

## التقييم الاجتماعي لدور جمعيات حماية المستهلك في حماية الحقوق البيئية للمواطنين

هند محمد إبراهيم سالم<sup>(١)</sup> - حاتم عبد المنعم أحمد<sup>(٢)</sup> - السيد عيد نابل<sup>(٣)</sup>  
(١) طالبة دراسات عليا بكلية الدراسات العليا والبحوث البيئية، جامعة عين شمس (٢) كلية  
الدراسات العليا والبحوث البيئية، جامعة عين شمس (٣) كلية الحقوق، جامعة عين شمس

### المستخلص

هدفت الدراسة إلى تقييم دور جمعيات حماية المستهلك في حماية الحقوق البيئية للمواطنين والتعرف على دورها بين المواطنين ومدى فاعلية هذا الدور في حماية حقوقهم ومصالحهم (الاجتماعية، البيئية). وقد قام الباحثون بتطبيق أداة استبيان (الجمهور) على عينة استطلاعية قوامها (٣٠ مفردة) لتحقق من ثبات وصدق الأداة. وقد تكونت عينة الدراسة الميدانية من (٣٤٥) من المواطنين المستهلكين للسلع والخدمات بجمهورية مصر العربية، كما تم إجراء مقابلة مع عدد (٤) من العاملين بجهاز حماية المستهلك. وتم استخدام المنهج الوصفي ومنهج المسح الاجتماعي بالعينة، وتم عمل التحليل الأحصائي لتحليل المعلومات والبيانات اللازمة بالاعتماد على أدوات الدراسة (استمارة الاستبيان ودليل المقابلة). ولقد توصلت الدراسة إلى بعض النتائج منها: القليل جداً من المواطنين المستهلكين لديهم معرفة بوجود جمعيات حماية المستهلك في مصر هدفها حماية حقوقهم. كما أشارت النتائج إلى عدم رضا عام بين المواطنين بدور هذه الجمعيات وعدم كفاءة وفاعلية دورها في تلقي الشكاوى أو ما تقدمه من حماية لحقوقهم ومصالحهم (الاجتماعية والبيئية). وأظهرت النتائج أيضاً تعرض المواطنين إلى العديد من المشكلات التي يصعب عليهم حلها وحماية أنفسهم وحقوقهم عند استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني. وتقتصر الدراسة قيام الحكومة المصرية بالعمل على تقوية وتفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وتدعيم هذا الدور في المحافظات المختلفة، ووضع إطار محدد يلتزم به كل الأطراف عند عملية الأستهلاك والعمل على توعية المواطنين بكيفية وطرق الأستهلاك الآمن وخاصة عبر وسائل الأستهلاك الإلكتروني.

كما تقترح الدراسة وضع إطار محدد لتحديد مبادئ الحقوق البيئية للمواطنين تلتزم بها جمعيات حماية المستهلك تقوم على حماية الصحة والسلامة العامة وسلامة الغذاء وكيفية مراجعة وصحة وجودة المنتجات بالأسواق.

### مقدمة

وحماية المستهلك تعد في مقدمة الواجبات الأساسية للدولة والتي تقع على عاتقها مسئولية ضمان المستوى المناسب من الحياة الكريمة والحصول على السلع والحاجات الكفيلة بتحقيق رغبات كل فرد، وذلك لأن مجال التجارة لا يقتصر على أصحاب النوايا الحسنة بل يحاول العديد منهم استعمال وسائل الغش والخداع والترويج لسلعهم مما يتسبب في إضرار المستهلكين. (خالد عبد الفتاح محمد خليل، ٢٠٠٢: ١٥)

ومصطلح حماية المستهلك ظهر عام ١٨٧٣م كنوع من أنواع القوانين التي فرضتها الولايات المتحدة الأمريكية كوسيلة لحماية المعاملات التجارية بشكل وصفة قانونية. (عاطف عبد الحميد حسن، ٢٠٠٨: ١١)

والمستهلك هو الحلقة الضعيف في السلسلة الإقتصادية في علاقته مع مقدمي السلع أو الخدمات لتعرضه لتهديدات دائمة أهمها الأحتكار والممارسات الأحتكارية الأخرى المشابهة كالمنافسة غير المشروعة والتي تهيب حتماً لأفتراسه بتهديد أنماطه الأستهلاكية. (محمد حسن عبد العال، ٢٠١١: ١٦)

وتتخصر حماية المستهلك بصفة عامة، في أربع مجالات هي حماية الأمن الجسدى للمستهلك وصحته وسلامته، وحماية مصالحه الأقتصادية، وحماية إرادته التعاقدية، وحماية فكرة وثقافته، وتنسم حماية المستهلك بخصائص عدة منها العمومية والشمولية، والعدالة في موازنتها لحقوق وواجبات مصالح وأطراف كل تعامل (خالد ممدوح إبراهيم، ٢٠٠٨: ٤).

ولذلك فحماية المستهلك أصبحت ضرورة حتمية، ولا يمكن التصدى للأفعال التي تصيب المستهلك إلا بوضع قواعد قانونية تجرم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك وحمايته من كافة الجوانب. (الصغير محمد مهدي، ٢٠١٥: ٤٢)

وقد برز لجمعيات حماية المستهلك دور مهم وفعال في حماية المستهلك، من خلال تحقيق الأهداف التي تسعى إليها من توعية المستهلكين والدفاع عن حقوقهم ومصالحهم، وكذا تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختلفة، من خلال الإجراءات التي تقوم بها للضغط على المنتجين حتى يتخلوا عن الممارسات التجارية غير المشروعة المتمثلة في أسلوب الدعاية المضادة من المقاطعة والإمتناع عن الدفع، وإمكانية هذه الجمعيات للجوء القضاء عن طريق رفع الدعوى القضائية والمطالبة بالتعويض أو وقف الممارسات التجارية غير المشروعة بالرغم من أنها ليست صاحبة الحق المعتدى عليها، كل هذه من أجل تحقيق أكبر قدر من الحماية للمستهلك. (روحانة زوليخة - قلات سومية، ٢٠١٧: ٢٦٧)

### مشكلة البحث

يزداد الاهتمام منذ العديد من السنوات بموضوع حماية المستهلك، وذلك ليس لكونه ضمن إطار النشاط الاقتصادي فقط، وإنما ضمن إطار الاهتمام الحكومي والشعبي بقضايا الحماية بشكل عام، فحركة حماية المستهلك ليست مجرد شعار لمرحلة من مراحل التطور التسويقي أو الاقتصادي فهي بالعكس مسئولية ضخمة يتحمل عبئها العديد من الأطراف وتكون على رئيسهم الأجهزة الحكومية والمنظمات والجمعيات المعنية بالحماية لحقوق المستهلك، فمفهوم حماية المستهلك يقوم على فكرة حماية جمهور المستهلكين في معاملاتهم التي يقومون بها مع الجهات التي تنتج والتي توزع المنتجات أيضاً والتي تقدم الخدمات على مختلف أنواع هذه الخدمات سواء الطبية أو الاستشارية أو غيرها، وكلنا نلتمس اليوم ارتفاع الأسعار والغلاء

الفاحش الذى أحاط بكافة السلع الأساسية لمعيشة المواطنين، الذين أصبحوا تحت رحمة التجار، وفى ذلك تقلص دور الدولة مع محاولة تخفيض الأسعار أو حتى منع ارتفاعها. (أحمد محمود على خلف، ٢٠٠٥: ٣٣)

وعند تتبع عدد الشكاوى الواردة لجهاز حماية المستهلك فى جمهورية مصر العربية وما يتبعه من إدارات مختلفة لتلقى شكاوى المواطنين بالإضافة لجمعيات حماية المستهلك التابعة له، فقد بلغ عدد الشكاوى فى عام ٢٠١٦م (٣٨٤٣٤) وفى عام ٢٠١٧م بلغ عدد الشكاوى (٤١٣٨٦) بزيادة واضحة لعدد الشكاوى فى عام واحد. (التقرير السنوى لجهاز حماية المستهلك، ٢٠١٧: ١٩)

ووصولاً للنصف الأول من عام ٢٠٢٠م فقد بلغ عدد شكاوى المواطنين فى (٦ أشهر فقط) حوالى (٦٣ ألف شكوى) (التقرير السنوى لجهاز حماية المستهلك، ٢٠٢٠: ٢٣)، مما يعكس حجم الممارسات غير المشروعة والأخلاقية التى يتعرض لها المستهلك بغية استغلاله وخداعه وحجم الضرر الواقع عليه.

كما أشارت دراسة (أعصم أحمد حمدي، ٢٠١٨) إلى أهمية الاهتمام بتفعيل دور جمعيات حماية المستهلك والاهتمام بضرورة نشر الوعى الاستهلاكى بين المواطنين والحث على القيام بالدراسات الموسعة الميدانية لتقييم دور الجمعيات ومجال حماية المستهلك وقياس وعى المواطن.

وأشارت دراسة (Li, Dan, 2009) إلى أهمية تغير أنماط الاستهلاك التقليدى وتحويله إلى استهلاك أمن يلائم القاعدة التى تتقف مع حماية البيئة وأن هذا التغير لن يحدث إلا من خلال الوعى الكافى للمواطن فى كافة المستويات.

ومن هنا تأتى أهمية دور جمعيات حماية المستهلك وتقييم هذا الدور الذى تقوم به فى حماية المواطنين وطرق تثقيفهم وتوعيتهم بحقوقهم، ومصالحهم، ويمكننا تحديد مشكلة الدراسة

في سؤال البحث الآتي: "ما دور جمعيات حماية المستهلك في حماية الحقوق البيئية للمواطنين؟"

### أسئلة البحث

- ١- إلى أى مدى يعرف المواطنون بحقوقهم كمستهلكين للسلع والخدمات؟
- ٢- ما تقييم دور جمعيات حماية المستهلك ومدى فاعلية هذا الدور بين المواطنين؟
- ٣- ما حجم استخدام المواطنين لوسائل الاستهلاك الإلكتروني؟
- ٤- وأهم المشكلات التي يتعرض لها وخاصة عند إجراء عملية الاستهلاك الإلكتروني؟
- ٥- ما رأي جهاز حماية المستهلك حول (درجة قوى وفاعلية حماية المستهلك في مصر - جمعيات حماية المستهلك - المستهلك)؟

### أهمية البحث

**الأهمية العلمية (النظرية):** تساهم هذه الدراسة في معرفة دور جمعيات حماية المستهلك كأحد الجمعيات المجتمع المدني بجمهورية مصر العربية ورصد دورهم في حماية حقوق المواطنين (الاجتماعية، البيئية)، كما تعمل على إثراء وإمداد المكتبة العربية بما يفيد من نتائج الدراسة للباحثين الآخرين.

### الأهمية التطبيقية:

- ١- توجيه نظر الحكومة والقائمين على جمعيات حماية المستهلك إلى المشكلات التي يتعرض لها المواطن واحتياجاته لحماية حقوقه ومصالحه.
- ٢- تحديد أشكال الخداع التي يتعرض لها المواطن عند القيام بعملية الاستهلاك الإلكتروني.

## أهداف البحث

- ١- التعرف على مدى معرفة المواطنين بحقوقهم كمستهلكين للسلع والخدمات.
- ٢- تقييم دور جمعيات حماية المستهلك ومدى فاعلية هذا الدور بين المواطنين.
- ٣- تحديد حجم استخدام المواطنين لوسائل الاستهلاك الإلكتروني.
- ٤- تحديد المشكلات التي يتعرض لها المستهلكين وخاصة عند إجراء عملية الاستهلاك الإلكتروني.
- ٥- التعرف على رأي جهاز حماية المستهلك حول (درجة قوى وفاعلية حماية المستهلك في مصر - جمعيات حماية المستهلك - المستهلك).

## مفاهيم البحث

### مفهوم التقييم الاجتماعي:

- ١- هي عملية تقييس من خلالها المنظمات أدائها الاجتماعي المتعلق بمهمتها وأهدافها الاجتماعي إضافة إلى أهداف المساهمين الأساسيين ويمكن أن يكون التقييم الاجتماعي عملية داخلية أو خارجية وعندما يكون داخلياً يعتبر تقييماً ذاتياً، وعندما يكون خارجياً يعتبر تدقيقاً اجتماعياً ليتم تصنيفه. (أحمد عبد الفتاح ناجي، ٢٠١١: ٤٥).
- ٢- أنه عملية تقدير النتائج الاجتماعية المترتبة على إقامة مشروع معين خلال فترة معينة مع تحديد النتائج الإيجابية والسلبية بشكل كمي كلما أمكن، ويشمل التقييم الاجتماعي كل المتغيرات الثقافية والسكانية بحيث يتضمن العادات والتقاليد والمعتقدات والأخلاق العامة والقيم. (Burdge, Rebel 1999: 160).

**المفهوم الإجرائى للتقييم الاجتماعى:** تقدير الإيجابيات والسلبيات الإجتماعية لدور جمعيات حماية المستهلك فى حماية حقوق المواطنين الاجتماعيه والبيئية (صحة المواطنين وسلامة الغذاء والشراب).

**مفهوم الدور:** وهى تلك الأفعال المطلوبة من شاغل مركز معين، فهى تقوم على أساس المكانة الفعلية للمركز المعين للفرد على أساس خاصية مميزة مثل السن الجنس المهنة. (سلوى عثمان/ جلال الدين عبد الخالق، ٢٠٠٤: ١٢٧)

**المفهوم الإجرائى للدور:** وهو دراسة الدور الفعلى الذى تقوم به وتقدمة الجمعيات فى المجتمع المصرى للمواطنين (من خلال رأى المواطنين).

#### **مفهوم المستهلك:**

١- هو كل شخص طبيعى أو معنوى يفتنى أو يستعمل لتلبية حاجياته غير المهنية من منتجات أو سلع أو خدمات معدة لاستعماله الشخصى أو العائلى (أسامة خيرى، ٢٠١٥: ١٩)

٢- تعريف قانون حماية المستهلك/ أنه كل شخص طبيعى أو اعتبارى يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص (قانون حماية المستهلك، ٢٠١٨)

**المفهوم الإجرائى للمستهلك:** هو كل شخص يقوم بعملية الاستهلاك للخدمات والسلع سواء بشكل تقليدى أو إلكترونى.

**مفهوم حماية المستهلك:** ويقصد بها بوجه عام حفظ حقوقه وضمن حصوله على تلك الحقوق قبل المهنيين فى كافة المجالات سواء كانوا تجارًا أو صناعًا أو مقدمى خدمات أو شركات وذلك فى إطار التعامل التسويقى الذى تكون محلة سلعة أو خدمة. (خالد ممدوح إبراهيم، ٢٠١٨: ٥٦)

**المفهوم الإجرائى لحماية المستهلك:** وهى حماية المواطن المستهلك لسلع والخدمات والحفاظ على صحته وسلامة غذائه وشرايه ومنع وقوعه فريسة للخداع والغش أو أى أضرار أو أزمات. **مفهوم جمعيات حماية المستهلك:** هى حركة اجتماعية تتعلق بأوجه النشاط اللازم للمحافظة على حقوق المستهلكين وحمايتهم وتشمل قرارات الأفراد والمنظمات واستجابته لعدم رضائهم فى علاقاتهم التبادلية مع مختلف المشروعات (محمد الفاتح محمود بشير المغربى، ٢٠١٠: ٢٩٣).

**الحقوق البيئية للمواطنين:** هى جملة الحقوق التى تشمل بشكل أساسى حق الإنسان فى التطور والتنمية لعيش بكرامة فى بيئة صحية آمنة نظيفة بمساواة بين الأجيال الحاضرة وأجيال المستقبل وتركز عليها المواثيق والمعاهدات وهى الحقوق البيئية والثقافية والتنموية ويطلق عليها أحياناً الجيل الثالث من الحقوق. (عاطف محمود البقلى، ٢٠١١: ١١-١٢)

**المفهوم الإجرائى للحقوق البيئية:** وهى الحقوق التى تقدم للمواطنين لحماية أنفسهم والحفاظ على صحتهم وسلامة الغذاء والشراب المقدم لهم وحماية كرامتهم وإحترام حرية إختيارتهم.

## الدراسات السابقة

### أولاً: الدراسات العربية:

دراسة سامر المصطفى (٢٠١٣م): هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الفعال الذى يمكن أن تقوم به جمعية حماية المستهلك فى السوق السورى لحماية المستهلك من الغش والخداع التسويقي وتعرف أسباب ضعف الاهتمام بدور هذه الجمعية من قبل الحكومة فى دعم المستهلكين وخلق الوعى لديهم بحقوقهم وواجباتهم بما يسهم فى تنمية المجتمع وتطويره.



وتشير النتائج: تعد مهمة جمعية حماية المستهلك غير واضحة للمستهلكين بشكل ملائم، وتعد هذه الجمعية مجرد مكتب شكاوى برأى المستهلكين فى وجه الممارسات التسويقية غير الأخلاقية للمسوقين كما أن هذه الجمعية لا تدافع عن حقوق المستهلكين بشكل مناسب.

تعقيب على الدراسة:

• أوجة الإستفادة: وإستفادت الدراسة الحالية من الدراسة السابقة فى الإطلاع على الأهداف وأهم النتائج والإستفادة منها فى صياغة بعض تساؤلات استمارة الإستبيان والتعرف على جزء من دور جمعيات حماية المستهلك.

• أوجة الإختلاف: وتختلف الدراسة الحالية على الدراسة السابقة فى أن الدراسة السابقة أهتمت بدراسة جانب واحد فقط وهو دورها فى خلق الوعى لدى المواطنين.

دراسة اسماعيل عيسى محمد (٢٠١٤م): وهدفت الدراسة إلى التعرف بكل من: الممارسات الترويجية للأخلاقية وإظهار المضامين النظرية لحقوق المستهلك وحمايته، ودراسة دور جمعيات حماية المستهلك بولاية الجلفة فى حماية حق المستهلك فى المعرفة من خلال مدى متابعتها ومراقبتها للممارسات الترويجية للأخلاقية الموجهة إلى المستهلك.

وتشير النتائج النهائية عليها إلى إن أفراد جمعيات حماية المستهلك بولاية الجلفة يدركون قانون حماية المستهلك جيداً وهذا راجع لوجود بعض الكفاءات المميزة من ذوى الاختصاص، الأمر الذى ساعدهم فى القيام بمختلف مهامهم المتعلقة بالكشف عن مختلف حالات الغش والخداع التسويقي بما فيه الترويجى الممارس فى حق المستهلك.

تعقيب على الدراسة:

• أوجة الإستفادة: إستفادة الدراسة الحالية من السابقة فى الأطلاع على النتائج والأستفادة منها فى وضع بعض عبارات تساؤلات الإستبيان، ومعرفة أهمية دور جمعيات حماية المستهلك فى توعية المواطنين بدورهم فى حماية أنفسهم من خداع الإعلانات المضللة.

• أوجه الاختلاف: أهتمت الدراسة السابقة بدراسة جانب واحد من جوانب عمل جمعيات حماية المستهلك وهو التوعية بالممارسات الغير أخلاقية أما الدراسة الحالية فتقوم بتقييم هذا الجانب وبعض الجوانب الأخرى.

دراسة أعصم أحمد حمدي إمام (٢٠١٨م): موضوع الدراسة: يهتم موضوع البحث بدراسة بأثر تشريعات حماية المستهلك على القانون المدنى والذي هو الشريعة العامة لكافة القوانين التى تمس المستهلك كمشتري لكافة السلع والخدمات.

وتشير نتائج والتوصيات الدراسة: تفعيل دور جمعيات ومنظمات حماية المستهلك الرسمية والأهلية وضرورة نشر الوعى الاستهلاكى بين المواطنين والقيام بدراسات ميدانية موسعة فى مجال حماية المستهلك وقياس وعى المواطنين بقضية حماية المستهلك مع تقييم دور الجمعيات والمنظمات الأهلية فى هذا المجال.

تعقيب على الدراسة:

- أوجه الاستفادة: واستفادت الدراسة الحالية من السابقة فى الإطلاع وفهم الجانب القانونى وأهمية دور جمعيات حماية المستهلك فى القانون.
- أوجه الاختلاف: وأختلفت الدراستين فى العديد من النقاط من أهمها أن الدراسة السابقة قامت بدراسة الجانب القانون فقط بخلاف الدراسة الحالية.

### ثانيا: الدراسات الأجنبية:

دراسة (Li. Dan, 2009): وأشارت الدراسة إلى أهمية الاستهلاك الأخضر لحماية الأفراد وعلاقة ذلك بحماية البيئة والحياة الاجتماعية فى جميع المستويات، وحماية حقوقهم من خلال ترشيد اختياراتهم ووضع عدد من القوانين الصارمة التى تحت وتفرض على المستهلك خيارات الاستهلاك الأخضر. كما أوصت الدراسة على وضع حظر على تداول الأكياس البلاستيكية

المجانية في المجتمعات الاستهلاكية لما لها من تأثير سلبي على البيئة من سلوك المستهلك، وأيضاً لتحمل المستهلك مسؤولية حماية البيئة المحيطة.  
تعقيب على الدراسة:

• أوجه الاستفادة: وإستقادات الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في الإطلاع على أهمية دور المواطنين من خلال اختياراته الاستهلاكية المرشدة والواعية على حماية نفسه والبيئة المحيطة مما ساعدت الباحثة في تفسير بعض النتائج والقدرة على وضع تساؤلات الاستبيان.

• أوجه الإختلاف: تختلف الدراستين في الكثير من النقاط فالدراسة السابقة اهتمت بدراسة دور المستهلك في الحماية لنفسه والبيئة، أما الدراسة الحالية اهتمت بدراسة دور الجمعيات في حماية الفرد المستهلك وبيئته.

دراسة (Capeliman, 2018) : وضعت الدراسة تساؤل وهدف مركزي للبحث وهو معرفة كيفية حماية المستهلك ومعلوماته الشخصية عبر برامج الاستهلاك على الهواتف المحمولة (الذكية) بتطبيق الهواتف (Android) ومعرفة دور موظفي الشركات التقنية في حماية مستخدميها ضد المخاطر الأمنية والحد من الوصول إلى بيانات العملاء ومعلومات الطالبات الاستهلاكية الخاصة بهم وحمايتهم من الوقوع في الخداع والغش. وقد أظهرت النتائج تعرض العديد من المستهلكين إلى الكثير من المشكلات في هذا الجانب وعدم قدرتهم على حماية أنفسهم ومعلوماتهم الشخصية عند القيام باستخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني.  
تعقيب على الدراسة:

• أوجه الاستفادة: وإستقادات الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في إعداد التساؤلات الخاصة بالاستبيان والتي اهتم الباحث بالسؤال عن المشكلات التي يتعرض لها المستهلك عند استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني.

• أوجه الاختلاف: والدراسة السابقة اهتمت بوسائل الاستهلاك الإلكتروني وكيفية حماية المستهلك ومعلوماته الشخصية، أما الدراسة الحالية اهتمت بدراسة جوانب متعددة من ضمنها الاستهلاك الإلكتروني.

دراسة: (Merck, Ashton Wynetle, 2020): وعملت الدراسة على فهم دور المنظمات الحكومية في حماية المستهلك والتفتيش على الأغذية والسلع الاستهلاكية وخاصة في صناعات الدواجن بالولايات المتحدة الأمريكية كما عملت الدراسة في فهم التغيرات التي ظهرت في لوائح سلامة الغذاء على اتجاهات موسعة لتنظيمات الحكومة على مدار عشرون عاماً ومدى تأثير ذلك في حماية المستهلك. وتوصلت الدراسة إلى وجود جدل دائم حول الغذاء الآمن لوجود منافسة شرسة حول تقسيم المصالح العامة والخاصة والتي تؤثر بشكل ما في صنع القرار، والمحاولات الدائمة وقدرة الحكومة في الحفاظ على مصالح المستهلك والعمل على ما يتوقعه المواطنين من حكومة ديمقراطية قوية.  
تعقيب على الدراسة:

- أوجه الاستفادة: معرفة طرق الحماية الخاصة التي تتبناها الولايات المتحدة في حماية المستهلك للغذاء والشروط التي التي تتبناها لذلك.
- أوجه الاختلاف: عملت الدراسة السابقة على دراسة سلامة المستهلك للغذاء فقط أما الدراسة الحالية، فشملت جوانب أخرى (اجتماعية وبيئية).

### الإطار النظري

تقدم جمعيات حماية حقوق المستهلك مجموعة من الأنشطة والخدمات للمواطنين من أهمها ١-أنشطة توعية وتنقيف للمستهلكين تهدف لرفع الوعي وتحذير المستهلكين من مخاطر محددة، وتقوم الجمعيات بعقد ندوات ومؤتمرات وطبع منشورات أو ملصقات ومن أمثلة ذلك توعية المواطنين بمرض جنوب البقر منذ سنوات.

٢- أنشطة خاصة بمحاولة حل النزاعات بين المنتجين أو التجار من جهة والمستهلكين من جهة أخرى دفاعاً عن المستهلكين عند التعرض للغش التجارى أو التلاعب أو وقوع ضرر من سلعة أو خدمة وبشكل عام عدد الشكاوى الواردة للجمعيات منخفض جداً وذلك لعدم الوعى بدور الجمعيات أو بوجودها أصلاً ولسلبية المستهلكين وعدم معرفتهم بحقوقهم، حيث تستقبل الجمعيات النشطة نحو (٣٠ - ٥٠) شكوى فقط سنوياً. وتعنى الجمعيات فقط بصفقات الشراء التى تتم رسمياً وبفواتير للشراء، وبالتالي فإن جميع السلع التى تقدم من القطاع غير الرسمى والباعة الجائلين لا تدخل فى نطاق نشاط هذه الجمعيات.

٣- وتتكون الخطوات التى تتبعها جمعيات حماية المستهلك لحل المشاكل من عدة خطوات تتضمن الطلب من الشاكى مخاطبة المشكو فى حقه، والتفاهم معه بعد إعلام المستهلك بحقوقه. وفى حالة عدم الوصول إلى حل ودى تطلب الجمعية المستندات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة موضوع الشكوى، ثم تقوم الجمعية بمخاطبة المشكو فى حقه وسماع وجهة نظره. وفى حالة ثبوت حق الشاكى تطلب الجمعية من المنتج أو التاجر التفاهم مع المستهلك والتسوية الودية، فى حالة عدم الاستجابة يتم الاتصال بالجهة الرقابية المختصة وإفادتها بالمستندات الدالة على صحة الشكوى والمتابعة مع المسؤولين حتى يتم حل الشكوى وتسوية الموضوع ثم إعلام المستهلك بالنتيجة. (تقرير اللجنة الاقتصادية، منتدى المرأة وحماية المستهلك، ٢٠٠٥: ١٣٤)

**كما أن لجمعيات حماية حقوق المستهلك أهداف أولية تعمل فى ضوئها:**

فيمكن القول أن المهمة الأساسية لحركات حماية المستهلك تركز فى إيجاد حالة مقبولة من التوازن بين حقوق المستهلكين من جهة والبائعين من جهة أخرى وذلك تحت رعاية الأجهزة المركزية المختصة التى عليها يتم تحديث تشريعاتها المنظمة لعلاقة كافة أطراف العملية التبادلية من: مستهلكين - تجار وصناع كما تهدف حركة حماية المستهلك فى العالم إلى

توجيه أنظار المعنيين ومن كل الأطراف إلى المجالات التي تتطلب حلولاً جذرية لما يعانيه جمهور المستهلكين من قضايا ومشكلات يومية قد تكون صعبة. (محمد عبيدات، ١٩٩٥: ٢٦٨)

**وهناك العديد من الأهداف من أهمها:**

- ١- الدفاع عن حقوق المستهلك في مواجهة المنتجين.
- ٢- تمكين المستهلك من حق التقاضى والحصول على تعويضات.
- ٣- حماية المستهلك من الدعاية الزائفة أو المعلومات غير المطابقة للحقيقة.
- ٤- الارتقاء بوعى المستهلك وثقافته الاستهلاكية.
- ٥- جمع البيانات الإحصائية وتحليل الأنماط الاستهلاكية.
- ٦- شرح أساليب الغش وكيفية رصد ظواهره.
- ٧- معاونة أجهزة الرقابة الرسمية على تقصى مواضع الغش.
- ٨- تنظيم أساليب إيداء الاعتراض على سلوك ضرر بالمستهلك.
- ٩- تحفيز المستهلكين لمقاطعة السلع التي لا يلتزم منتجوها بالمواصفات.
- ١٠- خلق الوعى العام للمستهلك حول السلع والخدمات وعلاقتها بصحته وسلامته.
- ١١- إرشاد المستهلك إلى التأكد من ملائمة المواد الاستهلاكية.
- ١٢- إجراء الاستطلاعات والأبحاث وإعداد الدراسات المقارنة للسلع والخدمات الاستهلاكية من حيث جودتها وصلاحيتها للاستعمال الأدمى وأسعار عرضها.
- ١٣- نشر النتائج التي تتوصل إليها الجمعية وإصدار النشرات وكافة وسائل الإعلام فى سبيل حماية المستهلك وتوعيته بشأن السلع والخدمات.
- ١٤- الإعلام عن أهداف الجمعية ونشرها بين سكان المجتمع. (محمد عبيدات، ١٩٩٥: ٢٦٩)

والبيئة بوصفها حقاً من حقوق الإنسان، فالمتتبع للحالة التي يمر بها المجتمع الإنساني وهو في طريق تطوره وتقدمه، والتحديات الكبيرة التي تواجه شخص الإنسان والبقاء الإنساني ككل، سوف تتطلب بإدخال قيم كان يتم تجاهلها، أو اعتبارها غير ذات أهمية، أو سطحية، ضمن حقوق الإنسان، وحق الإنسان في البيئة يعد نوعاً من هذه القيم، فأهميته ومغزاه العظيم لحياة الإنسان تستوجب أن يكون لهذا الحق مكانة رفيعة بين حقوق الإنسان وأجيالها وخاصة الجيل الثالث منها، ولذلك تعد البيئة السليمة (حق من حقوق الإنسان) مطلباً أساسياً من أجل حماية وتعزيز نوعية الحياة في ظل ظروف معينة تتخطى قضية البقاء الإنساني على كوكب الأرض (رضوان أحمد الحاف، ١٩٩٨: ٢)

**خصائص حقوق الإنسان البيئية (الحقوق البيئية للمواطن):** ويتمتع هذا الحق بعدة خصائص مهمة من أهمها: (بدر عبد المحسن عزوز، ٢٠٠٩: ١٦٤)

١- أنه حق جديد: فهو حق حديث النشأة فتم كشف النقاب عنه يوم عقد المؤتمر الأول للبيئة الإنسانية على الصعيد الدولي في استكهولم بالسويد، تحت رعاية الأمم المتحدة، خلال الفترة من (٦ : ١٦) يونيه عام ١٩٧٢م.

٢- حق فردي: وذلك لكونه حق يحمي صحته وحياته ويمنحه العيش بشكل آمن.

٣- حق جماعي: فكما هو حق فردي فهو حق جماعي في نفس الوقت أي أنه حق لجميع أفراد المجتمع، فهو يعد من الأشياء المشتركة بين البشر.

٤- حق من حقوق جميع الأجيال: أي لا يخص جيل محدد دون سواه، بل يحق للجيل الحالي والأجيال القادمة التمتع به، ولهذا فعلى الجيل الحالي مسؤولية حماية وصيانة البيئة وعدم استنزافها لصالح الأجيال الحاضرة.

٥- حق من حقوق التضامن: أي يجب اشتراك الجميع على المستوى العالمي والمحلي لتضافر جهودهم لحماية هذا الحق وأيضاً تقليل الأضرار التي تلحق بالبيئة ولضمان عدم الإستنزاف.

### النظريات المنسرة

**نظرية الأنساق والأيكولوجيا البشرية:** وتم تصنيف نظرية الأنساق الأيكولوجيا ضمن مجموعة من النظريات التي تهتم بظروف البيئة، التي تتفاعل مع ذات الفرد، وتؤدي إلى حل العديد من المشكلات والمواقف الصعبة في حالة إن كانت هذه البيئة تمثل ضغوط على الفرد، أو تكون هي المرآة التي تعكس ما قد يتعرض له من مواقف نتيجة التفاعلات المستمرة مع المحيطين به، أو تأثير المجتمع ككل. (محمود ناجي وآخرون، ٢٠٠٧: ٢١٦)

كما تعنى نظرية الأنساق والأيكولوجيا بالتفاعلات المتبادلة بين العوامل الفيزيكية والكائنات الحية (هم المواطنين في بحثنا الحالي)، وهكذا تنظر الأيكولوجيا البشرية إلى إطار الكون الشامل الذي يكون يكون البشر جزءاً أساسياً منه. (محمود عودة، ٢٠٠٢: ٩٣).

**مدى توافق النظرية مع موضوع البحث ومبررات استخدامها:** النسق الإيكولوجي يتكون من عدة عناصر أساسية منها وجود الحياة وهذا البعد يضم كل الكائنات الحية في وسط معين، وتحقق هذه الكائنات وجودها من خلال عمليات التغذية والنمو والتكيف والمنافسة والصراع وأيضاً الأختراق والتجديد.

وهذه العمليات السابقة وغيرها لا يمكن أن تحقق من دون إطار بيئي يشمل كافة الجوانب الأخرى سواء الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية وغيرها.



تأتى مبررات استخدام هذه النظرية فى كونها نظرية تركز على الكائن الحى وهم (المواطن المستهلكين السلع والخدمات) وبين العوامل الفيزيائية المحيطة وما تشمله من تفاعلات متبادلة لإشباع إحتياجه.

**نظرية الاختيار العقلانى:** (حاتم عبد المنعم أحمد، ٢٠١٧: ١٦٦) تعتبر نظرية الاختيار العقلانى (سعر كل شيء) من النظريات الهامة التى تناولت موضوع البيئة، وترى هذه النظرية أن حساب كل شيء أو وضع سعر لكل شيء عند التقييم أو الحساب النهائى أمر ضرورى يساعد على الوصول إلى الاختيار العقلانى مع الوضع فى الحساب الجوانب الاجتماعية والمادية معاً.

مدى توافق النظرية مع موضوع البحث ومبررات استخدامها: فهذه النظرية تعنى أن أي فرد فى المجتمع يختار ما يشاء من الأشياء التى تحقق له استفادة وهذا الاختيار يكون من خلال وجود شكل عقلانى الأشياء اختيار ما يفيد منها وكلما كان المشروع يحقق الاستفادة للفرد فسوف يقبله ويختاره وهنا فحماية حقوق المستهلك من الأمور المهمة لضمان حقوق ومصالح الفرد ولهذا فإختيار هذا الحق أمر مهم للأفراد لحماية مصالحهم وحقوقهم.

## الإجراءات المنهجية

### منهج وعينة الدراسة:

أ) وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تهدف إلى وصف وقائع الظواهر المدروسة من خلال جمع المعلومات والحقائق والظواهر الخاصة بها.  
ب) أعتد الباحثون على منهج المسح الإجماعى بالعينة للمواطنين (المستهلكين للسلع والخدمات).

**حجم عينة الدراسة:** المواطنين المصريين (المستهلكين للسلع والخدمات) وعددهم (٣٤٥).

### شروط إختيار العينة:

- أ) (العينة الإحتمالية أو العشوائية) وذلك لإعطاء فرصة متساوية لكل فرد من أفراد مجتمع الدراسة فى إحتمال إختياره.
- ب) أن لا يقل سن المبحوث عن ٢١ عام.
- ت) العاملين بجهاز حماية المستهلك بمصر وعددهم (٤ أفراد)، وكان عملهم بالجهاز هو الشرط الأساسى فى إختيارهم.

### أدوات الدراسة:

- أ) أداة الاستبيان: تم الاعتماد على استمارة استبيان للمواطنين المصريين (المستهلكين للسلع والخدمات) والتعرف على وجهة نظرهم حول إشكالية موضوع البحث (من إعداد الباحثون).
- ب) أداة المقابلة: تم إعداد دليل مقابلة للعاملين بجهاز حماية المستهلك فى جمهورية مصر العربية لمعرفة رأيهم حول اشكالية موضوع البحث (من إعداد الباحثون).

### مجالات الدراسة

- أ) المجال الجغرافي: والمجال الجغرافى أو المكانى الذى أجرى فيه البحث، وقد تم فى نطاق المحافظات الآتية: (القاهرة - الجيزة - الأسكندرية - القليوبية - المنوفية - الغربية - الشرقية - بورسعيد).
- ب) المجال الزمنى: تم إجراء البحث فى الفترة من (٢٠١٧ - ٢٠٢٢) وكانت فترة الدراسة الميدانية من (٢٠٢١/٤ إلى ٢٠٢١/١١).
- ج) المجال البشرى: وتمثل المجال البشرى فى:  
١- المواطنين المصريين (المستهلكين للسلع والخدمات).  
٢- العاملين بجهاز حماية المستهلك بمصر.

**الأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات:** تم تفرغ البيانات والتحليل الإحصائي عن طريق البرنامج الإحصائي المعروف برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.V:25/2017) ومن خلاله تم استخدام الاختبارات التالية:

١- اختبار الثبات من خلال معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbachs لاختبار ثبات الاستبيان.

٢- اختبار صدق الإتساق الداخلي من خلال معامل إرتباط بيرسون بين الأبعاد وإجمالي الاستبيان.

**خطوات إعداد الاستبيان ودليل المقابلة:** استخدمت الباحثة صدق المحكمين بعرض أدوات الدراسة المتمثلة في:

١- استمارة الاستبيان لجمهور المستهلكين (من إعداد الباحثون): ويعرف الاستبيان بأنه: نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد بهدف الحصول على بيانات معينة ويطلق اصطلاحاً على مجموعة الأسئلة التي يوجهها الباحث للأشخاص كتابة على صحيفة ويطلب منهم الإجابة عليها بأنفسهم دون ضرورة تواجد معهم. (طلعت إبراهيم لطفى، ٢٠١٠: ١٦٩)

وشملت أداة الاستبيان على المحاور الآتية:

أولاً: البيانات الأولية: (وكانت عن النوع - السن - الحالة الاجتماعية - الوظيفة - المؤهل الدراسي).

ثانياً: مدى معرفة المواطنين بحقوقهم كمستهلكين للسلع والخدمات وكانت عدد الأسئلة (٦).  
ثالثاً: التقييم الاجتماعي لدور جمعيات حماية المستهلك بين المواطنين وكان عدد الأسئلة (٩).

رابعاً: مدى استخدام المواطنين لوسائل الاستهلاكى الالكترونى والمشكلات التى يتعرضون لها وكان عدد الأسئلة (١٠).

٢- دليل المقابلة لجهاز حماية المستهلك (من إعداد الباحثون): تعد المقابلة أو الاستبار أداة لجمع البيانات اللازمة للبحث الاجتماعى، ويمكن تعريف المقابلة بأنها تفاعل لفظى يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستثير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين، والحصول على بعض البيانات الموضوعية. (طلعت إبراهيم لطفى، ٢٠١٠: ١٧٣)

وشملت أداة المقابلة المحاور الآتية:

أولاً: البيانات الأولية: (السن والنوع والحالة الاجتماعية).

ثانياً: رأيهم فى حماية المستهلك فى مصر وكان السؤال عن رأيهم إلى أى مدى حماية المستهلك فى مصر قوية وفعالة؟

ثالثاً: رأيهم عن جمعيات حماية المستهلك وكان السؤال عن رأيهم إلى أى مدى دور جمعيات حماية المستهلك قوية وفعالة؟

رابعاً: رأيهم فى المستهلك وكان السؤال:

١- ما هو الدور الواقع على المستهلك لحماية نفسه وحقوقه؟

٢- ما أكثر أشكال الخداع والغش التى يتعرض لها المواطن؟

وقد تم عرضها على مجموعة من المحكمين فى مجال (علم الاجتماع، وعلم القانون) لإجراء التعديلات المناسبة وبناء على توجيهتهم فقد تم عمل إعادة صياغة بعض العبارات وحذف البعض الآخر غير المناسب لأبعاد الاستبيان والمقابلة وإعادة ترتيب بعض الأسئلة لتكون مناسبة لأهداف وتساؤلات الدراسة.

كما تم تطبيق استبيان الجمهور على عينة استطلاعية قوما (٣٠ مفردة) للتحقق من ثبات وصدق العبارات بالإدارة.

#### ثبات وصدق أدوات البحث:

أولاً: **ثبات الاستبيان:** استمارة استبيان للجمهور مستهلكي السلع والخدمات (من إعداد الباحثون) بناء على إشكالية الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها والإطلاع على الدراسات السابقة والأدبيات النظرية ذات الصلة بالدراسة الحالية، تم إعداد الاستبيان.

**جدول (١):** ثبات العبارات لأبعاد استبيان الجمهور باستخدام معادلة ألفا كرونباخ

أبعاد الاستبيان	عدد العبارات	قيمة ألفا
مدى معرفة المواطنين بحقوقهم كمستهلكين بالسلع والخدمات	٦	٠,٥٤٢
مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك	٩	٠,٨٩٧
المشكلات التي تعرض لها المستهلك عند استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني	١٠	٠,٧٥٠
الدرجة الكلية لاستبيان الجمهور	٢٣	٠,٧٥٣

ويتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات الثبات لأبعاد استبيان المتغيرات الاجتماعية قيم جيدة حيث كانت قيم معامل الثبات (٠,٥٤٢ - ٠,٨٩٧ - ٠,٧٥٠) لكل من أبعاد الاستبيان، وكانت قيمة ألفا للدرجة الكلية للاستبيان (٠,٧٥٣) وتشير تلك القيم لصلاحية العبارات وإمكانية الاعتماد عليها.

#### ثانياً: **صدق الاستبيان:**

**جدول (٢):** صدق الاتساق الداخلي لأبعاد استبيان الجمهور (المستهلكين للسلع والخدمات)

أبعاد الاستبيان	معامل الارتباط
مدى معرفة المواطنين بحقوقهم كمستهلكين بالسلع والخدمات	٠,٥٩٤
مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك	٠,٣٩٩
المشكلات التي تعرض لها المستهلك عند استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني	٠,٨٠٣

ومن جدول صدق الاتساق الداخلى السابق مع الدرجة الكلية للبعد نجد أن معامل ارتباط أبعاد الاستبيان ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (0,01) كانت قيم معامل الارتباط (0,094 - 0,399 - 0,803) لكل أبعاد الاستبيان، مما يؤكد على صدق الاتساق الداخلى لأبعاد الاستبيان.

#### وصف عينة الدراسة من الجمهور (المستهلكين للسلع والخدمات):

- تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من (٢٠٢١/٤) إلى (٢٠٢١/١١)، وكان التطبيق على المواطنين في مناطق المحافظات الآتية (القاهرة - الجيزة - الأسكندرية - الفيوم - المنوفية - الغربية - الشرقية - بورسعيد).
- ولقد أوضحت الدراسة الميدانية أن غالبية عينة الدراسة من الإناث بعدد (٢١١) مفردة بنسبة (٦١,٢%) بينما الذكور بعدد (١٣٤) مفردة بنسبة (٣٨,٨%).
- كما أوضحت الدراسة الميدانية أن غالبية عينة الدراسة من (متزوج/متزوجة) بعدد (٢١٥) مفردة بنسبة (٦٢,٣%) وهى أعلى نسبة، ثم يلي ذلك من (أعزب) بعدد (٨٢) مفردة بنسبة (٢٣,٨%)، بينما (مطلق) بعدد (٣٤) مفردة بنسبة (٩,٩%) وأخيراً (أرمل) بعدد (١٤) بنسبة (٤,١%).
- كما أوضحت الدراسة الميدانية أن غالبية عينة الدراسة من (الحاصلين على مؤهل جامعى) بعدد (١٦٠) مفردة بنسبة (٤٦,٤%)، ثم يلي ذلك (مؤهل فوق متوسط) بعدد (٨٩) مفردة بنسبة (٢٥,٨%)، ثم يلي (حاصل على ثانوى/ مؤهل متوسط) بعدد (٤٨) مفردة بنسبة (١٣,٨%)، ثم يلي (حاصل على دراسات عليا - ماجستير/ دكتوراه) بعدد (٤٤) مفردة بنسبة (١٢,٨%).

- وأيضاً أوضحت الدراسة أن أغلب عينة الدراسة من (العاملين) بعدد (٢١٣) مفردة بنسبة (٦١,٧) وكانت أعلى نسبة ثم يلي ذلك (ربة منزل) بعدد (٨٣) مفردة بنسبة (٢٤,١)%, ثم (لا أعمل) بعدد (٣٧) مفردة بنسبة (١٠,٧) ثم بالمعاش بعدد (١٢) بنسبة (٣,٥)%.

### نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

**التساؤل الأول:** "إلى أي مدى معرفة المواطنين بحقوقهم كمستهلكين للسلع والخدمات؟"

تم الإجابة على التساؤل الأول من خلال:

**جدول (٣):** توزيع عينة الدراسة تبعاً لإجابات إجمالي العينة على عبارات مدى معرفة المواطنين بحقوقهم كمستهلكين للسلع والخدمات (ن = ٣٤٥)

المتوسط المنوي المرجح	نعم		إلى حد ما		لا		العبرة
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٧٠,٠	٥١,٩	١٧٩	٣٦,٢	١٢٥	١١,٩	٤١	أصبح المستهلك بمصر أكثر وعي بحقوقه عن أي وقت سابق
٥٠,٠	٢١,٧	٧٥	٥٦,٥	١٩٥	٢١,٧	٧٥	المستهلك هو المسئول بشكل كامل عن أي شكل من أشكال فقدان حقوقه
٤٨,٠	١٧,٤	٦٠	٦١,٢	٢١١	٢١,٤	٧٤	يرجع المستهلك المصري كل شيء إلى النصيب والقدر دون المحاولة لحماية حقوقه (المؤمن دائماً منصاب)
٥٧,٤	٢٩,٣	١٠١	٥٦,٢	١٩٤	١٤,٥	٥٠	لدى المستهلك القدرة في الحفاظ على حقوقه (لا يضيع حق وراءه مطالب)
٧٢,٠	٥١	١٧٦	٤٢	١٤٥	٧	٢٤	يهتم المستهلك المصري بدعوات تخزين السلع عند سماعه بضعف أو قلة توفرها بالأسواق

المتوسط المثوي المرجح	نعم		إلى حد ما		لا		العبارة
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٣٥,٩	٨,١	٢٨	٥٥,٧	١٩٢	٣٦,٢	١٢٥	يلتزم المستهلك المصري بدعوات المقاطعة لأي من السلع والخدمات لمنع الاحتكار والحد من جشع التجار
		٠,٢٧	الإنحراف المعياري		١,٢٧	المتوسط	إجمالي

تبين من الجدول السابق توزيع عينة الدراسة لإجابات العينة على عبارات مدى معرفة المواطنين بحقوقهم كمستهلكين للسلع والخدمات الآتي:

◀ وافقت عينة الدراسة على عبارة (أصبح المستهلك بمصر أكثر وعي بحقوقه عن أي وقت سابق) بمتوسط مثوي مرجح (٧٠,٠)، وكان عدد من أجاب (لا) (٤١) بنسبة (١١,٩%) بينما عدد من أجاب (نعم) (١٧٩) بنسبة (٥١,٩%) و(إلى حد ما) بعدد (١٢٥) بنسبة مئوية (٣٦,٢%).

◀ وافقت عينة الدراسة موافقة ضعيفة على عبارة (المستهلك هو المسئول بشكل كامل عن أي شكل من أشكال فقدان حقوقه) بمتوسط مثوي مرجح (٥٠,٠)، وكان عدد من أجاب (لا) و(نعم) (٧٥) بنسبة (٢١,٧%) لكليهما و(إلى حد ما) بعدد (١٩٥) بنسبة مئوية (٥٦,٥%).

◀ رفضت عينة الدراسة عبارة (النصيب والقدر دون المحاولة لحماية حقوقه) (المؤمن دائماً مناصب) بمتوسط مثوي مرجح (٤٨,٠)، وكان عدد من أجاب (لا) (٧٤) بنسبة (٢١,٤%) بينما عدد من أجاب (نعم) بعدد (٦٠) بنسبة مئوية (١٧,٤%) و(إلى حد ما) (٢١١) بنسبة (٦١,٢%).



◀ وافقت عينة الدراسة موافقة ضعيفة على عبارة (لدى المستهلك القدرة في الحفاظ على حقوقه (لا يضيع حق وراه مطالب)) بمتوسط مؤي مرجح (٥٧,٤)، وكان عدد من أجاب (لا) (٥٠) بنسبة (١٤,٥%) بينما عدد من أجاب (نعم) بعدد (١٠١) بنسبة مئوية (٢٩,٣%) و(إلى حد ما) (١٩٤) بنسبة (٥٦,٢%).

◀ وافقت عينة الدراسة على عبارة (يهتم المستهلك المصري بدعوات تخزين السلع عند سماعه بضعف أو قلة توفرها بالأسواق) بمتوسط مؤي مرجح (٧٢,٠)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٤) بنسبة (٧,٠%) بينما عدد من أجاب (نعم) بعدد (١٧٦) بنسبة مئوية (٥١,٠%) و(إلى حد ما) (١٤٥) بنسبة (٤٢,٠%).

◀ رفضت عينة الدراسة عبارة (يتلزم المستهلك المصري بدعوات المقاطعة لأي من السلع والخدمات لمنع الاحتكار والحد من جشع التجار) بمتوسط مؤي مرجح (٣٥,٩)، وكان عدد من أجاب (لا) (١٢٥) بنسبة (٣٦,٢%) بينما عدد من أجاب (نعم) بعدد (٢٨) بنسبة مئوية (٨,١%) و(إلى حد ما) (١٩٢) بنسبة (٥٥,٧%).

#### تفسير ومناقشة نتائج الجدول:

◀ تتفق هذه النتائج مع دراسة (سماويل عيسى محمد) في أن المستهلك لديه القدرة على حماية حقوقه ولديه وعى كافي لذلك ويزداد هذا الدور كلما زاد الاهتمام بتوعيته لحقوقه.

◀ كما تتفق هذه النتائج مع نظرية (الاختيار العقلاني) حيث طبقاً لها فإن المستهلك يكون له القدرة على اختيار الأفضل وتحويل أي سلبيات إلى إيجابيات والعمل على تطوير نفسه.

◀ وترى الباحثة من خلال التطبيق الميداني أن المواطن يبحث دائماً لتتقيق نفسه وفهم حقوقه وواجباته وحماية نفسه وأسرته وممتلكاته وبيحث دائماً عن دور الدولة في تنقيفه بحقوقه.

**التساؤل الثاني:** "تقييم دور جمعيات حماية المستهلك ومدى فاعلية هذا الدور بين المواطنين"

الإجابة على التساؤل الثاني:

جدول (٤): توزيع عينة الدراسة تبعاً لإجابات إجمالي العينة على عبارات مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك ن= (٣٤٥)

المتوسط المنوي المرجح	نعم		إلى حد ما		لا		العبرة
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٧٧,٢	٧٢,٨	٢٥١	٩	٣١	١٨,٣	٦٣	لا أعرف أن مصر بها جمعيات لحماية المستهلك.
١٥,٤	٤,٣	١٥	٢٢	٧٦	٧٣,٦	٢٥٤	تعمل الجمعيات بكفاءة وفاعلية في تلقي الشكاوى من المواطنين والعمل على حلها.
١٢,٢	٣,٨	١٣	١٦,٨	٥٨	٧٩,٤	٢٧٤	تقوم الجمعيات بالإشراف والمشاركة في ضبط أسعار السلع والخدمات والحد من ارتفاع أسعارها والعمل على ثبات أسعارها بالأسواق.
١١,٣	٢,٦	٩	١٧,٤	٦٠	٨٠	٢٧٦	تقوم الجمعيات بالإشراف الدائم على مدى صحة وسلامة المنتجات الغذائية بالأسواق
١١,٢	٣,٥	١٢	١٥,٤	٥٣	٨١,٢	٢٨٠	تقوم جمعيات حماية المستهلك بمراجعة جودة وصحة المنتجات التي تقدم للأطفال.
١٢,٣	٤,١	١٤	١٦,٥	٥٧	٧٩,٤	٢٧٤	تهتم الجمعيات بإعداد ندوات أو كتيبات عن كيفية إتباع عملية الشراء أو ما يجب توافره في المنتج أو الخدمات من شروط عند الإستهلاك.

المتوسط المنوي المرجح	نعم		إلى حد ما		لا		العبرة
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٨,٦	٢,٩	١٠	١١,٣	٣٩	٨٥,٨	٢٩٦	تقوم الجمعيات بعمل إعلانات عبر الإذاعة والتلفزيون عن دورها وأهميته في حماية المستهلك.
١٨,٠	١١,٩	٤١	١٢,٢	٤٢	٧٥,٩	٢٦٢	تقوم الجمعيات بإعداد إعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر - إنستجرام - غيرهم) عن أهمية دورها.
٥٧,١	٤٠,٣	١٣٩	٣٣,٦	١١٦	٢٦,١	٩٠	أنا غير مقتنع بفائدة أو أهمية هذه الجمعيات.
	٠,٢٥	الإنحراف المعياري		٠,٣٨	المتوسط		إجمالي مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك

تبين من الجدول السابق توزيع عينة الدراسة تبعاً لإجابات العينة على عبارات مدى فاعلية دور جمعيات حماية المستهلك الآتي:

◀ وافقت عينة الدراسة على عبارة (لا أعرف أن مصر بها جمعيات لحماية المستهلك) بمتوسط منوي مرجح (٧٧,٢)، وكان عدد من أجاب (لا) (٦٣) بنسبة (١٨,٣%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (٣١) بنسبة (٩,٠%) و(نعم) بعدد (٢٥١) بنسبة مئوية (٧٢,٨%).

◀ رفضت عينة الدراسة عبارة (تعمل الجمعيات بكفاءة وفاعلية في تلقي الشكاوى من المواطنين والعمل على حلها) بمتوسط منوي مرجح (١٥,٤)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٥٤) بنسبة (٧٣,٦%) بينما عدد من أجاب (نعم) بعدد (١٥) بنسبة مئوية (٤,٣%) و(إلى حد ما) (٧٦) بنسبة (٢٢,٠%).

◀ رفضت عينة الدراسة عبارة (تقوم الجمعيات بالإشراف والمشاركة في ضبط أسعار السلع والخدمات والحد من إرتفاع أسعارها والعمل على ثبات أسعارها بالأسواق) بمتوسط منوي

- مرجح (١٢,٢)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٧٤) بنسبة (٧٩,٤%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) بعدد (٥٨) بنسبة مئوية (١٦,٨%) و(نعم) (١٣) بنسبة (٣,٨%).
- ❏ رفضت عينة الدراسة عبارة (تقوم الجمعيات بالإشراف الدائم على مدى صحة وسلامة المنتجات الغذائية بالأسواق) بمتوسط مؤي مرجح (١١,٣)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٧٦) بنسبة (٨٠,٠%) و(إلى حد ما) بعدد (٦٠) بنسبة مئوية (١٧,٤%)، و(نعم) بعدد (٩) بنسبة مئوية (٢,٦%).
- ❏ رفضت عينة الدراسة عبارة (تقوم جمعيات حماية المستهلك بمراجعة جودة وصحة المنتجات التي تقدم للأطفال) بمتوسط مؤي مرجح (١١,٢)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٨٠) بنسبة (٨١,٢%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (٥٣) بنسبة (١٥,٤%) و(نعم) بعدد (١٢) بنسبة مئوية (٣,٥%).
- ❏ رفضت عينة الدراسة عبارة (تهتم الجمعيات بإعداد ندوات أو كتيبات عن كيفية إتتمام عملية الشراء أو ما يجب توافره في المنتج أو الخدمات من شروط عند الإستهلاك) بمتوسط مؤي مرجح (١٢,٣)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٧٤) بنسبة (٧٩,٤%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (٥٧) بنسبة (١٦,٥%) و(نعم) بعدد (١٤) بنسبة مئوية (٤,١%).
- ❏ رفضت عينة الدراسة عبارة (تقوم الجمعيات بعمل إعلانات عبر الإذاعة والتلفزيون عن دورها وأهميته في حماية المستهلك) بمتوسط مؤي مرجح (٨,٦)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٩٦) بنسبة (٨٥,٨%) و(إلى حد ما) بعدد (٣٩) بنسبة مئوية (١١,٣%)، و(نعم) بعدد (١٠) بنسبة مئوية (٢,٩%).
- ❏ رفضت عينة الدراسة عبارة (تقوم الجمعيات بإعداد إعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تيوتر - إنستجرام - غيرهم) عن أهمية دورها) بمتوسط مؤي

مرجح (١٨,٠)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٦٢) بنسبة (٧٥,٩%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (٤٢) بنسبة (١٢,٢%) و(نعم) بعدد (٤١) بنسبة مئوية (١١,٩%).  
ووافقت عينة الدراسة على عبارة (أنا غير مقتنع بفائدة أو أهمية هذه الجمعيات) بمتوسط مؤي مرجح (٥٧,١)، وكان عدد من أجاب (لا) (٩٠) بنسبة (٢٦,١%) بينما عدد من أجاب (إلى حد لا) (١١٦) بنسبة (٣٣,٦%) و(نعم) بعدد (١٣٩) بنسبة مئوية (٤٠,٣%).

#### تفسير ومناقشة نتائج الجدول:

و تتفق هذه النتائج مع (دراسة سامر مصطفى - ودراسة سماعيل عيسى - ودراسة أعصم أحمد حمدي , ودراسة Merck, Ashton Wynetle) فى أن جمعيات حماية المستهلك لديها بعض القصور والمعوقات التى تحد من دورها وأن هذا الدور غير قوى وفعال بالشكل المطلوب وخاصة بين المواطنين.

كما اتفق هذه النتائج مع (نظرية اختيار العقلانى والنظرية الايكولوجية) فنظرية الاختيار العقلانى تجعلنا نميز ونتعرف على دور الجمعيات بين المواطنين والمقدرة على تقييم هذا الدور من كافة جوانبه سواء الإيجابية أو السلبية، كما تتفق مع النظرية الايكولوجية فى أن هذه النظرية تساهم فى فهم تحديد المشكلات المرتبطة بالبيئة المحيطة للأفراد ودرجة حماية هذه الجمعيات للسلامة والصحة لسلامة الغذاء والبيئة المحيطة للأفراد فى الأسواق والمجتمع.

ومن مشاهدات الباحثة من خلال التطبيق الميدانى أن جمعيات حماية المستهلك لا تقوم بدورها المخولة به فى حماية حقوق ومصالح المواطنين فالكثير من المواطنين كانوا يطلبوا طريقة فهم عمل هذه الجمعيات ومدى جدوى عملها فى المجتمع.

#### التساؤل الثالث: "تحديد حجم استخدام المواطنين لوسائل الاستهلاك الإلكتروني"

الإجابة على التساؤل الثالث:

**جدول (٥):** توزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لإجابة التساؤل "هل تقوم أنت أو أحد أفراد أسرتك باستخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني (الشراء من الأنترنت)؟" ن= (٣٤٥)

الإجابة	العدد	النسبة
لا	٩٥	٢٧,٥
نعم	٢٥٠	٧٢,٥
الإجمالي	٣٤٥	١٠٠,٠

تبين من الجدول السابق لتوزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لإجابة التساؤل هل تقوم أنت أو أحد أفراد أسرتك باستخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني (الشراء من الأنترنت)؟ كانت الأعلى نسبة (لا) بعدد (٢٥٠) مفردة وبنسبة (٧٢,٥%)، ثم (لا) بعدد (٩٥) مفردة وبنسبة (٢٧,٥%).

**تفسير ومناقشة نتائج الجدول:**

من خلال التطبيق الميداني التي قامت به الباحثة أظهر أن العديد من المواطنين أصبح لديهم المعرفة بوسائل الاستهلاك الإلكتروني ويفضلونها وخاصة بعد جائحة كورونا (كوفيد ١٩) وجلسهم في المنزل لفترات طويلة.

**التساؤل الرابع:** "ما المشكلات التي يتعرض لها المواطن أثناء عملية الاستهلاك الإلكتروني"

والإجابة على التساؤل الرابع:

جدول (٦): توزيع عينة الدراسة تبعاً لإجابات العينة على عبارات "مدى التعرض لمشكلات عند استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني (الشراء من الأنترنت)" ن= (٣٤٥)

المتوسط المنوي المرجح	نعم		إلى حد ما		لا		المشكلات
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٧٦,٢	٥٩,٢	١٤٨	٣٤	٨٥	٦,٨	١٧	عدم تطابق الشكل أو صورة المنتج المعروض بالمنتج الذي تم توصيله.
٧٣,٢	٥٣,٢	١٣٣	٤٠	١٠٠	٦,٨	١٧	عدم تطابق خامات وجودة المنتج المعروض بالمنتج الذي تم توصيله.
٦٣,٤	٣٨,٤	٩٦	٥٠	١٢٥	١١,٦	٢٩	صعوبة إرجاع أو استبدال المنتج في حالة وجود أحد المشاكل بالمنتج أو لأي سبب آخر.
٥٥,٢	٢٤	٦٠	٦٢,٤	١٥٦	١٣,٦	٣٤	الإختلاف الواضح في أسعار المنتجات من عارض لأخر أو برنامج لأخر مما يجعل المستهلك غير واثق بسعر المنتج الذي يشتريه.
٥٥,٦	٢٣,٦	٥٩	٦٤	١٦٠	١١,٦	٢٩	القيام بعمل عروض وهمية بتخفيض الأسعار بشرط القيام بشراء أكثر من قطعة للمنتج أو بمبلغ مالي معين.
٥٥,٢	٢٧,٢	٦٨	٥٦	١٤٠	١٦,٨	٤٢	إرتفاع سعر التوصيل أو مصاريف الشحن للمنتجات بشكل مبالغ.
٦٢,٠	٣٣,٢	٨٣	٥٧,٦	١٤٤	٩,٢	٢٣	عدم تقديم فاتورة واضحة ومفهومة عن المنتجات.

المتوسط المئوي المرجح	نعم		إلى حد ما		لا		المشكلات
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٦٠,٢	٥٩,٢	١٤٨	٣٤	٨٥	٦,٨	٢٥	صعوبة اثبات حقى المضان للمنتجات التي لها ضمان.
		٠,٥٨	الإلتحاف المعياري		٠,٨٤	المتوسط	إجمالي المشكلات عند استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني

تبين من الجدول السابق توزيع عينة الدراسة تبعاً لإجابات العينة على عبارات مدى التعرض لمشكلات عند استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني (الشراء من الأنترنت) الآتي:

◀ وافقت عينة الدراسة على المشكلة (عدم تطابق الشكل أو صورة المنتج المعروض بالمنتج الذي تم توصيله) بمتوسط مئوي مرجح (٧٦,٢)، وكان عدد من أجاب (لا) (١٧) بنسبة (٦,٨%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (٨٥) بنسبة (٣٤,٠%) و(نعم) بعدد (١٤٨) بنسبة مئوية (٥٩,٢%).

◀ وافقت عينة الدراسة على المشكلة (عدم تطابق خامات وجودة المنتج المعروض بالمنتج الذي تم توصيله) بمتوسط مئوي مرجح (٧٣,٢)، وكان عدد من أجاب (لا) (١٧) بنسبة (٦,٨%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (١٠٠) بنسبة (٤٠,٠%) و(نعم) بعدد (١٣٣) بنسبة مئوية (٥٣,٢%).

◀ وافقت عينة الدراسة على المشكلة (صعوبة إرجاع أو استبدال المنتج في حالة وجود أحد المشاكل بالمنتج أو لأي سبب آخر) بمتوسط مئوي مرجح (٦٣,٤)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٩) بنسبة (١١,٦%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (١٢٥) بنسبة (٥٠,٠%) و(نعم) بعدد (٩٦) بنسبة مئوية (٣٨,٤%).

◀ وافقت عينة الدراسة على المشكلة (الإختلاف الواضح فى أسعار المنتجات من عارض لآخر أو برنامج لآخر مما يجعل المستهلك غير واثق بسعر المنتج الذى يشتريه) بمتوسط



مئوي مرجح (٥٥,٢)، وكان عدد من أجاب (لا) (٣٤) بنسبة (١٣,٦%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (١٥٦) بنسبة (٦٢,٤%) و(نعم) بعدد (٦٠) بنسبة مئوية (٢٤,٠%).  
واقفت عينة الدراسة على المشكلة (القيام بعمل عروض وهمية بتخفيض الأسعار بشرط القيام بشراء أكثر من قطعة للمنتج أو بمبلغ مالى معين) بمتوسط مئوي مرجح (٥٥,٦)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٩) بنسبة (١١,٦%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (١٦٠) بنسبة (٦٤,٠%) و(نعم) بعدد (٥٩) بنسبة مئوية (٢٣,٦%).

واقفت عينة الدراسة على المشكلة (ارتفاع سعر التوصيل أو مصاريف الشحن للمنتجات بشكل مبالغ) بمتوسط مئوي مرجح (٥٥,٢)، وكان عدد من أجاب (لا) (٤٢) بنسبة (١٦,٨%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (١٤٠) بنسبة (٥٦,٠%) و(نعم) بعدد (٦٨) بنسبة مئوية (٢٧,٢%).

واقفت عينة الدراسة على المشكلة (عدم تقديم فاتورة واضحة ومفهومة عن المنتجات) بمتوسط مئوي مرجح (٦٢,٠)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٣) بنسبة (٩,٢%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (١٤٤) بنسبة (٥٧,٦%) و(نعم) بعدد (٨٣) بنسبة مئوية (٣٣,٢%).

واقفت عينة الدراسة على المشكلة (صعوبة اثبات حقي المضان للمنتجات التي لها ضمان) بمتوسط مئوي مرجح (٦٠,٢)، وكان عدد من أجاب (لا) (٢٥) بنسبة (٦,٨%) بينما عدد من أجاب (إلى حد ما) (٨٥) بنسبة (٣٤,٠%) و(نعم) بعدد (١٤٨) بنسبة مئوية (٥٩,٢%).

#### تفسير ومناقشة نتائج الجدول:

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Li. Dan - ودراسة Capeliman) فى استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني وأكثر المشكلات التي يتعرض لها المستهلك أثناء عملية الاستهلاك

الإلكتروني.

كما تتفق هذه النتائج مع (نظرية الاختيار العقلاني) في كيفية اختيار الخيار الأمثل أو الأفضل لحماية المستهلك، ودور المستهلك والطرق التي يستخدمها لحماية نفسه من الوقوع فريسة للغش أو الخداع بكافة صورة.

وترى الباحثة من خلال التطبيق الميداني أن المشكلات التي يتعرض لها المواطن أثناء استخدام وسائل الاستهلاك الإلكتروني في الغالب ليس لديهم القدرة على حلها أو عدم الوقوع فريسة لها وأنها تكون جميعها نتيجة الخداع والغش.

### وصف وتفسير دليل المقابلة:

- المقابلة الأولى:

أولاً: البيانات الأولية:

- السن: (٤٠ عام). - النوع: (أنثى). - الحالة الاجتماعية: (متزوج).

- جهة العمل: جهاز (حماية المستهلك).

ثانياً: رأي الحالة الأولى في حماية المستهلك في مصر:

إلى أي مدى حماية المستهلك في مصر قوية وفعالة؟

- ممتازة/ حيث يتم تطبيق القانون والعمل به.

ثالثاً: رأي الحالة الأولى في جمعيات حماية المستهلك:

إلى أي مدى دور جمعيات حماية المستهلك قوى وفعال بالمجتمع المصري؟

- جيد/ حيث تقوم الجمعيات بتلقى الشكاوى من المستهلكين والعمل على حلها كما تقوم بنشر ثقافة حماية المستهلك والتوعية وتقديم الاستشارات وإقامة الدعاوى وإجراء الدراسات.

رابعاً: رأي الحالة الأولى في المستهلك:

١- ما هو الدور الواقع على عاتق المستهلك لحماية نفسه وحقوقه من وجهة نظر سيادتكم؟

الحفاظ على حقوقه كما وضعها القانون (الحق في الصحة والسلامة - الحق في الحصول على المعلومات - الحق في الاختيار الحر - الحفاظ على الكرامة وإحترام العادات - رفع الدعاوى)، وقيام المستهلك بواجبه لحماية نفسه (الفاتورة - الضمان - المعاينة.. وأخرى).

٢- ما هي أكثر أشكال الخداع والغش التي يقع فريستها المستهلك ويصعب عليه كشفها؟  
الغش - التضليل - التدليس.

- المقابلة الثانية:

أولاً: البيانات الأولية:

- السن: (لم تذكر). - النوع: (ذكر). - الحالة الاجتماعية: (متزوج).

- جهل العمل: (جهاز حماية المستهلك).

ثانياً: رأي الحالة الثانية في حماية المستهلك في مصر:

إلى أي مدى حماية المستهلك في مصر قوية وفعالة؟

- جيدة والجهاز يعمل بشكل جيد.

ثالثاً: رأي الحالة الثانية في جمعيات حماية المستهلك:

إلى مدى دور جمعيات حماية المستهلك قوى وفعال بالمجتمع المصري؟

- ليس لها دور منظور أو فعال.

رابعاً: رأي الحالة الثانية في المستهلك:

١- ما هو الدور الواقع على عاتق المستهلك لحماية نفسه وحقوقه من وجهة نظر سيادتكم؟

- التحقق قبل الشراء من السلع ومصدرها وأن يشتري من مكان معلوم.

٢- ما هي أكثر أشكال الخداع التي يقع فريستها المستهلك ويصعب عليه كشفها؟

- هي السلع المباعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- المقابلة الثالثة:

أولاً: البيانات الأولية:

- السن: (لم تذكر).
- النوع: (ذكر).
- الحالة الاجتماعية: (متزوج).
- جهل العمل: (جهاز حماية المستهلك).
- ثانياً: رأي الحالة الثالثة في حماية المستهلك في مصر:  
إلى أي مدى حماية المستهلك في مصر قوية وفعالة؟  
- قوى وفعال ويحمى المستهلكين من جشع التجار.  
ثالثاً: رأي الحالة الثالثة في جمعيات حماية المستهلك:  
إلى أي مدى دور جمعيات حماية المستهلك قوى وفعال بالمجتمع المصري؟  
- غير قوى وفعال.

رابعاً: رأي الحالة الثالثة في المستهلك:

- ١- ما هو الدور الواقع على عاتق المستهلك لحماية نفسه وحقوقه من وجهة نظر سيادتكم؟  
- فهم الحقوق الخاصة به والمطالبة بحقه دون الإخلال بحقوق الآخرين.
- ٢- ما هي أكثر أشكال الخداع والغش التي تقع فريستها المستهلك ويصعب عليه كشفها؟  
- هي السلع المباعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.  
- الشراء أون لين بدون معاينة المنتج المختار جيداً أو فحصه.

- المقابلة الرابعة:

أولاً: البيانات الأولية:

- السن: (٣٦).
- النوع: (ذكر).
- الحالة الاجتماعية: (متزوج).
- جهل العمل: (جهاز حماية المستهلك).
- ثانياً: رأي الحالة الرابعة في حماية المستهلك في مصر:

- إلى أي مدى حماية المستهلك في مصر قوية وفعالة؟  
- إلى مدى ممتاز وفعال وقوى حيث يتم تطبيق القانون وهيئات الرقابة.  
ثالثاً: رأي الحالة الرابعة في جمعيات حماية المستهلك:  
إلى أي مدى دور جمعيات حماية المستهلك قوى وفعال بالمجتمع المصري؟  
- مدى ليس بالضعيف/ جيد.  
رابعاً: رأي الحالة الرابعة في المستهلك:

- ١- ما هو الدور الواقع على عاتق المستهلك لحماية نفسه وحقوقه من وجهة نظر سيادتكم؟  
- معرفة حقوقه/ عدم الجهل بالمعلومات الحق في حرية الاختيار.  
٢- ما هي أكثر أشكال الخداع والغش التي تقع فريستها المستهلك ويصعب عليه إكتشافها؟  
- الغش والتدليس والتحايل.

#### نتائج دليل المقابلة:

- ١- اتضح من خلال دليل المقابلة أن المسؤولين في جهاز حماية المستهلك لديهم قبول عام ورضا حول قوة وفاعلية حماية المستهلك بشكل عام في مصر.  
٢- أوضح دليل المقابلة أن مسئول الجهاز لديهم اجماع على أن المواطنين وضعف الوعي والثقافة الاستهلاكية وعدم إهتمامهم بحماية حقوقهم أهم عائق يواجه قضية حماية المستهلك في مصر.  
٣- أوضح دليل المقابلة أن هناك تباين بين آراء المسؤولين بالجهاز حول مدى فاعلية جمعيات حماية المستهلك بين أنه دور جيد وفعال ويعمل بقوة وبين أنها ليس لهم دور فعال أو منظور داخل المجتمع المصري.

٤- أوضح دليل المقابلة أن أكثر أنواع وأشكال الخداع التي يتعرض لها المستهلكين في مصر هي (الغش في السلع والخدمات - التعاملات غير الأمانة عبر الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي).

### النتائج العامة للبحث

- ١- تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن المواطنين لديهم معرفة قوية بحقوقهم كمستهلكين للسلع والخدمات.
- ٢- كما توصلت النتائج إلى عدم معرفة الكثير من المواطنين المستهلكين بوجود جمعيات عاملة في مجال حماية المستهلك هدفها المحافظة على حقوقهم ومصالحهم.
- ٣- نتائج الدراسة الميدانية إلى قلة معرفة المواطنين بوجود جمعيات حماية المستهلك في مصر وأهمية دورها.
- ٤- تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى عدم رضا المواطنين عن دور جمعيات حماية المستهلك وعدم كفاءة وفاعلية دورها في تلقي الشكاوى أو حماية حقوقهم ومصالحهم.
- ٥- تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى عدم إقتناع الكثير من المواطنين بأهمية دور جمعيات المستهلك وأهمية وجودها.
- ٦- تشير الدراسة إلى ارتفاع نسبة المواطنين التي تستخدم وسائل الاستهلاك الإلكتروني في الاستهلاك ولسد احتياجاتهم وأسرههم.
- ٧- تشير نتائج إلى التعرض الكثير من المواطنين إلى العديد من المشكلات عند قيامهم بعملية الاستهلاك الإلكتروني وعدم قدرتهم على حلها.

## التوصيات

- ١- قيام الحكومة بالعمل على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وتقوية هذا الدور في المحافظات المختلفة، وتعريف المواطنين بوجودها وأهمية دورها.
- ٢- إهتمام الحكومة بشكل أكبر بتوعية المواطنين ونشر ثقافة الإستهلاك الأمن وخاصة عند قيام المواطن بعمليات الإستهلاك الإلكتروني.
- ٣- الإهتمام بدور الإعلامى وإعداد بعض البرامج لتوعية المواطنين، وأيضاً إعداد إعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعى عن كيفية الاستهلاك وحماية حقوقه.
- ٤- الإهتمام بوضع إطار محدد لتحديد مبادئ الحقوق البيئية تلتزم بها جمعيات حماية المستهلك تقوم على حماية الصحة والسلامة العامة وسلامة الغذاء وكيفية مراجعة وصحة جودة المنتجات بالأسواق.
- ٥- ويقترح الباحثون عدد من المقترحات لبحوث أخرى تعد امتداداً للبحث الحالى:
  - إلقاء الضوء ودراسة أهمية طرق الاستهلاك الأمن أو الاستهلاك المستدام والعمل على توعية المواطنى به.
  - دراسة الجوانب والمتغيرات الاجتماعية والبيئية لحقوق الإنسان البيئية.

## المراجع

- أحمد محمود على خلف (٢٠٠٥): الحماية الجنائية فى القانون المصرى والفرنسى. دار الجامعة الجديدة.
- أسامة خيرى (٢٠١٥): الرقابة وحماية المستهلك وحماية المستهلك ومكافحة الغش التجارى، دار الراجية للنشر والتوزيع.
- أعصم أحمد حمدى إمام عبد الوهاب (٢٠١٨): أثر التشريعات حماية المستهلك على القانون المدنى. جامعة القاهرة، كلية الحقوق، قسم القانون المدنى، رسالة دكتوراه.

- بدر عبد المحسن عزوز (٢٠٠٩): حق الإنسان في بيئة نظيفة، دار المهندس للطباعة.  
التقرير السنوي لجهاز حماية المستهلك، ٢٠١٧م.  
التقرير السنوي لجهاز حماية المستهلك، ٢٠٢٠م.  
تقرير اللجنة الاقتصادية، الجلسة الرابعة (جمعيات حماية المستهلك)، منتدى المرأة وحماية المستهلك، المجلس القومي للمرأة، ٢٠٠٥م  
حاتم عبد المنعم أحمد عبد اللطيف (٢٠١٧): الاتجاهات النظرية والمنهجية ومجالات الدراسة في علم الاجتماع البيئي، دار المعراج.  
خالد عبد الفتاح محمد خليل (٢٠٠٢): حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص. دار النهضة العربية.  
خالد ممدوح إبراهيم (٢٠٠٨): حماية المستهلك في العقد الإلكتروني. دار الفكر الجامعي.  
رضوان أحمد الحاف (١٩٩٨): حق الإنسان في بيئة سليمة في القانون الدولي العام، دار الياقوت للنشر والتوزيع.  
رواحنة زوليخة - قلات سومية: دور الجمعيات في حماية المستهلك. مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خضير بسكرة، العدد الرابع، ٢٠١٧م.  
سامر المصطفى: دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٩، العدد الثاني، ٢٠١٣.  
سماعيل عيسى محمد: دور جمعيات حماية المستهلك في إعلام وتحسيس المستهلكين بالممارسات الترويجية اللاأخلاقية حالة ولاية الجلفة. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، ٢٠١٤م.  
الصغير محمد مهدي (٢٠١٥): قانون حماية المستهلك، دار الجامعة الجديدة .  
طلعت إبراهيم لطفى (٢٠١٠): أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار غريب.  
عاطف عبد الحميد حسن (٢٠٠٨): وجود الرضا في العقد الإلكتروني عبر شبكة، الإنترنت. دار النهضة العربية.



عاطف محمود البقلی (٢٠١١): برنامج مقترح لتنمية الوعي بالحقوق البيئية للإنسان لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية. رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والإعلام البيئي.

قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لعام ٢٠١٨ الجريدة الرسمية، العدد ٣٧ تابع في ١٣ سبتمبر لعام ٢٠١٨ م.

محمد الفاتح محمود بشير المغربي (٢٠١٠): حماية المستهلك في النظام الإسلامي والنظام الغربي. الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات.

محمد حسن عبد العال (٢٠١١): مفهوم الطرف الضعيف في الرابطة العقدية. دار النهضة العربية.

محمد عبيدات (١٩٩٥): سلوك المستهلك مدخل سلوكي، دار المستقبل للنشر.

محمود عودة (٢٠٠٢): التنمية الاجتماعية بين العمل الاجتماعي والسياسة الاجتماعية. مركز البحوث الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.

محمود ناجي وآخرون (٢٠٠٧): خدمة الفرد في ضوء النظريات العلمية المعاصرة. دار المهندس للطباعة.

Burdge, Rebel, J (1999): A Community Guide to Social Impact Assessment Social Ecology Press, Middleton, Wisconsin, USA.

Capeliman (2018): Analyzing consumer's awareness of protecting personally identifiable information on android smart phones, PhD, Douglas D. Capitol Technology University.

Li, Dan (2009): A study on the consumer's responsibility of environmental protection in the idea of green consumption. Master dissertation, Wuhan University (people's republic of China).

Merck, Ashton Wynetle (2020): The fox guarding the henhouse: coregulation and consumer protection in food safety, 1946-2002", PHD, Duke University (United States).

## THE SOCIAL EVALUATION OF THE ROLE OF THE CONSUMER'S PROTECTION SOCIETIES IN PROTECTING THE CITIZENS' ENVIRONMENTAL RIGHTS

**Hend M. I. Mostafa<sup>(1)</sup>; Hatem A. Ahmed<sup>(2)</sup> and Al- Sayed E. Nael<sup>(3)</sup>**

1) Post graduate student at Faculty of Graduate Studies and Environmental Research, Ain Shams University 2) Faculty of Graduate Studies and Environmental Research, Ain Shams University 3) Faculty of Law, Ain Shams University

### ABSTRACT

The current study aimed to assess the role of consumer protection associations in protecting the environmental rights of citizens and to identify the role of associations among citizens and the effectiveness of their role in preserving their rights and interests. The field study sample consisted of (345) citizens consuming goods and services in the Arab Republic of Egypt, and an interview was conducted. With counting (4) of the officials in the Consumer Protection Agency, the method of social recording and the case study method were used, and statistical analysis was done to analyze the necessary information and data based on the study tools (questionnaire form and interview guide).

The study reached some results, the most important of which is the existence of a relationship Correlation between the academic qualification and the degree of awareness of the Egyptian consumer. The results also indicated that few consumer citizens have knowledge of the existence of associations working in the field of consumer protection in Egypt. They also indicated that citizens are not satisfied with the role of these associations and the inefficiency and effectiveness of their role in receiving complaints or in preserving their rights. The study also suggested that the Egyptian government work to strengthen and activate the role of consumer protection associations and to strengthen this role in the governorates. It also sets a specific framework that all parties abide by in the consumption process, and educates citizens about the ways and methods of safe consumption, especially through electronic means of consumption. The study also proposes the development of a specific framework to define the principles of environmental rights for citizens that consumer protection associations adhere to, based on the protection of health, public safety and food safety, and how to review the health and quality of products in the market.