

ملاحظات موجزة حول الندوة بعنوان:

بين حماية المستهلك والمنتج المحلي: نصوص القوانين ومشكلات التطبيق

الثلاثاء ٣٠ أكتوبر ٢٠١٨، من الساعة العاشرة صباحاً وحتى الثانية عشرة ظهراً

المتحدثون:

المهندس/طارق توفيق – رئيس الغرفة التجارية الأمريكية بالقاهرة
المستشار/هشام رجب - عضو اللجنة العليا للإصلاح التشريعي
المهندس/حمدي عبد العزيز – عضو مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك سابقاً – ممثلاً لاتحاد الصناعات المصرية
السيد/ أحمد عيد – إدارة المحتوى والتطوير، وكالة بروموميديا

مدير الجلسة:

د. عبلة عبد اللطيف، المدير التنفيذي ومدير البحوث، المركز المصري للدراسات الاقتصادية

أهم ما جاء في كلمة المتحدثين:

- الربط بين قوانين حماية المستهلك، وتفضيل المنتجات المصرية، وقانون حماية الملكية الفكرية، نظراً لأن عدم تطبيق القوانين الثلاثة يرتبط بشكل كبير بظهور القطاع غير الرسمي، وأي اتجاه للتطبيق الصحيح من الممكن أن يمثل خطوة جيدة للقضاء على القطاع غير الرسمي.
- هناك ١٠ معايير دولية لحماية المستهلك وفقاً لتقرير الأونكتاد، أهمها: السلامة البدنية، وتعزيز وحماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين، ومرافق التوزيع للسلع والخدمات الاستهلاكية الأساسية، بالإضافة إلى تعزيز الاستهلاك المستدام، ومعايير السلامة والجودة للسلع والخدمات الاستهلاكية، والخدمات المالية والسياسة الوطنية لحماية المستهلك والتجارة الإلكترونية.
- تجارب دولية لحماية المستهلك:
 - تجربة المراكز الأوروبية للمستهلك: وهي مراكز مسئولة عن حل النزاعات ونقطة تواصل للحصول على المعلومات عن المنتجات في مختلف الدول الأوروبية.
 - تجربة الهند: تتولى منظمات المجتمع المدني تنظيم حملات توعية بعدد يتراوح ما بين ٢٠ - ٢٢ حملة في العام الواحد، وتشمل حملات للتوعية بالمدارس، ولعبت هذه المنظمات دوراً في حل ٢٦ حالة نزاع في عام ٢٠١١/٢٠١٢.
- أركان منظومة حماية المستهلك:
 ١. توافر المعلومات والمواصفات.
 ٢. تحقيق مبدأ الحوكمة.
 ٣. قدرة الجهاز (من حيث العمالة والموارد).
 ٤. طبيعة التعامل مع الأجهزة الأخرى ذات العلاقة .

- يمثل القانون الجديد قفزة كبيرة في مجال حماية المستهلك، لكن من التحديات التي تواجه تطبيقه هي قدرة جهاز حماية المستهلك على تطوير نفسه وتدريب الكوادر فيه، ومن الضروري دعم الحكومة له وإمداده بالإمكانات اللازمة حتى يستطيع أن يواكب تطورات القانون.
- إيجابيات القانون:
 - ارتفاع الحد الأقصى للغرامة (٢ مليون أو مثلي قيمة المنتج إذا زاد عن ٢ مليون) و استحداث باب كامل للسياسة العقابية.
 - معالجة مشاكل المستهلكين مع القطاع العقاري والمطورين العقاريين وبعض البنود التي ترد في عقودهم.
 - الالتزام بتقديم الفاتورة للمستهلك في كل الحالات.
 - وضع حد أدنى (سنتين) للضمان على السلع المعمرة.
 - إلزام المورد بتوفير مراكز الصيانة لأي منتج يتم استيراده.
 - حق استرجاع المنتج في خلال ١٤ يوم بدون إبداء أي سبب.
 - استحداث باب كامل عن التعاقد عن بعد (e-commerce).
- سلبيات القانون:
 - يتبع الجهاز وزارة التموين على الرغم من أن الشكاوى التي ترد إليه تقع ضمن اختصاص وزارة التجارة والصناعة (متعلقة بمنتجات محلية مصنعة أو مستوردة).
 - الأصل في الأمور أن يكون الجهاز مستقلاً عن أي جهة تنفيذية ليتمكن من أداء دوره الرقابي.
 - إحالة تفاصيل اللائحة التنفيذية للجهاز إلى وزارة التموين وليس مجلس الوزراء قد يؤدي إلى حدوث مشاكل كثيرة.
 - استحواذ الجهاز على ٢٥% من الحصيلة النقدية للمصالحات في قضايا مخالفة القانون كأحد موارد الجهاز مما سيحدث تضارب المصالح (ومشكلة الجمارك سابقاً مثال على هذا).
 - مشكلة المواصفات وبالأخص السيارات، فقد أصبحت مصر حقل تجارب للسيارات الصينية، ومن الضروري تواجد مواصفات تخص سلامة المستهلك والبيئة.
 - بالرغم من وجود مادة تخص العقارات إلا أنها لا تتناول موضوع "التسليمات" الذي يسبب الكثير من المشاكل للمواطنين.
 - غياب نصوص للتعامل مع الخدمات والصناعات الحكومية.
 - غياب نصوص تتناول دور منظمات المجتمع المدني
- يأتي الخطر الأساسي لحماية المستهلك من القطاع غير الرسمي الذي يمثل نسبة كبيرة من الاقتصاد المصري.

- ضرورة وجود حلول لتقليل حجم الاقتصاد غير الرسمي حتى تتحقق الاستفادة الكاملة من القانون الجديد (إعطاء رخص للمهنيين العاملين بالقطاع غير الرسمي بداية لحل المشكلة).
- عدم تجاوب بعض القطاعات للشكاوي مثل قطاع الاتصالات وهذا دليل إضافي على أهمية استقلالية الجهاز.
- عدم وجود مرجعية فنية للتعامل مع المشاكل التي ترد إلى الجهاز أحد أبرز التحديات التي تواجهه، لأن ما هو متوافر حتى الآن في منتهى الضعف، وهذا أمر يسبب إزعاج للمصنعين نتيجة عدم وجود خبرة كافية للفصل في الشكاوي، علماً بأن الجهاز في الفترة الماضية كان أحد الأسباب التي دفعت المصانع لرفع مستوى الجودة فيها.
- أصبحت آليات الوصول للمستهلك متوفرة وسريعة وهذا سيساعد الجهاز على نشر المعلومات والتوعية. تسارع تكنولوجيا المعلومات يوجب على الجهاز مواكبة تغيراته، خاصة أن هذه التكنولوجيا تحتوي على وسائل لقياس مردود بعض الخدمات عن طريق الهاتف المحمول أو منتديات التواصل الاجتماعي، وهو ما يساعد على خلق وعي بين المستهلكين. بالإضافة إلى أهمية نشر الأحكام الباتة على الموقع الإلكتروني للجهاز مما يساعد الشركات في التصالح مع المستهلك في مرحلة مبكرة.
- **التوصيات:**
 - البحث عن وسائل تمكن الجهاز من السيطرة على الإعلانات المضللة مثل اشتراط الحصول على تراخيص بطريقة لا تؤثر على عوائد الإعلانات للقنوات، وهو ما يمكن بحثه مع المجلس الأعلى للإعلام.
 - أهمية تفعيل فكرة المرصد بالتعاون مع الأجهزة الرقابية المختلفة للتعامل مع مشاكل المستهلكين في القطاعات الخدمية مثل وزارة الكهرباء وشركات مياه الشرب.
 - ضرورة التعاون مع جمعيات المجتمع المدني لمعاونة الجهاز وهو ما يرفع العبء عنه في توفير كوادر بشرية.
 - تمثيل جمعيات المجتمع المدني بمجلس إدارة جهاز حماية المستهلك، وتمكينه من القيام بدوره لأن مسؤولياته أكبر من حجمه الحالي، وتعزيز التعاون مع الأجهزة الرقابية وجهات الدولة المختلفة لتحقيق الحماية.
 - ضرورة وجود تمثيل جيد للمرجعية الفنية في مجلس إدارة الجهاز.
 - استغلال القانون في المساهمة في الإصلاح الحقيقي وهو الإصلاح المؤسسي وتقليص حجم القطاع غير الرسمي.
 - مراجعة اللائحة التنفيذية بعد صدورها ومراجعتها مع ممثلين عن المجتمع المدني، لأن القانون الجديد يتضمن تغييرات جوهرية جعلته أقرب إلى الممارسات العالمية، ولكن الأهم هو التنفيذ.