهتمين بقضايا حماية المستهلك إلى لعب دور هام من شأنه كفالة الحماية الاجتماعية للمستهلك عند تعامله مع أطراف عملية اشباع احتياجاته من السلع والخدمات.

فلم يعد في الفكر الاقتصادي الحر المعاصر مكان للحديث عن يد خفية، وإنما عن آليات للسوق تحكمها وتؤثر عليها سياسات تضعها الدولة ، بما لا يتعارض مع آليات السوق وبما يحقق الأهداف الكثيرة التي يبتغيها المجتمع ، ومن بينها أهداف حماية المستهلكين وتحقيق العدالة الاجتماعية (شريف لطفي،1996، ص6).

فلم يعد دور الدولة قاصراً في الوقت الراهن على توفير الأمن في الداخل والخارج ، وضمان استقرار الإطار القانوني للنشاط الاقتصادي، بل أصبحت مسئولة أيضاً عن توفير قدر من الحقوق الاقتصادية والاجتماعية للمواطنين ، وضمان تحقيق درجة كبيرة من العدالة والمساواة بين أفراد المجتمع وتوفير عدد من السلع والخدمات الضرورية الهامة إلى كافة أفراد الدولة(إبراهيم الأخرس،2008،ص28).

ولقد ظهرت الحركة الاستهلاكية كحركة اجتماعية ترسخ لحقوق المستهلكين ومفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تجاههم ، وتعمل على تطوير المستوى المعيشي للأفراد في إطار عملية تبادلية يحصل فيها المستهلك على حاجاته دون تحمل أعباء وتكاليف اقتصادية كبيرة في إطار من الحماية الاجتماعية.

وهذا ما أوضحته دراسة Gretchen Larsen, Rob L.2013 حيث أهتمت بدراسة العلاقة بين تطور حقوق المستهلك وظهور حركة المستهلك المعاصرة كحركة اجتماعية جديدة من خلال التركيز على جهود المؤسسات الحكومية والأهلية والأفراد، وتوصلت لأهمية هؤلاء الفاعلين في دعم حقوق المستهلك (Gretchen Larsen, Rob L.2013).

ولا زال الدور الذي تلعبه الجهود الحكومية والأهلية في حماية المستهلك ضعيفاً ، ولم ينل حظه من العناية الكافية ، على الرغم من حساسيته البالغة لارتباطه بالمواطن في حياته اليومية واشباع احتياجاته.

إن المواطن بحاجة ضرورية إلى توفير الحماية الاجتماعية له من خلال الجهود الحكومية والأهلية في حماية المستهلك ، لمواجهة متطلبات التنمية ورفع مستوى المعيشة والحد من الآثار السلبية الواقعة عليه بفعل التحولات الاقتصادية ، فهي تمثل تجسيداً للبعد الإنساني والأخلاقي للنشاط التجاري والتنموي بالمجتمع.

وتتصدى مهنة الخدمة الاجتماعية كغيرها من المهن الإنسانية لقضية إشباع احتياجات أفراد المجتمع المحلي والمساعدة في مواجهة مشكلاتهم والعمل على توفير الحماية الاجتماعية لهم، وتعتبر ذلك مهمتها الأولى خاصة مع الفئات غير القادرة أو التي هي أولى بالرعاية الاجتماعية بالمجتمع.

حيث تعمل مهنة الخدمة الاجتماعية على تعزيز التغيير الاجتماعي بالمجتمع والعمل على حل المشكلات وتمكين الناس وتحريرهم لتعزيز الرفاهية وتؤكد على مبادئ حقوق الإنسان وتحقيق العدالة الاجتماعية (Roger Smith, 2010, P.170).

ولقد ساهمت مجموعة من المتغيرات المختلفة والتي تمر بها معظم المجتمعات في الآونة الأخيرة خاصة الاقتصادية منها والمتمثلة في العولمة والإتجاه نحو السوق الحر والخصخصة وتحرير الأسعار وظهور وسائل حديثة في مجالات الانتاج والاستهلاك والتسويق ، هذه كلها مجتمعة وغيرها ساهمت في تزايد الاهتمام بتوفير الحماية الاجتماعية للمستهلك.

وهذه المتغيرات كان لها تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة على اشباع احتياجات المواطنين من السلع والخدمات ، مما أنعكس بدوره على تحقيق معدلات التنمية بأنواعها والوصول إلى الرفاهية الاجتماعية المنشودة.

ومن ثم تبنت الحركات الاجتماعية دعم حقوق المستهلكين في علاقاتهم المختلفة مع كافة أطراف عملية التبادل Matual ، والمقصود منها إشباع حاجات ورغبات المواطنين من السلع والخدمات ، حيث تتجسد أطراف هذه العملية في مجموعات التجار والموردين والموزعين والمسوقين والبائعين والمستهلكين.

حيث كان الظهور الأول لحركة حماية المستهلك منذ العام 1900 بسبب غلاء الأسعار، ومروراً بفترة الكساد الكبير الذي اجتاح العالم عام 1930 ، ويعد الظهور الحقيقي للحركة في العام 1962 والذي أكتمل بمبادئ حقوق المستهلك التي أعلنها الرئيس الأمريكي جون كيندي ، وبعدها انتشرت في جميع دول العالم.

إن موضوع حماية المستهلك لهو من الموضوعات الجديدة بالدراسة قديماً وحديثاً ، وذلك على الرغم من أنه كان محل نظر الكثير من الباحثين الذين أولوه الاهتمام بالبحث والتحليل ، إلا أن الاهتمام بهذا الموضوع والحاجة لتوفير الحماية الاجتماعية للمواطن أو المستهلك ، تتضاعف يوماً بعد يوم في ظل المتغيرات الراهنة المرتبطة بوسائل الانتاج والاستهلاك والتسويق والتوجه بالسوق الحر واعتماد آليات العرض والطلب مرجعاً في الأسواق.

فإذا كانت تلك التطورات الحديثة قد ساهمت بفاعلية بأشكال مختلفة في تسهيل حياة الناس، والعمل على إتاحة السلع والخدمات للمواطنين، لكن على الجانب الآخر لم تراع مصالح المستفيد النهائي أو المواطن ذاته.

ولذا يبقى أفراد المجتمع في حاجة مستمرة إلى توفير الحماية الاجتماعية من خلال اجتماع الجهود الحكومية والأهلية معاً، من أجل ضمان اشباع احتياجاتهم ورغباتهم من السلع والخدمات في إطار أنشطة حماية المستهلك.

فحركة حماية المستهلك هي حركة اجتماعية في الأساس ، يقوم عليها طيف واسع من المؤسسات الحكومية والأفراد والجمعيات الأهلية المعنية بحماية المستهلك وكثير من منظمات المجتمع المدني ، إضافة إلى كافة أجهزة الدولة الرقابية والوزارت وغيرها من الجهات المنوط بها تحقيق حماية المستهلك ومن ثم الحماية الاجتماعية لجموع المستهلكين.

وتسعى تلك الجهود الحكومية والأهلية مجتمعة لتوفير الحماية والدفاع عن حقوق المستهلك الواردة في القوانين المنظمة لذلك، وبالتالي تستهدف في النهاية منحه قدرًا من القوة Power في مواجهة وعند تعامله مع أطراف عملية إشباعه حاجاته ورغباته من السلع والخدمات سواء أكانوا تجارًا أو موزعين أو موردين أو مسوقين أو وسطاء وغيرهم.

فالتحديات الراهنة التي تفرضها ظاهرة العولمة خاصة الاقتصادية، قد نتجت عنها آثارًا سلبية على المستهلكين في مصر وغيرها ، وفيها ما يهدد مصالح المستهلك المادية والصحية والاقتصادية والاجتماعية وما يؤثر سلبًا على حياته وسلامته مما يتطلبه توفير الآليات التي تكفل حمايته اجتماعيًا.

ولقد أعمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة المبادئ التوجيهية لحقوق المستهلك والتي جاء ضمن بنودها حرية إنشاء الجمعيات أو منظمات المستهلكين وغير ذلك من التنظيمات ذات

الصلة و إتاحة الفرصة لها لكي تعبر عن آرائها في عمليات اتخاذ القرارات التي تمس المستهلكين(الأمم المتحدة،1983).

وتجسد حركة حماية المستهلك الأهداف الاجتماعية التي تسعى إليها مهنة الخدمة الاجتماعية من حيث إتقائهما في أهداف تحقيق العدالة والتنمية والحماية الاجتماعية خاصة للفئات غير القادرة ، وممارسة الأدوار الدفاعية والوقائية والعلاجية وتمكين المواطنين عند سعيهم لاشباع احتياجاتهم من السلع والخدمات.

وعلى الرغم من الجهود التي تبذل في سبيل حماية المستهلك خاصة من جانب المؤسسات الحكومية والأهلية ، إلا أنه مازالت هناك العديد من المشكلات التي تواجه المستهلك في سبيل اشباع احتياجاته الأساسية من السلع والخدمات، وربما مرجعه قصور المؤسسات الحكومية في الاهتمام بمصالح المستهلك ، وعدم الاهتمام الكافي من جانب منظمات الأعمال بمجالات حماية المستهلك فضلاً عن عدم وعي المستهلكين بحقوقهم.

وإزداد الحديث في السنوات الأخيرة الحديث عن أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به الجمعيات الأهلية في معاونة المؤسسات الحكومية في حماية المستهلك ومن ثم تحقيق الحماية الاجتماعية للمواطن المستهلك من أجل اشباع احتياجاته الأساسية من السلع والخدمات.

وتأسيساً على ما سبق يتبين أن هناك ضرورة ملحة للاهتمام بدور كل من الجهود الحكومية والأهلية معاً في سبيل حماية المستهلك كأحد آليات تحقيق الحماية الاجتماعية ، الأمر الذي يتطلب تحديد هذا الدور والمعوقات التي تواجهه ومقترحات تفعيله، ومن ثم ومن خلال العرض السابق واستقراء الدراسات السابقة تتخلص القضية البحثية للدراسة الراهنة في تساؤل رئيس وهام هو: ما دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك كأحد آليات الحماية الاجتماعية للمواطنين في مصر .

ثانياً: أهمية الدراسة : تكمن أهمية الدراسة الراهنة على المستوى النظري في أنها تسلط الضوء على أهمية حماية المستهلك عند سعيه لاشباع احتياجاته الأساسية من السلع والخدمات، والتأكيد على أهمية دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك كأحد آليات الحماية الاجتماعية للمواطنين في مصر ، وضرورة أن تكون أكثر فاعلية في تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلكين خاصة في ظل التوجه في السنوات الأخيرة نحو السوق الحر والخصخصة وتحرير الأسعار والاعتماد على القطاع الخاص، ومن ثم تثرى الدراسة التراث النظري للخدمة الاجتماعية

، فيما يتعلق بحركة حماية المستهلك وأدوار المهنة الدفاعية والعلاجية والوقائية في هذا الشأن، وقد تفيد الدراسة أيضًا في فتح آفاق لدراسات أخرى مشابهة في المستقبل. وعلى المستوى التطبيقي ترجع أهمية الدراسة الحالية إلى أنه من المتوقع أن تفيد الدراسة الجهات والمؤسسات المختلفة الحكومية والأهلية حتى والخاصة المعنية بحماية المستهلك من أجل الشراكة في تحقيق الحماية للمواطنين أو المستهلكين خاصة في ظل المتغيرات الحديثة من التوجه نحو السوق الحر... إلخ، في إطار تحقيق الحماية الاجتماعية للمواطنين ، وأن يتم إعادة النظر في جهود حماية المستهلك لتكون أكثر فعالية في المستقبل.

ثالثًا: أهداف الدراسة : تهدف الدراسة الحالية إلى تحديد دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك كأحد آليات الحماية الاجتماعية للمواطنين في مصر، وذلك من خلال ما يلي:

- 1- تحديد دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك.
 - 2- تحديد دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك.
 - 3- تحديد دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلك.
 - 4- تحديد المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك.
 - 5- التوصل لمقترحات لتفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك.
- رابعًا : تساؤلات الدراسة : يتمثل السؤال الرئيس للدراسة الحالية في : ما دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك كأحد آليات الحماية الاجتماعية للمواطنين في مصر ، ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس مجموعة التساؤلات الفرعية الآتية:
- 1- ما دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك.
 - 2- ما دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك.
 - 3- ما دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلك.
 - 4- ما المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك.
 - 1- ما مقترحات تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك.

خامسًا : المفاهيم والإطار النظري للدراسة:

(1) مفهوم الدور Role: ويقصد به الدور الموصوف للجهود الحكومية والأهلية فيما يتعلق بتحقيق حماية المستهلك كأحد آليات الحماية الاجتماعية للمواطنين في مصر ومن ثم التوصل لمقترحات تفعيله.

أ- الأدوار المختلفة للجهود الحكومية والأهلية في حماية المستهلك: تتمثل أدوار حركة حماية المستهلك بمؤسساتها المختلفة سواء أكانت حكومية ممثلة في جهاز حماية المستهلك والوزارات وغيرها من الأجهزة والمؤسسات الأخرى المعنية ، أو كانت في المقابل هيئات أهلية ممثلة في جمعيات حماية المستهلك والجمعيات التعاونية الاستهلاكية وسائر منظمات المجتمع حيث تتمثل هذه الأدوار في:

1- الدور الرقابي: الذي يضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها لمواصفات الجودة ، وتقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني الممثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك وغيرها ، والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك للتدليس والغش التجاري والتضليل والخداع بكافة صوره وأشكاله وأن يحصل على السلع والخدمات الضرورية بأسعار مناسبة دون تعرضه للاستغلال من قبل الآخرين.

2- الدور التشريعي: وهو القائم على أساس إعادة النظر في التشريعات القائمة من أجل إيجاد مظلة حماية اجتماعية لكافة المواطنين خاصة من يحتاجون للحماية الاجتماعية من الفئات المهمشة ، كما يتبعها العمل على استصدار القوانين والتشريعات التي من شأنها تحقيق حماية المستهلك وصون حقوقه التي كفلتها له القوانين والمؤسسات المختلفة ومنها الأمم المتحدة.

فمن المقبول على نطاق واسع أن السوق المثالية المرغوبة من قبل المستهلكين غير موجودة في الواقع ، ولكن من الواضح أن القوانين الخاصة بحماية المستهلك التي يمكن الرجوع إليها، تعاني من القيود التي تجعلها أساسًا غير ملائم لحماية المستهلكين أنفسهم (Peter Cartwright, 2001).

كما يتضمن هذا الدور ما يلي:

- تحقيق حماية فعالة لحقوق المستهلك ، وكذا وجود إجراءات بسيطة وغير مكلفة ماديًا له حالة حدوث انتهاك لأي من تلك الحقوق الثابتة.

- إعطاء صلاحيات واسعة للمؤسسات التي تستهدف حماية المستهلك أيًا كان نوعها حكومية أو أهلية.

- العمل على إيجاد عقوبات واضحة حسب المخالفات على حقوق المستهلك ، والتي من شأنها تعويضه عن الأضرار التي لحقت به ماديًا وصحيًا واقتصاديًا واجتماعيًا .

3- الدور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك: وهو الذى يقوم على رفع وعى المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته، بما يرشد قراراته ويوجهه إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية وخاصة الحماية الوقائية(محمود محيي الدين وسحر نصر، 2005، ص28).

كما يتضمن هذا الدور تقديم المعلومات والبيانات المختلفة وتوعية المستهلكين بما ينفهمهم ، وقد يلجأ المواطنون إلى مقاطعة التعامل مع بعض المنتجات والخدمات بسبب غلاء أسعارها أو العيوب بها في إطار هذا الدور .

4- الدور الوقائي: وهذا من الأدوار الوقائية لحركة حماية المستهلك عبر مؤسساتها وجهودها المختلفة الحكومية والأهلية ، حيث تسعى تلك الجهود إلى منع وقوع الأضرار بالنسبة لجموع المستهلكين بالمجتمع ، وحمايتهم منذ البداية من أن يكونوا ضحايا للممارسات غير القانونية كالغش والتدليس والاستغلال ...إلخ.

5- الدور العلاجي: وتعنى الجهود الحكومية والأهلية المتعلقة بحماية المستهلك بالوقوف بجانب المستهلكين على اختلاف فئاتهم سواء في مجال الخدمات أو السلع ، ومساعدتهم في الحصول على حقوقهم من خلال رفع القضايا وقت الضرورة وحصولهم على التعويضات اللازمة مقابل ما أصابهم من ضرر ، وقد يتم هذا الفعل بشكل فردي أو جماعي.

وتمارس مؤسسات حماية المستهلك الحكومية والأهلية هذا الدور ، باعتباره من الحقوق الثابتة بل من الحقوق الأصلية للمواطنين فهم أصحاب الحق في هذا ، ومن ثم تنوب تلك المؤسسات عن المواطنين في المطالبة بحقوقهم الاجتماعية في مقابل أطراف عملية التبادل من الموزعين والمسوقين والبائعين وغيرهم ، ففي الغالب يتردد المواطنون في رفع مثل هذه القضايا ضد هؤلاء لأسباب عديدة أهمها ضعف موقفهم إضافة لعدم امتلاكهم الإمكانيات اللازمة لمواصلة إجراءات التقاضي في هذا الشأن.

6- الدور الدفاعي: فالمؤسسات الحكومية والأهلية تعد أحد الأطراف الفاعلة في ممارسة هذا الدور عن المواطنين ، فمؤسسات حماية المستهلك على اختلافها منوط بها ممارسة الوظيفة

الدفاعية عن متلقي السلع والخدمات أو المستهلكين ، فيما يتعلق بمجموعة الحقوق المختلفة التي كفلتها لهم القوانين والتي لا يمكن التخلي أو التنازل عنها ، فالدفاع عن الحقوق الواجبة للمستهلك من الأدوار الأصلية للمؤسسات الحكومية والأهلية وخاصة مع الفئات الضعيفة أو المهمشة بالمجتمع.

7- تمثيل المستهلكين لدى الجهات والهيئات المختلفة: تضطلع المؤسسات الحكومية والأهلية بدور مهم في كونها خير ممثلة للمستهلك أمام الجهات المختلفة المحلية والدولية ، فتأخذ على عاتقها الدفاع عن حقوقه في مقابل الغير أيًا كان، وكذلك المشاركة الفعالة في الأنشطة والفعاليات المرتبطة بحماية المستهلك داخليًا وخارجيًا.

8- الحماية الاجتماعية للمستهلكين: وذلك من خلال توفير الحماية للمواطنين من الآثار السلبية لنهج السوق المفتوح والخصخصة والعولمة الاقتصادية وقيادة القطاع الخاص لعملية التنمية...إلخ ، وتحقيق العدالة الاجتماعية ويتمثل ذلك في أنواع الحماية المتعددة المقدمة لكافة أفراد المجتمع أو المواطنين أو المستهلكين وبالأخص الفئات الاجتماعية الفقيرة أو المهمشة أو الضعيفة وتتضمن الحماية الصحية والاجتماعية والاقتصادية والتسويقية والقانونية و...إلخ.

9- الرقابة: تمارس كل من الجهود الحكومية والأهلية الدور الرقابي في الأسواق بغية تحقيق حماية المستهلك ، ولكن بدرجات متفاوتة بين نوعي الجهود ، فهناك الأجهزة الحكومية الرقابية في الأساس وهناك المؤسسات الأهلية التي تعد الرقابة ومتابعة أسواق السلع والخدمات أحد أدورها.

10- التنسيق: لا شك أن نشاط حماية المستهلك هو عمل يتم ممارسته من خلال التنسيق بين نوعي الجهود الحكومية والأهلية على السواء، فلا يمكن له النجاح دونما التنسيق الفعال بين كليهما في كل الأنشطة التي تستهدف حماية المستهلك.

11- التخطيط: تضطلع المؤسسات الحكومية والأهلية بمهمة التخطيط لأنشطة حماية المستهلك في الداخل والعمل على صنع ووضع سياسات الحماية الاجتماعية للمستهلكين ، وذلك من خلال الدراسة الجيدة للأسواق وتحديد المشكلات المختلفة وأنواع الشكاوى المتعلقة بالسلع والخدمات، والدراسة المقارنة ومتابعة الأسعار ومدى المطابقة للمواصفات و...إلخ.

12- تقديم الدعم الفني: تعد مهمة الدعم الفني أحد أوجه التعاون والمشاركة بين الجهود الحكومية والأهلية ، حيث تمد المؤسسات الحكومية تلك الأهلية بما تحتاجه من دعم فني في

مجالات حماية المستهلك، كما تستعين كل من تلك المؤسسات بالمؤسسات الأخرى المتخصصة كالمعامل مثلاً في هذا الشأن.

(2) مفهوم الجهود الحكومية والأهلية: هي الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية والجمعيات الأهلية لحماية المستهلك ، ويقصد بها مجموعة المؤسسات الحكومية والأهلية المعنية بحماية المستهلك في مصر ، فتتصرف الجهود الحكومية لجهاز حماية المستهلك ومجموعة الوزارات المعنية مثل وزارة التموين والتجارة الداخلية ووزارة التضامن الاجتماعي...إلخ ، والأجهزة والهيئات الرقابية ، أما الجهود الأهلية فتتحدد في جمعيات حماية المستهلك والجمعيات التعاونية الاستهلاكية والاتحاد التعاوني الاستهلاكي المركزي.

(3) مفهوم حماية المستهلك **Consumer Protection**: بداية المستهلك هو الفرد أو الشخص الذي يقوم باقتناء السلعة أو الخدمة من أجل اشباع احتياجاته، و يعد أحد أطراف عملية الشراء والتبادل أو ما يطلق عليه المستفيد النهائي Ultimate Consumer . وقد عرف البعض المستهلك بأنه كل من يبادر إلى الحصول على خدمة أو سلعة يحتاجها ، والسلع والخدمات تختلف في نوعيتها سواء للاستعمال أو للاستهلاك النهائي أو الوسيط وسواء أكان الاستعمال عن طريق الشراء أو الإيجار أو مجاناً ، والخدمات التي تقدم من الحكومة أو الأفراد أو من مصدر أجنبي وتستخدم بأجر أو بدون أجر (المجالس القومية المتخصصة، 2004، ص30).

فالمستهلك كل شخص يقوم بإبرام تصرف قانوني يتعلق بتزوده بالسلع والخدمات للاستهلاك والاستخدام لأجل اشباع الحاجات الشخصية والعائلية.

ويعرف Kotler حماية المستهلك بأنها: حركة اجتماعية الهدف منها حماية المستهلك من خلال الدفاع عن حقوق المستهلكين(المشترين)عند تعاملهم مع البائعين في عملية اشباع احتياجاتهم من السلع والخدمات(Kotler Ph,,1972).

فحماية المستهلك يقصد بها مجموعة القواعد أو الإجراءات أو السياسات المتبعة لحماية كل شخص للحصول على السلع والخدمات اللازمة لاشباع احتياجاته الشخصية والعائلية من خلال منع الأضرار المادية والاقتصادية والصحية و...إلخ عنه وضمان حقوقه المختلفة.

(4) مفهوم الحماية الاجتماعية **Social Protection** : هي الخدمات التي تقدمها المؤسسات الحكومية والأهلية لحماية المستهلك في مصر من المخاطر المختلفة التي قد يتعرض

لها من خلال عملية الشراء للسلع أو الخدمات بهدف إشباع احتياجاته ، سواء ارتبطت بالصحة أو السلامة أو المال أو الغش للسلع والخدمات أو الاستغلال أو ما تعلق بسوء عملية تقديم الخدمة ذاتها أو الاحتكار وغيرها مما يخل بالحقوق المنصوص عليها في القانون.

وتمثل مجموعة الإجراءات التي تتخذ من طرف أجهزة وتنظيمات وهيئات حكومية وأهلية معينة هدفها المحافظة على المستهلك من المخاطر الاجتماعية التي يمكن أن يتعرض لها أثناء قيامه بعملية إشباع حاجاته ورغباته من السلع والخدمات.

وينصرف مفهوم الحماية الاجتماعية في إطار حماية المستهلك إلى:

- ضمان العدالة الاجتماعية في الحصول على السلع والخدمات الأساسية للمستهلكين من خلال جهود حماية المستهلك.

- العمل على تلبية حاجات المستهلكين عامة وغير القادرين من ذوي الدخل المحدودة أو الفئات الضعيفة أو الفقيرة أو المهمشة أو التي هي أولى بالرعاية.

- العمل على حماية المستهلكين من خلال توعيتهم بحقوقهم ومسئولياتهم بما يؤمن توفير حاجات المستهلكين الأولى بالرعاية من الفقراء والمسنين وذوي الإعاقات وغيرهم.

أ- مبررات الاهتمام بتوفير الحماية الاجتماعية للمستهلكين: يلعب المستهلكون دورًا حيويًا في النظام الاقتصادي لأي دولة، فالمستهلكون هم اللاعبون في السوق ، وأنماط استهلاكهم تؤثر بشكل كبير على المجتمع والاقتصاد معًا، وفي فلسفة التسويق الحديثة من المفترض أن يكون المستهلك هو من توفر له أقصى قدر ممكن من الرضاء (Suresh Misra and et al,2015).

و تتمثل أهم مبررات الاهتمام بتوفير الحماية الاجتماعية للمستهلكين في الآونة الأخيرة في:

1- ضعف الوعي الاستهلاكي لدى المواطنين: ربما من أهم أسباب توفير الحماية الاجتماعية لمجموع المستهلكين هو ضعف الوعي الاستهلاكي لديهم بما يتضمنه من عدم الوعي بالحقوق والواجبات والقوانين المختصة بحماية المستهلك مما يترتب عليه ضياع حقوقه.

2- ضعف العدالة الاجتماعية: حيث يفتقر الفقراء وغيرهم الكثير في المجتمع من غير القادرين أو الضعفاء أو الفئات المهمشة إلى القوة للحصول على حقوقهم ، وكذا التعويضات المناسبة في مقابل الأضرار التي تقع عليهم من قبل الآخرين.

- 3- تبني سياسات الإصلاح الاقتصادي : من حيث الاعتماد على القطاع الخاص في الاقتصاد والتنمية وتبني إستراتيجيات السوق الحر والخصخصة والعولمة الاقتصادية، وترتب على ذلك أن فقد المستهلك الأمان بأنواعه في السوق الاقتصادية ، مما أفقده قدرته على شراء السلع والخدمات التي يحتاجها ، أيضًا شعر المستهلك بافتقاده للأمن الغذائي بصفة عامة.
- 4- تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية: أنه ومن أجل تحقيق التنمية بالمجتمع ، يحتاج الأمر لضبط السوق والرقابة عليه للتأكد من اشباع المواطنين لاحتياجاتهم وحصولهم على حقوقهم بالطريقة المناسبة ، وضمان التوزيع العادل لثمار التنمية ونتائجها وحصول الفئات الفقيرة على حقها في التنمية بما يحفظ عليهم في النهاية مواردهم.
- 5- انتشار الظواهر السلبية بالمجتمع: والتي أهمها المغالاة غير المبررة في أسعار السلع والخدمات ، وظهور ممارسات غير صحيحة أو غير قانونية مثل: الغش والتدليس والاستغلال وغيرها ، مما أوجب ضرورة تضافر جهود المؤسسات الحكومية والأهلية من أجل تحقيق الحماية الاجتماعية للمواطنين وتوفير حياة كريمة لهم.
- 6- الحاجة الملحة لحماية المستهلك : تنشأ الحاجة إلى حماية المستهلك من الحاجة إلى حماية المستهلكين من الخسارة أو الإصابة أو غيرها من الآثار السلبية والتأكد من:
- السلامة الجسدية للمستهلك.
 - الوصول إلى المعلومات.
 - المسؤولية الاجتماعية للشركات لتوفير الجودة والكمية من البضائع بأسعار عادلة.
 - رضا المستهلك.
 - العدالة الاجتماعية.
 - البقاء والنمو لمنظمات الأعمال.
- 7- تحقيق الكفاءة الاقتصادية في السوق: ففي حالة السوق الحر تصبح الكفاءة الاقتصادية شرط مسبق للتأكد من أن جميع الأنظمة تعمل على النحو الأمثل، فيكون السوق في حالة توازن عندما يكون لدى جانبي العرض والطلب قوة متساوية ويقوم الموردون للسلع والخدمات بما يلي: الانخراط في منافسة عادلة، تزويد المستهلكين بمعلومات كاملة عن المنتجات، مراعاة جميع القوانين المتعلقة بالسلامة و معايير الجودة ؛ تعويض المستهلكين في حالة ظهور مشاكل تتعلق بالمنتجات أو الخدمات(United Nations,2016).
- 8- وهناك دواعي للاهتمام بحماية المستهلك وهي كما يلي(إبراهيم الأخرس،2008،ص126):

- المحافظة على رضا المستهلك من خلال رفع مستوى اشباع الحاجات لدى المواطنين نوعاً وليس كمّاً أو كمية.
- عدم رضا المستهلك عن سلامة عدد أكبر من المنتجات المباعة له وخاصة السلع الضرورية المدعمة كزيت الخبز وانخفاض مستوى الجودة لبعض السلع.
- عدم تمتع السلع بالخصائص المعلن عنها وغموض فترة الضمان الخاص بها.
- عدم توافر القدر الكافي من المعلومات عن بعض السلع والخدمات .
- سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة :
- 1- نوع الدراسة: تنتمي الدراسة الراهنة لنوعية الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف تحديد دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك كأحد آليات الحماية الاجتماعية للمواطنين في مصر.
- 2- المنهج المستخدم: تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي ، والذي يُعتبر من أشهر المناهج وأكثره استخداماً في البحوث الاجتماعية؛ ويعرف المسح الاجتماعي بأنه محاولة منظمة لدراسة وفهم الوضع الراهن لموضوع الدراسة ، ولقد اعتمدت الدراسة الراهنة على المسح الاجتماعي الشامل فيما يتعلق بالعاملين بالاتحاد التعاوني الاستهلاكي المركزي بمحافظة الفيوم والجمعية التعاونية الاستهلاكية بالفيوم ، وإدارة الجمعيات الأهلية بمديرية التضامن الاجتماعي، وإدارة حماية المستهلك وجمعيات حماية المستهلك.
- 3- أدوات الدراسة: اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على ما يلي:
- أ- استمارة قياس : كأداة رئيسية قام باعدادها من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، الاستفادة من الدراسات والبحوث ، استشارة بعض ذوي الخبرة ، وقد حوت مجموعة من الأبعاد التي تحقق أهداف الدراسة وهي:
- البعد الأول: البيانات الأولية لمفردات مجتمع الدراسة .
- البعد الثاني: دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك.
- البعد الثالث: دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك.
- البعد الرابع: دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلك.
- البعد الخامس: المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك.

- البعد السادس: مقترحات تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك.
 - قياس صدق وثبات استمارة الدراسة:
 - صدق أداة الدراسة:

أ- الصدق الظاهري: قام الباحث بعرض أداة الدراسة علي عدد من السادة أساتذة الخدمة الاجتماعية وكذلك المتخصصين والممارسين في الميدان لإبداء الرأي والحكم على الاستمارة وعباراتها من حيث مدي ارتباطها بالبعد الذي تقيسه وسلامة الصياغة اللغوية، وتم الاعتماد على نسبة اتفاق لا تقل عن (80%) ، وتم حذف بعض العبارات وصياغة الأخرى، وبناء عليه تم تعديل الاستمارة في ضوء الملاحظات الواردة من السادة المحكمين و صياغتها في شكلها النهائي بعد التحكيم.

ب- صدق المحتوى أو الصدق المنطقي: وقد تحقق منه الباحث من خلال : الاطلاع ومراجعة الأدبيات والأطر النظرية والدراسات السابقة والتي تناولت متغيرات الدراسة ، كذلك تحليل الأدبيات والبحوث المتعلقة بحماية المستهلك من أجل صياغة الأبعاد والعبارات ذات الصلة بالدراسة الراهنة.

جدول رقم (1) يوضح صدق المحتوى لأداة الدراسة

م	الأبعاد الرئيسية	المجموع الكلي
1	دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك:	0.741**
2	دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك:	0.670**
3	دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلك:	0.668**
4	المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك:	0.791**
5	مقترحات تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك:	0.569**

- ثبات أداة الدراسة : كما عمد الباحث إلى فحص ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا ويشير مثل هذا الثبات إلى قوة الارتباط بين فقرات أداة الدراسة وهو معدل مناسب كما يتضح من الجدول التالي رقم (2) .

جدول رقم (2) يوضح ثبات أداة الدراسة

م	الأبعاد	معامل الثبات
1	دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك:	0.654
2	دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك:	0.522
3	دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلك:	0.478
4	المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك:	0.507
5	مقترحات تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك:	0.518
	الاستبانة ككل	0.793

4- أدوات التحليل الاحصائي: يقوم الباحث باستخدام مجموعة من المعاملات الاحصائية التي تحقق أهداف الدراسة والمتضمنة في برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS ، من أجل التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الراهنة التي تحصل عليها الباحث من الميدان وهذه المعاملات تمثلت في:

أ- معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha للتحقق من ثبات أداة الدراسة.

ب- التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تتضمنها أداة الدراسة ، التكرار المرشح ، القوة النسبية ، الوزن المرشح ، النسبة المرجحة.

5- مجالات الدراسة:

- أ- المجال المكانى : يتحدد المجال المكانى لمجتمع الدراسة الراهنة في الاتحاد التعاوني الاستهلاكي المركزي بمحافظة الفيوم والجمعيات التابعة له من جمعيات حماية المستهلك والجمعيات التعاونية الاستهلاكية وإدارة حماية المستهلك.
- ب- المجال البشرى: أعتمدت الدراسة على المسح الاجتماعى الشامل للعاملين بالاتحاد التعاوني الاستهلاكي المركزي بالفيوم وكذلك العاملين بالجمعية التعاونية الاستهلاكية بالفيوم وجمعيات حماية المستهلك ، والمسؤولين بإدارة الجمعيات الأهلية بمديرية التضامن الاجتماعي، وإدارة حماية المستهلك ، وذلك بما يتناسب وأهداف الدراسة وقد بلغ عددهم جميعاً (86) مفردة.

جدول (3) يوضح عينة الدراسة

م	المؤسسات	العدد
1	الاتحاد التعاوني الاستهلاكي المركزي بالفيوم	10
2	الجمعية التعاونية الاستهلاكية	65
-	جمعيات حماية المستهلك	-
3	إدارة الجمعيات الأهلية بمديرية التضامن الاجتماعي	8
4	إدارة حماية المستهلك	3
المجموع		86

ج- المجال الزمني: وهو فترة اجراء الدراسة النظرية والميدانية وذلك في الفترة من منتصف

مارس إلى نهاية أبريل 2023.

سادساً: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة:

- عرض وتحليل النتائج المرتبطة بالبيانات الأولية لعينة الدراسة :

جدول رقم (4) يوضح البيانات الأولية لعينة الدراسة

(ن = 86)

م	المتغير	ك	%
1	النوع	أ- ذكر	64
		ب- أنثى	31
المجموع		86	100
2	الفئة العمرية	أ- من 30 سنة لأقل من 35 سنة	11.7
		ب - من 35 سنة لأقل من 40 سنة	23.2
		ج - من 40 سنة لأقل من 50 سنة	40.7
		د- من 50 سنة فأكثر	24.4
المجموع		86	100
3	الحالة الاجتماعية	أ- أعزب	8.1
		ب- متزوج	80.2
		ج- أرمل	11.7
		د- مطلق	-

100	86	المجموع	
52.4	45	أ- مؤهل متوسط	4 المستوى التعليمي
17.4	15	ب- مؤهل فوق متوسط	
30.2	26	ج- مؤهل عال	
-	-	د- دراسات عليا	
100	86	المجموع	
38.3	33	أ- الدرجة الأولى	5 الدرجة الوظيفية
11.7	10	ب- الدرجة الثانية	
8.1	7	ج- الدرجة الثالثة	
41.9	36	د- أخرى تذكر	
100	86	المجموع	
9.4	8	أ- مؤسسة حكومية	جهة العمل
90.6	78	ب- جمعية أهلية	
100	86	المجموع	
8.1	7	أ- أقل من 5 سنوات	6 عدد سنوات الخبرة في مجال حماية المستهلك
12.8	11	ب- من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات	
54.7	47	ج- من 10 سنوات لأقل من 15 سنة	
24.4	21	د- من 15 سنة فأكثر	
100	86	المجموع	
86	74	أ- دورة واحدة	7 عدد الدورات التي تم الحصول عليها في مجال حماية المستهلك
-	-	ب- دورتان	
-	-	ج- ثلاث دورات	
14	12	د- أربع دورات فأكثر	
100	86	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق رقم (4) أن عينة الدراسة تنتوزع توزيعًا احصائيًا حسب

البيانات الأولية لعينة الدراسة على النحو التالي:

- من حيث النوع : من تحليل البيانات السابقة نجد أن غالبية مفردات مجتمع الدراسة من الذكور بنسبة 64% ، بينما جاءت نسبة الإناث في المرتبة الثانية بنسبة 36% وقد يفسر ذلك

في ضوء تفضيل بعض الموظفين التعيين أو الندب في الإتحاد الاستهلاكي أو الجمعيات التابعة له.

- من حيث الفئة العمرية : فقد جاءت الفئة العمرية من 40 سنة لأقل من 50 سنة بنسبة 40.7% ويلبها في المرتبة الثانية من 50 سنة فأكثر بنسبة 24.4% وتليها في المرتبة الثالثة الفئة العمرية من 35 سنة لأقل من 40 سنة بنسبة 23.2% ، وأخيراً الفئة من 30 سنة لأقل من 35 سنة بنسبة 11.7% ، ويلاحظ ارتفاع سن العاملين بجهات حماية المستهلك وهذا يفسره عدم التعيين وحصر الأمر في انتداب الموظفين من جهات أخرى.

- من حيث الحالة الاجتماعية : فقد جاءت فئة المتزوجين في المرتبة الأولى بنسبة 80.2% ، تليها فئة أرمل في المرتبة الثانية بنسبة 11.7% ، وأخيراً فئة غير المتزوجين بنسبة 8.1% .

- من حيث المستوى التعليمي: فقد جاءت فئة مؤهل متوسط في المقدمة بنسبة 52.4% ، تليها فئة مؤهل عال بنسبة 30.2% ، وأخيراً فئة مؤهل فوق متوسط بنسبة 17.4% ، ويفسر ذلك في ضوء حاجة جهات حماية المستهلك للخبرات والمهارات بغض النظر عن درجة المؤهل.

- أما بالنسبة للدرجة الوظيفية: فقد جاءت أخرى تذكر بنسبة 41.9% ، بينما جاءت الدرجة الأولى في المرتبة الثانية بنسبة 38.3% ، في حين تليها الدرجة الثانية بنسبة 11.7% ، وأخيراً الدرجة الثالثة بنسبة 8.1% ، وربما يعني ذلك وجود موظفين بعد سن التقاعد يعملون في الإتحاد والجمعيات التابعة له.

- وفيما يتعلق بعدد سنوات الخبرة في مجال حماية المستهلك: فقد جاءت في المرتبة الأولى فئة من 10 سنوات لأقل من 15 سنة بنسبة 54.7% ، وتليها من 15 سنة فأكثر بنسبة 24.4% ، ثم فئة من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات بنسبة 12.8% ، ثم أخيراً أقل من 5 سنوات بنسبة 8.1% ، وهذا يعني وجود الكثير من الخبرات الوظيفية في جهات حماية المستهلك.

- أما من حيث عدد الدورات التي تم الحصول عليها في مجال حماية المستهلك: فقد جاءت دورة واحدة بنسبة 86% ، تليها أربع دورات فأكثر بنسبة

14% ، وهذا يعني حاجة العاملين لمجموعة من الدورات المهنية في مجال حماية المستهلك.

- عرض وتحليل النتائج المرتبطة بتساؤلات الدراسة:

يعرض الباحث في هذا الجزء من الدراسة النتائج التي توصل إليها وتحليلها وتفسيرها من خلال استجابات أفراد العينة وذلك في ضوء أسئلة الدراسة وأهدافها على النحو التالي:

(1) عرض وتحليل البيانات المرتبطة بدور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية

المستهلك:

جدول رقم (5) يوضح دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك.

(ن = 86)

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
1	تقديم الاستشارات اللازمة لجميع فئات المجتمع فيما يتعلق بمجالات حماية المستهلك	59.52	50	34.52	29	8.33	7	215	95.317	71.66	10.41	2
2	اقتراح البرامج المختلفة اللازمة لنشر ثقافة حماية المستهلك بين جموع المواطنين	40.47	34	55.95	47	5.95	5	201	79.58	67	9.73	8
3	نشر معلومات عن السلع غير المطابقة للمواصفات ومجهولة المصدر التي تضر	36.9	31	53.57	45	11.90	10	193	76.58	64.33	9.35	10

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
	بالمستهلك											
4	توعية المستهلكين بالآثار المترتبة على احتكار السلع والخدمات	57.14	48	34.52	29	10.71	9	211	83.73	70.33	10.22	3
5	توعية المواطنين بحقوق وواجبات المستهلك من خلال الوسائل المختلفة	45.28	38	44.05	37	13.09	11	199	78.96	66.33	9.64	9
6	تنظيم الفعاليات المختلفة حول حماية المستهلك (إصدار النشرات وتنظيم المحاضرات... إلخ)	66.66	56	28.57	24	7.14	6	222	88.09	74	10.755	1
7	المشاركة في تقديم المعلومات لنشر الوعي الاستهلاكي عن السلع	42.85	36	52.38	44	7.14	6	202	80.15	67.33	9.78	7

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
	والخدمات											
8	المشاركة في حملات التوعية لنشر ثقافة حماية المستهلك بين أفراد المجتمع	45	53.57	28	33.33	13	15.47	204	80.95	68	9.88	5
9	إجراء الاستطلاعات الدورية بين فئات المجتمع للحصول على المعلومات عن السلع والخدمات	45	53.57	34	40.47	7	8.33	210	83.33	70	10.17	4
10	نشر معلومات بصفة دورية عبر وسائل الإعلام المختلفة عن حماية المستهلك	45	53.57	34	40.47	7	8.33	204	80.96	70	9.68	6
								المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي	مجموع التكرارات المرجحة	مجموع الاوزان المرجحة	القوة النسبية (%)
								206.4	39.31	2064	688	81.90

باستقراء بيانات الجدول السابق رقم (5) والذي يوضح دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك ، يتضح من هذه الاستجابات أنها تتوزع توزيعاً إحصائياً وفق مجموع التكرارات المرجحة لهذه الاستجابات والذي بلغ (2064) ومتوسط حسابي عام (39.31) وقوة نسبية بلغت (81.90%) ، وهذا التوزيع الإحصائي يدل على أن هنالك موافقة على أهمية دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك ، وجاءت استجابات المبحوثين مرتبة كما يلي وفق القوة النسبية والنسبة المرجحة :

- 1- في الترتيب الأول جاءت عبارة " تنظيم الفعاليات المختلفة حول حماية المستهلك (إصدار النشرات وتنظيم المحاضرات... إلخ)" بقوة نسبية (88.09%) ونسبة مرجحة (10.755%).
- 2- في الترتيب الثاني جاءت عبارة " تقديم الاستشارات اللازمة لجميع فئات المجتمع فيما يتعلق بمجالات حماية المستهلك " بقوة نسبية (95.317%) ونسبة مرجحة (10.41%).
- 3- أما في الترتيب الثالث فقد جاءت عبارة " توعية المستهلكين بالآثار المترتبة على احتكار السلع والخدمات " بقوة نسبية (83.73%) ونسبة مرجحة (10.22%).
- 4- و في الترتيب الرابع جاءت عبارة " إجراء الاستطلاعات الدورية بين فئات المجتمع للحصول على المعلومات عن السلع والخدمات " بقوة نسبية (83.33%) ونسبة مرجحة (10.17%)،
- 5- و في الترتيب الخامس جاءت عبارة " المشاركة في حملات التوعية لنشر ثقافة حماية المستهلك بين أفراد المجتمع " بقوة نسبية (80.95%) ونسبة مرجحة (9.88%).
- 6- وجاءت في الترتيب السادس عبارة " نشر معلومات بصفة دورية عبر وسائل الإعلام المختلفة عن حماية المستهلك " بقوة نسبية (80.96%) ونسبة مرجحة (9.68%).
- 7- وجاءت في الترتيب السابع عبارة " المشاركة في تقديم المعلومات لنشر الوعي الاستهلاكي عن السلع والخدمات " بقوة نسبية (80.15%) ونسبة مرجحة (9.78%).
- 8- و جاءت في الترتيب الثامن عبارة " اقتراح البرامج المختلفة اللازمة لنشر ثقافة حماية المستهلك بين جموع المواطنين " بقوة نسبية (79.58%) ونسبة مرجحة (9.73%).
- 9- و جاءت في الترتيب التاسع عبارة " توعية المواطنين بحقوق وواجبات المستهلك من خلال الوسائل المختلفة " بقوة نسبية (78.96%) ونسبة مرجحة (9.64%).
- 10- و جاءت في الترتيب العاشر عبارة " نشر معلومات عن السلع غير المطابقة للمواصفات ومجهولة المصدر التي تضر بالمستهلك " بقوة نسبية (76.58%) ونسبة مرجحة (9.35%).

وذلك يتفق مع نتائج دراسة بوشناف صافية و بن ميهوب أمينة 2020 والتي أكدت على أن الجمعيات الأهلية تقوم بالكشف عن الممارسات التسويقية المضللة في المزيج التسويقي ، لاسيما ما تعلق منها بالمنتجات الاستهلاكية؛ وتستعمل الجمعيات عدة وسائل في سبيل التصدي للممارسات التسويقية المضللة تتمثل أساسًا في دورها الوقائي والعلاجي لحماية المستهلك(بوشناف صافية و بن ميهوب أمينة ،2020، ص50).

(2) عرض وتحليل البيانات المرتبطة بدور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك:

جدول رقم (6) يوضح دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك (ن

= 86)

م	العبارة	نعم		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		ك	%	ك	%					
1	متابعة تنفيذ القوانين أو القرارات الصادرة فيما يتعلق بحماية المستهلك	32	38.09	46	54.76	196	77.77	65.33	9.66	7
2	تحديد احتياجات المستهلكين من السلع والخدمات الأساسية	54	64.28	26	30.95	220	87.30	73.33	10.84	1
3	وضع الخطط لحماية المستهلك بالتنسيق مع الجهات	41	48.80	41	48.81	209	82.93	69.66	10.30	3

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%					
	المعنية											
4	متابعة مدى مطابقة السلع والخدمات بالأسواق لمواصفات الجودة	43	51.19	38	45.23	5	5.95	210	83.33	70	10.35	2
5	متابعة أسعار السلع والخدمات المتداولة بالأسواق	42	50	38	45.23	6	7.14	208	82.53	69.33	10.25	4
6	بحث شكاوى جمهور المستهلكين بشأن المشكلات المتعلقة بحماية المستهلك والعمل على حلها	31	36.90	39	46.42	16	19.04	187	74.20	62.33	9.22	9
7	بحث شكاوى الجهات المختلفة حول مشكلات حماية المستهلك	36	42.85	40	47.61	10	11.90	198	78.57	66	9.76	6

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب	
		ك	%	ك	%	ك	%						
8	تقديم الدعم لإقامة ومتابعة الدعاوى القانونية ضد المخالفين	33	39.28	43	51.19	10	11.90	195	77.38	65	9.61	8	
9	تقديم مقترحات لاستصدار التشريعات اللازمة لحماية المستهلك	38	45.23	45	53.57	3	357	207	82.14	69	10.20	5	
10	التنسيق بين الجمعيات الأهلية والمؤسسات الحكومية في قضايا حماية المستهلك	36	42.85	40	47.62	10	11.90	198	78.57	66	9.76	6 مكرر	
								المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي	مجموع التكرارات المرجحة	مجموع الاوزان المرجحة	القوة النسبية (%)	
								202.8	38.62	2028	676	80.47	

باستقراء بيانات الجدول السابق رقم (6) والذي يوضح دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك ، يتضح من هذه الاستجابات أنها تتوزع توزيعاً إحصائياً وفق مجموع التكرارات المرجحة لهذه الاستجابات والذي بلغ (2028) ومتوسط حسابي عام (38.62) وقوة نسبية بلغت (80.47%) ، وهذا التوزيع الإحصائي يدل على أن هنالك موافقة على أهمية دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك ، وجاءت استجابات المبحوثين مرتبة كما يلي وفق القوة النسبية والنسبة المرجحة :

- 1- في الترتيب الأول جاءت عبارة " تحديد احتياجات المستهلكين من السلع والخدمات الأساسية " بقوة نسبية (87.30%) ونسبة مرجحة (10.84%).
- 2- في الترتيب الثاني جاءت عبارة " متابعة مدى مطابقة السلع والخدمات بالأسواق لمواصفات الجودة " بقوة نسبية (83.33%) ونسبة مرجحة (10.35%).
- 3- أما في الترتيب الثالث فقد جاءت عبارة " وضع الخطط لحماية المستهلك بالتنسيق مع الجهات المعنية " بقوة نسبية (82.93%) ونسبة مرجحة (10.30%).
- 4- و في الترتيب الرابع جاءت عبارة " متابعة مدى مناسبة أسعار السلع والخدمات المتداولة بالأسواق " بقوة نسبية (82.53%) ونسبة مرجحة (10.25%)،
- 5- و في الترتيب الخامس جاءت عبارة " تقديم مقترحات لاستصدار التشريعات اللازمة لحماية المستهلك " بقوة نسبية (82.14%) ونسبة مرجحة (10.20%).
- 6- وجاءت في الترتيب السادس كل من العبارتين " بحث شكاوى الجهات المختلفة حول مشكلات حماية المستهلك " و" التنسيق بين الجمعيات الأهلية والمؤسسات الحكومية في قضايا حماية المستهلك " بقوة نسبية (78.57%) ونسبة مرجحة (9.76%).
- وذلك يتفق مع نتائج دراسة ضامن الجيلالي 2019 والتي أكدت على التعاون الوثيق بين نوعي الجهود الحكومية والأهلية في مجال حماية المستهلك ، وأنه لا يوجد تعارض بينهما فكل منهما يكمل الآخر في مصلحة المستهلك (ضامن الجيلالي، 2019، ص143).
- 7- وجاءت في الترتيب السابع عبارة " متابعة تنفيذ القوانين أو القرارات الصادرة فيما يتعلق بحماية المستهلك " بقوة نسبية (77.77%) ونسبة مرجحة (9.66%).
- 8- و جاءت في الترتيب الثامن عبارة " تقديم الدعم لإقامة ومتابعة الدعاوى القانونية ضد المخالفين " بقوة نسبية (77.38%) ونسبة مرجحة (9.61%).
- 9- و جاءت في الترتيب التاسع عبارة " بحث شكاوى جمهور المستهلكين بشأن المشكلات المتعلقة بحماية المستهلك والعمل على حلها " بقوة نسبية (74.20%) ونسبة مرجحة (9.22%).

(3) عرض وتحليل البيانات المرتبطة بدور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية:

جدول رقم (7) يوضح دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية
(ن = 86)

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%					
1	تنظيم المعارض المختلفة لتوفير السلع بأسعار مناسبة للمستهلك	51	60.7	32	38.09	3	3.57	220	87.30	73.33	10.82	1
2	متابعة مدى التزام منشآت الأعمال بالتراخيص اللازمة لتقديم السلع والخدمات	35	41.66	42	50	9	10.71	198	78.57	66	9.74	7
3	التخطيط لفتح أسواق جديدة لتوفير السلع والخدمات للمواطنين	34	40.47	50	59.52	2	2.38	204	80.95	68	10.03	4
4	مواجهة الأساليب المختلفة للتجار في احتكار السلع والخدمات في	27	32.14	43	51.19	16	19.04	183	72.62	61	9.00	9

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
	السوق المحلي											
5	إيجاد الحلول المناسبة لمشكلات المواطنين المرتبطة بقضايا حماية المستهلك	41.66	44	52.38	7	8.33		200	79.36	66.66	9.84	6
6	تمثيل المستهلكين في الأنشطة أو الفعاليات حول حماية المستهلك	45.23	40	47.61	8	9.52		202	80.15	67.33	9.94	5
7	المشاركة في وضع برامج أو أنشطة تستهدف حماية المستهلكين من محدودتي الدخل	51.19	37	44.04	6	7.14		209	82.93	69.66	10.28	3
8	مساعدة أصحاب الدعاوى للحصول على	46.42	47	55.95	0	0		211	83.74	70.33	10.38	2

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
	التعويضات المناسبة ضد المخالفين											
9	التخفيف من حدة آثار المشكلات التي قد يتعرض لها المستهلك عند اشباع احتياجاته	40		47.61	43	51.19	3	209	82.93	69.66	10.28	3 مكرر
10	تحفيز أصحاب الأعمال في تحمل المسئولية المجتمعية تجاه المواطنين	29		34.52	52	61.90	5	196	77.77	65.33	9.64	8
								المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي	مجموع التكرارات المرجحة	مجموع الاوزان المرجحة	القوة النسبية (%)
								203.1	38.70	2032	677.3	80.63

باستقراء بيانات الجدول السابق رقم (7) والذي يوضح دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية ، يتضح من هذه الاستجابات أنها تتوزع توزيعاً إحصائياً وفق مجموع التكرارات المرجحة لهذه الاستجابات والذي بلغ (2032) ومتوسط حسابي عام (38.70) وقوة نسبية بلغت (80.63%) ، وهذا التوزيع الإحصائي يدل على أن هنالك موافقة على أهمية دور

- الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية ، وجاءت استجابات المبحوثين مرتبة كما يلي وفق القوة النسبية والنسبة المرجحة :
- 1- في الترتيب الأول جاءت عبارة " تنظيم المعارض المختلفة لتوفير السلع بأسعار مناسبة للمستهلك " بقوة نسبية (87.30%) ونسبة مرجحة (10.82%).
 - 2- في الترتيب الثاني جاءت عبارة " مساعدة أصحاب الدعاوى للحصول على التعويضات المناسبة ضد المخالفين " بقوة نسبية (83.74%) ونسبة مرجحة (10.38%).
 - 3- أما في الترتيب الثالث فقد جاءت عبارتين " المشاركة في وضع برامج أو أنشطة تستهدف حماية المستهلكين من محدودى الدخل " و" التخفيف من حدة آثار المشكلات التي قد يتعرض لها المستهلك عند اشباع احتياجاته " بقوة نسبية (82.93%) ونسبة مرجحة (10.28%).
 - 4- و في الترتيب الرابع جاءت عبارة " التخطيط لفتح أسواق جديدة لتوفير السلع والخدمات للمواطنين " بقوة نسبية (80.95%) ونسبة مرجحة (10.03%).
 - 5- و في الترتيب الخامس جاءت عبارة " تمثيل المستهلكين في الأنشطة أو الفعاليات المختلفة حول حماية المستهلك " بقوة نسبية (80.15%) ونسبة مرجحة (9.94%).
 - 6- وجاءت في الترتيب السادس العبارة " إيجاد الحلول المناسبة لمشكلات المواطنين المرتبطة بقضايا حماية المستهلك " بقوة نسبية (79.36%) ونسبة مرجحة (9.84%).
 - 7- وجاءت في الترتيب السابع عبارة " متابعة مدى التزام منشآت الأعمال بالتراخيص اللازمة لتقديم السلع والخدمات " بقوة نسبية (78.57%) ونسبة مرجحة (9.74%).
 - 8- وجاءت في الترتيب الثامن عبارة " تحفيز أصحاب الأعمال في تحمل المسؤولية المجتمعية تجاه المواطنين " بقوة نسبية (77.77%) ونسبة مرجحة (9.64%).
 - 9- وجاءت في الترتيب التاسع عبارة " مواجهة الأساليب المختلفة للتجار في احتكار السلع والخدمات في السوق المحلي " بقوة نسبية (72.62%) ونسبة مرجحة (9.00%).
- وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة قريمس عبد الحق 2017 والتي أكدت على أهمية الجهود الأهلية في دعم جهود الجهات الرسمية ، وتلافي القصور في دورها والوقاية وتوفير الحماية الاجتماعية للمستهلكين(قريمس عبد الحق،2017،ص532).

(4) عرض وتحليل البيانات المرتبطة بالمعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك:

جدول رقم (8) يوضح المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية

المستهلك

(ن = 86)

م	العبرة	نعم		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك					
1	انخفاض مستوى الوعي الاستهلاكي فيما يتعلق بحقوق وواجبات المستهلك	42	50	38	45.23	6	7.14	69.33	10.11	4
2	قلة توافر الكوادر الفنية المؤهلة والمتخصصة في مجالات حماية المستهلك	32	38.09	42	50	12	14.28	64	9.33	10
3	ضعف دور منظمات المجتمع المدني في دعم أنشطة حماية المستهلك بالمجتمع	33	39.28	50	59.52	3	3.57	67.33	9.82	6
4	ضعف التنسيق بين المؤسسات المختلفة الحكومية والأهلية المعنية	34	40.47	40	47.61	12	14.28	64.66	9.43	9

م	العبارة	نعم		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك					
	بحماية المستهلك									
5	عدم تحقق الردع العام للمخالفين من أصحاب الأعمال في قضايا حماية المستهلك	38	45.23	36	42.85	12	14.28	66	9.63	7
6	ضعف المشاركة المجتمعية فيما يتعلق بأنشطة حماية المستهلك	30	35.71	51	60.71	5	5.95	65.66	9.58	8
7	ندرة المعلومات عن منشآت الأعمال المرتبطة بالسلع والخدمات القائمة في المجتمعات المحلية	46	54.76	37	44.04	3	3.57	71.66	10.45	2
8	وجود تحديات عديدة تواجه الجهات المعنية بحماية المستهلك	64	76.19	17	20.23	5	5.95	77	11.23	1
9	ضعف مواكبة التشريعات الخاصة بحماية المستهلك للمتغيرات المجتمعية	47	55.9	33	39.28	6	7.14	71	10.35	3

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
10	ضعف الاستجابة السريعة من الجهات المعنية فيما يتعلق بشكاوى المستهلكين	47.61	40	47.61	40	7.14	6	206	81.74	68.66	10.01	5
								المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي	مجموع التكرارات المرجحة	مجموع الاوزان المرجحة	القوة النسبية (%)
								205.6	39.16	2056	685.33	81.58

باستقراء بيانات الجدول السابق رقم (8) والذي يوضح المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك ، يتضح من هذه الاستجابات أنها تتوزع توزيعاً إحصائياً وفق مجموع التكرارات المرجحة لهذه الاستجابات والذي بلغ (2056) ومتوسط حسابي عام (39.16) وقوة نسبية بلغت (81.58%) ، وهذا التوزيع الاحصائي يدل على أن هنالك موافقة على أهمية المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك ، وجاءت استجابات المبحوثين مرتبة كما يلي وفق القوة النسبية والنسبة المرجحة :

1- في الترتيب الأول جاءت عبارة " وجود تحديات عديدة تواجه الجهات المعنية بحماية المستهلك " بقوة نسبية (91.66%) ونسبة مرجحة (10.755%).

2- في الترتيب الثاني جاءت عبارة " ندرة المعلومات عن منشآت الأعمال المرتبطة بالسلع والخدمات القائمة في المجتمعات المحلية " بقوة نسبية (85.31%) ونسبة مرجحة (10.45%).

3- أما في الترتيب الثالث فقد جاءت عبارة " ضعف مواكبة التشريعات الخاصة بحماية المستهلك للمتغيرات المجتمعية " بقوة نسبية (84.52%) ونسبة مرجحة (10.35%).

- 4- و في الترتيب الرابع جاءت عبارة " انخفاض مستوى الوعي الاستهلاكي فيما يتعلق بحقوق وواجبات المستهلك " بقوة نسبية (82.53%) ونسبة مرجحة (10.11%)، وهذا يتفق مع ما ذهبت إليه دراسة يسن عبد اللطيف عبد الحلیم محمد والتي أكدت على وجود وسائل عديدة لتحقيق الحماية للمستهلك ، وأهمها حماية المستهلك لنفسه من خلال الوعي بحقوقه وواجباته مع التأكيد على الدور الرقابي للمؤسسات الرسمية(يسن عبد اللطيف، ص665).
- 5- و في الترتيب الخامس جاءت عبارة " ضعف الاستجابة السريعة من الجهات المعنية فيما يتعلق بشكاوى المستهلكين " بقوة نسبية (81.74%) ونسبة مرجحة (10.01%).
- 6- وجاءت في الترتيب السادس عبارة " ضعف دور منظمات المجتمع المدني في دعم أنشطة حماية المستهلك بالمجتمع " بقوة نسبية (80.15%) ونسبة مرجحة (9.82%).
- 7- وجاءت في الترتيب السابع عبارة " عدم تحقق الردع العام للمخالفين من أصحاب الأعمال في قضايا حماية المستهلك " بقوة نسبية (78.57%) ونسبة مرجحة (9.63%).
- 8- و جاءت في الترتيب الثامن عبارة " ضعف المشاركة المجتمعية فيما يتعلق بأنشطة حماية المستهلك " بقوة نسبية (78.17%) ونسبة مرجحة (9.58%).
- 9- و جاءت في الترتيب التاسع عبارة " ضعف التنسيق بين المؤسسات المختلفة الحكومية والأهلية المعنية بحماية المستهلك " بقوة نسبية (76.98%) ونسبة مرجحة (9.43%).
- 10- و جاءت في الترتيب العاشر عبارة " قلة توافر الكوادر الفنية المؤهلة والمتخصصة في مجالات حماية المستهلك " بقوة نسبية (76.19%) ونسبة مرجحة (9.33%).

(5) عرض وتحليل البيانات المرتبطة بمقترحات تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك :

جدول رقم (9) يوضح مقترحات تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية

المستهلك (ن = 86)

م	العبرة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%					
1	تخصيص موارد مالية من تراخيص منشآت الأعمال لصالح دعم أنشطة حماية المستهلك	48	57.14	27	32.14	11	13.09	209	82.93	69.66	10.36	2
2	إستصدار تشريعات قانونية تتيح سلطات أكبر للجهات المختلفة المعنية بحماية المستهلك	32	38.09	39	46.42	15	17.85	189	75	63	9.37	8
3	توفير مختص بمكاتب التمويل المختلفة لبحث شكاوى المستهلكين فيما يتعلق بالسلع والخدمات	25	29.76	51	60.71	10	11.90	187	74.20	62.33	9.27	9
4	توفير الموارد والإمكانيات اللازمة لدعم الجهود الحكومية والأهلية لحماية	49	58.33	21	25	16	19.04	205	81.34	68.33	10.16	4

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
	المستهلك											
5	إدراج ثقافة الوعي الاستهلاكي ضمن مناهج التعليم في المراحل التعليمية المختلفة	44	52.38	34	40.47	8	9.52	208	82.53	69.33	10.31	3
6	إعداد الكوادر الفنية المدربة للتعامل مع المستجدات في مجالات حماية المستهلك	41	48.81	37	44.04	8	9.52	205	81.34	68.33	10.16	4 مكرر
7	تنفيذ الدورات التدريبية في المجالات المتخصصة لحماية المستهلك لمواكبة التطورات بالمجتمع	34	40.47	44	52.38	8	9.52	198	78.55	66	9.82	7
8	تشجيع المشاركة المجتمعية بين كافة المؤسسات الحكومية والأهلية في مجال حماية المستهلك	40	47.62	35	41.66	11	13.09	201	79.76	67	9.97	6
9	نشر وسائل الإعلام على اختلاف مستوياتها	40	47.62	38	45.23	8	9.52	204	80.95	68	10.11	5

م	العبارة	نعم		إلى حد ما		لا		التكرار المرجح	القوة النسبية (%)	الوزن المرجح	النسبة المرجحة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%					
	بالمجتمع للوعي الاستهلاكي بين المواطنين											
10	نشر المعلومات حول أصحاب الأعمال المخالفين في قضايا حماية المستهلك	53	63.09	18	21.42	15	17.85	210	83.33	70	10.41	1
								المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي	مجموع التكرارات المرجحة	مجموع الاوزان المرجحة	القوة النسبية (%)
								2013	38.4	2016	672	80

باستقراء بيانات الجدول السابق رقم (9) والذي يوضح مقترحات تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك ، يتضح من هذه الاستجابات أنها تتوزع توزيعاً إحصائياً وفق مجموع التكرارات المرجحة لهذه الاستجابات والذي بلغ (2016) ومتوسط حسابي عام (38.4) وقوة نسبية بلغت (80%) ، وهذا التوزيع الاحصائي يدل على أن هناك موافقة على تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك ، وجاءت استجابات المبحوثين حول مجموعة من المقترحات مرتبة كما يلي وفق القوة النسبية والنسبة المرجحة :

- 1- في الترتيب الأول جاءت عبارة " نشر المعلومات حول أصحاب الأعمال المخالفين في قضايا حماية المستهلك " بقوة نسبية (83.33%) ونسبة مرجحة (10.41%).
- 2- في الترتيب الثاني جاءت عبارة " تخصيص موارد مالية من تراخيص منشآت الأعمال لصالح دعم أنشطة حماية المستهلك " بقوة نسبية (82.93%) ونسبة مرجحة (10.36%).
- 3- أما في الترتيب الثالث فقد جاءت عبارة " إدراج ثقافة الوعي الاستهلاكي ضمن مناهج التعليم في المراحل التعليمية المختلفة " بقوة نسبية (82.53%) ونسبة مرجحة (10.31%).

- 4- و في الترتيب الرابع جاءت العبارتين " توفير الموارد والامكانيات اللازمة لدعم الجهود الحكومية والأهلية لحماية المستهلك " و " إعداد الكوادر الفنية المدربة للتعامل مع المستجدات في مجالات حماية المستهلك " بقوة نسبية (81.34%) ونسبة مرجحة (10.16%)،
- 5- و في الترتيب الخامس جاءت عبارة " نشر وسائل الإعلام على اختلاف مستوياتها بالمجتمع للوعي الاستهلاكي بين المواطنين " بقوة نسبية (80.95%) ونسبة مرجحة (10.11%).
وذلك يتفق مع نتائج دراسة خرباشي عقيلة 2011 والتي أكدت على أهمية تعاون مؤسسات المجتمع الأخرى ، وتعزيد الجهود الحكومية والأهلية وعلى رأسها المؤسسات الإعلامية ، خاصة دورها القائم على التوعية بمخاطر الاستهلاك والتوعية بسياسات حماية المستهلك وحقوقه وواجباته(خرباشي عقيلة ،2011، ص138).
- 6- وجاءت في الترتيب السادس عبارة " تشجيع المشاركة المجتمعية بين كافة المؤسسات الحكومية والأهلية في مجال حماية المستهلك " بقوة نسبية (79.76%) ونسبة مرجحة (9.97%).
- 7- وجاءت في الترتيب السابع عبارة " تنفيذ الدورات التدريبية في المجالات المتخصصة لحماية المستهلك لمواكبة التطورات بالمجتمع " بقوة نسبية (78.55%) ونسبة مرجحة (9.82%).
- 8- و جاءت في الترتيب الثامن عبارة " إصدار تشريعات قانونية تتيح سلطات أكبر للجهات المختلفة المعنية بحماية المستهلك " بقوة نسبية (75%) ونسبة مرجحة (9.37%).
- 9- و جاءت في الترتيب التاسع عبارة " توفير مختص بمكاتب التمويل المختلفة لبحث شكاوى المستهلكين فيما يتعلق بالسلع والخدمات " بقوة نسبية (74.20%) ونسبة مرجحة (9.27%).
- النتائج العامة للدراسة:
- 1- النتائج المرتبطة بالتساؤل الأول والمتعلق بدور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك: حيث أوضحت الدراسة دور الجهود الحكومية والأهلية في نشر ثقافة حماية المستهلك من خلال العبارات التالية والتي جاءت مرتبة تنازلياً كما يلي:
- تنظيم الفعاليات المختلفة حول حماية المستهلك (إصدار النشرات وتنظيم المحاضرات... إلخ).
- تقديم الاستشارات اللازمة لجميع فئات المجتمع فيما يتعلق بمجالات حماية المستهلك.
- توعية المستهلكين بالآثار المترتبة على احتكار السلع والخدمات.

- إجراء الاستطلاعات الدورية بين فئات المجتمع للحصول على المعلومات عن السلع والخدمات.
- المشاركة في حملات التوعية لنشر ثقافة حماية المستهلك بين أفراد المجتمع .
- نشر معلومات بصفة دورية عبر وسائل الإعلام المختلفة عن حماية المستهلك.
- المشاركة في تقديم المعلومات لنشر الوعي الاستهلاكي عن السلع والخدمات.
- اقتراح البرامج المختلفة اللازمة لنشر ثقافة حماية المستهلك بين جموع المواطنين.
- توعية المواطنين بحقوق وواجبات المستهلك من خلال الوسائل المختلفة.
- نشر معلومات عن السلع غير المطابقة للمواصفات ومجهولة المصدر التي تضر بالمستهلك.
- 2- النتائج المرتبطة بالتساؤل الثاني والمتعلق بدور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك: حيث أوضحت الدراسة دور الجهود الحكومية والأهلية في حماية حقوق المستهلك من خلال العبارات التالية والتي جاءت مرتبة تنازلياً كما يلي:
 - تحديد احتياجات المستهلكين من السلع والخدمات الأساسية.
 - متابعة مدى مطابقة السلع والخدمات بالأسواق لمواصفات الجودة.
 - وضع الخطط لحماية المستهلك بالتنسيق مع الجهات المعنية.
 - متابعة مدى مناسبة أسعار السلع والخدمات المتداولة بالأسواق.
 - بحث شكاوى الجهات المختلفة حول مشكلات حماية المستهلك.
 - التنسيق بين الجمعيات الأهلية والمؤسسات الحكومية في قضايا حماية المستهلك.
 - متابعة تنفيذ القوانين أو القرارات الصادرة فيما يتعلق بحماية المستهلك.
 - تقديم مقترحات لاستصدار التشريعات اللازمة لحماية المستهلك.
 - بحث شكاوى جمهور المستهلكين بشأن المشكلات المتعلقة بحماية المستهلك والعمل على حلها.
 - تقديم الدعم لإقامة ومتابعة الدعاوى القانونية ضد المخالفين.
- 3- النتائج المرتبطة بالتساؤل الثالث والمتعلق بدور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية للمستهلك : حيث أوضحت الدراسة دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق الحماية الاجتماعية من خلال العبارات التالية والتي جاءت مرتبة تنازلياً كما يلي:
 - تنظيم المعارض المختلفة لتوفير السلع بأسعار مناسبة للمستهلك.

- مساعدة أصحاب الدعاوى للحصول على التعويضات المناسبة ضد المخالفين.
 - المشاركة في وضع برامج أو أنشطة تستهدف حماية المستهلكين من محدودى الدخل.
 - التخفيف من حدة آثار المشكلات التي قد يتعرض لها المستهلك عند اشباع احتياجاته.
 - التخطيط لفتح أسواق جديدة لتوفير السلع والخدمات للمواطنين.
 - تمثيل المستهلكين في الأنشطة أو الفعاليات المختلفة حول حماية المستهلك.
 - إيجاد الحلول المناسبة لمشكلات المواطنين المرتبطة بقضايا حماية المستهلك.
 - متابعة مدى التزام منشآت الأعمال بالتراخيص اللازمة لتقديم السلع والخدمات.
 - تحفيز أصحاب الأعمال في تحمل المسؤولية المجتمعية تجاه المواطنين.
 - مواجهة الأساليب المختلفة للتجار في احتكار السلع والخدمات في السوق المحلي.
- 4- النتائج المرتبطة بالتساؤل الرابع والمتعلق بالمعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك: حيث أوضحت الدراسة المعوقات التي تواجه دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك من خلال العبارات التالية والتي جاءت مرتبة تنازلياً كما يلي:
- وجود تحديات عديدة تواجه الجهات المعنية بحماية المستهلك.
 - ندرة المعلومات عن منشآت الأعمال المرتبطة بالسلع والخدمات القائمة في المجتمعات المحلية.
 - ضعف مواكبة التشريعات الخاصة بحماية المستهلك للمتغيرات المجتمعية.
 - انخفاض مستوى الوعي الاستهلاكي فيما يتعلق بحقوق وواجبات المستهلك.
 - ضعف الاستجابة السريعة من الجهات المعنية فيما يتعلق بشكاوى المستهلكين.
 - ضعف دور منظمات المجتمع المدني في دعم أنشطة حماية المستهلك بالمجتمع.
 - عدم تحقق الردع العام للمخالفين من أصحاب الأعمال في قضايا حماية المستهلك.
 - ضعف المشاركة المجتمعية فيما يتعلق بأنشطة حماية المستهلك.
 - ضعف التنسيق بين المؤسسات المختلفة الحكومية والأهلية المعنية بحماية المستهلك.
 - قلة توافر الكوادر الفنية المؤهلة والمتخصصة في مجالات حماية المستهلك.
- 5- النتائج المرتبطة بالتساؤل الخامس والمتعلق بمقترحات تفعيل دور الجهود الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك: حيث أوضحت الدراسة مقترحات تفعيل دور الجهود

الحكومية والأهلية في تحقيق حماية المستهلك من خلال العبارات التالية والتي جاءت مرتبة تنازلياً كما يلي:

- نشر المعلومات حول أصحاب الأعمال المخالفين في قضايا حماية المستهلك.
 - تخصيص موارد مالية من تراخيص منشآت الأعمال لصالح دعم أنشطة حماية المستهلك.
 - إدراج ثقافة الوعي الاستهلاكي ضمن مناهج التعليم في المراحل التعليمية المختلفة.
 - توفير الموارد والامكانيات اللازمة لدعم الجهود الحكومية والأهلية لحماية المستهلك.
 - إعداد الكوادر الفنية المدربة للتعامل مع المستجدات في مجالات حماية المستهلك.
 - نشر وسائل الإعلام على اختلاف مستوياتها بالمجتمع للوعي الاستهلاكي بين المواطنين.
 - تشجيع المشاركة المجتمعية بين كافة المؤسسات الحكومية والأهلية في مجال حماية المستهلك.
 - تنفيذ الدورات التدريبية في المجالات المتخصصة لحماية المستهلك لمواكبة التطورات بالمجتمع.
 - استصدار تشريعات قانونية تتيح سلطات أكبر للجهات المختلفة المعنية بحماية المستهلك.
 - توفير مختص بمكاتب التموين المختلفة لبحث شكاوى المستهلكين فيما يتعلق بالسلع والخدمات.
- توصيات الدراسة:** تتمثل أهم توصيات الدراسة الراهنة في:
- 1- ايجاد نوع من الاتصال الفعال والتنسيق المستمر بين الجمعيات الأهلية العاملة في مجال حماية المستهلك والمؤسسات الحكومية ممثلة في الوزارات والجهات الرقابية وغيرها لتحقيق حماية فعالة للمستهلكين.
 - 2- التوسع في اشهار جمعيات حماية المستهلك في كل المحافظات إضافة إلى توسيع صلاحياتها في مجال حماية المستهلك.
 - 3- العمل على رفع الوعي الاستهلاكي لدى المواطنين وتعريف المستهلك بحقوقه وواجباته.
 - 4- التنوع في أهداف جمعيات حماية المستهلك والعمل على تمكينها من تحقيق أقصى استفادة لحماية المستهلك.
 - 5- العمل على انشاء إدارة لحماية المستهلك على مستوى المراكز والمؤسسات تكون مسئولة عن شئون المستهلكين.

- 6- معالجة المشكلات التي تواجه المستهلكين فيما يتعلق بالأسعار وجودة السلع والخدمات والعمل على حلها من خلال التنسيق بين الجهود الأهلية والحكومية في هذا الشأن .
- 7- تطوير برامج التعليم عبر مراحلته المختلفة وتثقيف المواطنين سواء من خلال البرامج التعليمية أو الإعلامية.
- 8- وجود شراكة بين جميع قطاعات المجتمع في مجال حماية المستهلك لتشمل المؤسسات التربوية والدينية والإعلامية وغيرها.
- 9- تنفيذ دورات تدريبية متخصصة للعاملين في مجال حماية المستهلك خاصة بالجمعيات الأهلية.
- 10- العمل على تفعيل تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في مجال حماية المستهلك.

- المراجع المستخدمة :

- 1- السروجي، طلعت مصطفى (2009): التنمية الاجتماعية من الحداثة إلى العولمة، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، ص 307.
- 2- محمد، نجلة يونس(2012): حركة حماية المستهلك ودورها في نشر الوعي الإستهلاكي " دراسة استطلاعية لعينة من المستهلكين في مدينة الموصل"، مجلة تنمية الرافدين ، العدد 109 ، مجلد 34 ، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل ، ص115.
- 3- الحجار ، محمد فهمي عمر(1986): حماية المستهلك" دراسة تحليلية للواقع الأردني"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، ص126.
- 4- إبراهيم ،حسن خميس (٢٠٢٠): المشاركة فى المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الحكومية والأهلية وحماية حقوق المستهلك، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، العدد ٥٢ المجلد الأول.
- 5- سامر المصطفى (2013): دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين، كلية الاقتصاد ، المجلد 29 ، العدد الثاني ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية.
- 6- Liu, Liqing (2001) :**The Role of Public Sector Reforms in Consumer Protection " China and the UK"**, PhD Thesis, University of Glasgow,United Kingdom,P.157.
- 7-Gretchen Larsen, Rob Lawson(2013): **Consumer Rights"**a Co-optation of the Contemporary Consumer Movement, Journal of Historical Research in Marketing, Volume 5 Issue 1, Emerald Group Publishing Limited.
- 8- Abdulla M. A. AlGhafri(2013): **The Inadequacy of Consumer Protection in the UAE: The Need for Reform**, degree of Doctor, Brunel University,p.289.

- 9-United Nations (2016):**Conference on trade and Development**, UNCTAD Manual on Consumer protection, Edition 2016 Advance copy, United Nations Publications Unctad, Kenya.
- 10- عبد العال ، مصطفى محمود محمد: دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك "حالة مصر"، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد الرابع، ص181.
- 11- شريف لطفي(1996):**حماية المستهلكين في اقتصاد السوق**، الطبعة الأولى ، دار الشروق، القاهرة، ص6.
- 12- إبراهيم الأخرس(2008): **الدعم وحماية المستهلك في ظل العولمة**، الطبعة الأولى، مكتبة مدبولي، القاهرة، ص28.
- 13-Gretchen Larsen, Rob Lawson(2013): **Consumer Rights: a Cooptation of the Contemporary Consumer Movement**, Journal of Historical Research in Marketing, Emerald Group Publishing Limited. , Volume 5, Issue, P. 1
- 14-Roger Smith (2010) :**Social Work, Risk, Power**, Sociological Research Online,15(1)4,P.170.
- 15- الأمم المتحدة(1983): **قرار الجمعية العامة رقم 39-48، المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك**.
- 16- Peter Cartwright (2001) :**Consumer Protection and the Criminal Law Law"Theory, and Policy in the UK"**, Cambridge University Press, First published.
- 17- محمود محيي الدين وسحر نصر(2005): **البعد الاقتصادي لحماية المستهلك** ، منتدى المرأة وحماية المستهلك ، المجلس القومي للمرأة ، القاهرة، ص 28.
- 18-المجالس القومية المتخصصة (2004): **دراسة بشأن حماية المستهلك**،شعبة الخدمات الصحية بالمجلس، ص30.
- 19-Kotler Philip(1972):**What consumers Means for Markets**,Harvard Business,review.

- 20- Suresh Misra and et al(2015): **Consumer Handbook**, Department of Consumer Affairs, Government of India and Centre for Consumer Studies, Indian Institute of Public Administration, New Delhi.
- 21-United Nations(2016):**Conference on trade and Development**, UNCTAD Manual on Consumer protection, Edition 2016 Advance copy, United Nations Publications UNCTAD, Kenya.
- 22- إبراهيم الأخرس(2008): **الدعم وحماية المستهلك في ظل العولمة**، الطبعة الأولى، مكتبة مديولي، القاهرة، ص126.
- 23- بوشناف صافية و بن ميهوب أمينة (2020): **دور جمعيات حماية المستهلك الجزائري في التصدي للممارسات التسويقية المضللة** ، مجلة ارتقاء للبحوث و الدراسات الاقتصادية، المجلد الأول، العدد الأول، ص5.
- 24- ضامن الجيلالي(2019): **دور المنظمات الحكومية في حماية المستهلك**، مجلة أبحاث قانونية وسياسية ، العدد التاسع، ص 143.
- 25- قريمس عبد الحق(2017): **جمعيات حماية المستهلك" المهام والمسئوليات"**، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص532.
- 26- محمد ، يسن عبد اللطيف عبد الحليم: **حماية المستهلك من اضطرابات السوق**" دراسة **فقهية معاصرة** "، المجلد الخامس، العدد الرابع والثلاثين، مركز الدراسات الاسلامية والعربية ، الإسكندرية، ص665.
- 27- خرباشي عقيلة (2011): **دور المستهلك في حماية المستهلك**، مركز البصيرة للبحوث والدراسات والخدمات التعليمية ، العدد التاسع عشر، الجزائر، ص138.