

حقوق المستهلك

كراس إرشاد للمرشد

يونيو 2012



كراس إرشاد حقوق المستهلك

الأهداف:

1. أن نجسّد للمشاركين المكانة المركزية للاستهلاك في حياتنا.
2. أن نعرّف المشاركين على مركبات قانون حماية المستهلك.
3. تعزيز قوة المشاركين بواسطة التعرف على الطرق المتوفرة تحت تصرفهم في مواجهتهم لخروقات القانون الاستهلاكية.

سير الفعالية:

<u>الفعالية</u>	<u>الوقت المحدد</u>	<u>الهدف</u>	<u>المعينات</u>
مقدمة	5 دقائق	تقديم المرشد والمجلس الإسرائيلي للاستهلاك	-
المرحلة أ – فعالية افتتاحية	10 دقائق	أن نجسّد للمشاركين المكانة المركزية للاستهلاك في حياتنا	لوح، توش قابل للمحي، نموذج لجدول أعمال (الملحق رقم 1)
المرحلة ب – استطلاع المجلس الإسرائيلي للاستهلاك	5 دقائق	أن نشرح للمشاركين لماذا من المهم لنا أن نتعرّف على حقوقنا	لوح، توش قابل للمحي
المرحلة ج – حقوق المستهلك	30 دقيقة	العمل في مجموعات – تحليل قصص حالات: 1. إظهار الثمن على المنتج 2. الكفالة والخدمة بعد البيع 3. صفقة مع بائع متجول 4. صفقات بيع عن بعد	<ul style="list-style-type: none">• 4 بطاقات حالات (الملحق 2)• أوراق معلومات لإجمال الحقوق (الملحق 3)
المرحلة د – طرق لمواجهة الخروقات	15 دقيقة	ما الذي يمكن عمله ضد الخروقات الاستهلاكية	بطاقات أقوال (الملحق 4)
المرحلة هـ – تلخيص الفعالية التعرف على الموقع على الانترنت وتوزيع نشرة المعلومات	15 دقيقة	استعراض الفعالية وتلخيصها	ورقة نصائح عامّة

مقدمة:

- تعارف: تقديم شخصي للمرشد وللمشاركين.
- تقديم واستعراض عام للمجلس الإسرائيلي للاستهلاك.
- استعراض أهداف اللقاء.

القسم أ- فعالية افتتاحية

وصف الفعالية: يقوم متطوع واحد أو أكثر بوصف أعمال أساسية من روتين حياتهم اليومية، يلخص المرشد الأعمال على اللوح، وبعد ذلك يستعرض أمام المشاركين العناصر الاستهلاكية من بين هذه الأعمال. يكتب المرشد على اللوح الأعمال الأساسية التي يطرحها المشاركون، يمكن أخذ أجزاء من جداول أعمال عدد من المشاركين.

أسئلة موجهة:

- ? ماذا تفعل عندما تستيقظ من النوم في الصباح؟ يدق جرس المنبه، وماذا بعد؟
 - ? يجب توجيه المتطوع ليستعرض الأعمال الروتينية التي يقوم بها خلال اليوم.
- يلخص المرشد الأعمال على اللوح وبعد ذلك يشير إلى العناصر الاستهلاكية من بين هذه الأعمال أمام المشاركين. (انظر الملحق رقم 1).

تلخيص مرحلي: بشكل واع أو غير واع نقوم بأعمال استهلاكية بشكل متكرر جداً خلال روتين حياتنا اليومية، في بعض هذه الأعمال يكون الاستهلاك واضحاً وبارزاً وفي بعضها يكون الاستهلاك أقل وضوحاً وبرزاً. كما نقوم، بالطبع أيضاً، بأعمال استهلاكية كبيرة ومهمة ولكنها ليست يومية على سبيل المثال: شراء بيت، شراء سيارة، التسجيل للدراسة، السفر أو القيام برحلة وما شابه.

الاستنتاج الذي لا بد منه هو أننا مستهلكون على "مدار الساعة" (24/7)!! (أي 24 ساعة في اليوم و- 7 أيام في الأسبوع)

تتمة الأسئلة الموجهة:

- ? هل توافقون على هذا الاستنتاج؟ ما معنا هذا الاستنتاج؟
- ? هل هذا جيد في نظرك / سيئ في نظرك؟
- ? هل كونك مستهلكاً هو شيء ممتع؟ هل في كونك مستهلكاً طيلة الوقت توجد صعوبة ما؟
- ? متى تترك تجربة الاستهلاك طعماً أقل حلاوة؟

إجمال الفعالية:

- كلما تعاضمت وتيرة الأعمال الاستهلاكية التي نقوم بها، تزايدت احتمالات اصطدامنا بالجوانب غير اللطيفة لعالم الاستهلاك.

- هذا لا يعني أننا نصف الاستهلاك بأنه شيء سلبي، فهو جزء لا يتجزأ من حياتنا، ولكن علينا أن نتصرف عن وعي بوجود الخروقات الاستهلاكية. إضافة إلى ذلك – توجد في أيدينا، نحن المستهلكين، أدوات يمكنها أن تقلص الخروقات وأن تحسّن من قدرتنا على مواجهتها.
- هدفنا في هذا اللقاء: أن نتعرّف على حقوقنا كمستهلكين كما تتمثل في حياتنا اليومية.

القسم ب – فعالية مرحلية:

وصف الفعالية: أن نوجّه إلى المشتركين سؤال استطلاع الرأي الذي أجراه معهد جيوكارتوغرافيا بناء على طلب من المجلس الإسرائيلي للاستهلاك، وإحصاء الإجابات (سمعت/ لم أسمع). وعقد مقارنة بين "نتائج الاستطلاع داخل المجموعة" مع النتائج الحقيقية للاستطلاع.

سؤال رئيسي:

? يتضمّن قانون حماية المستهلك جوانب كثيرة من حقوقنا كمستهلكين. من منكم سمع قبل محادثتنا هذه عن قانون حماية المستهلك؟

نقاط مهمة يجب على المرشد التركيز عليها:

- **حول الاستطلاع:** لم يسأل المستجوبون إذا ما كانوا يعرفون عمّا ينصّ عليه القانون، بل إذا ما كانوا قد سمعوا فقط عن قانون حماية المستهلك، وإذا ما كان يمنح الحق، على سبيل المثال: في "إلغاء الصفقات خلال 14 يوماً من تاريخ عقدها". المعطى الأكثر أهمية الذي كشفت عنه نتائج الاستطلاع هو أن 44% من الجمهور لا يعرفون قانون حماية المستهلك ولا يفهمون دلالاته.
- **الخيار 1:** إذا كانت النتائج شبيهة بنتائج الاستطلاع الحقيقي – فإنّ ذلك يدل على أهمية اللقاء الذي هدفه توسيع معلومات المشتركين حول ما يتعلق بحقوقهم كمستهلكين وحول طرق مواجهة الخروقات التي تتوفر تحت تصرفهم في حالة حدوث أي انتهاك لهذه الحقوق.
- **الخيار 2:** إذا كانت النتائج في المجموعة أفضل من نتائج الاستطلاع الحقيقي - فإنّ ذلك يعني أن وضع المجموعة أفضل منه لدى كافة المواطنين. في إطار اللقاء يتعلم المشتركون من بعضهم عن طريق الحديث عن تجاربهم الشخصية الأمر الذي يعمّق معرفتهم بحقوقهم وبإمكانيات تصرفهم كمستهلكين حكيّمين يصرّون على حقوقهم ولا يفرّطون بها.
- **من المهم أن نذكر أمام المشتركين بأنهم مدعوّون طوال اللقاء إلى أن يشركوا زملاءهم بتجاربهم الشخصية.** صحيح أن اللقاء مبنيّ على المعلومات الواسعة المتوفرة في المجلس الإسرائيلي للاستهلاك فيما يتعلق بالحقوق الاستهلاكية، ولكن، هذه المعلومات ليست هي، بالطبع، كل شيء. للمشاركين أيضاً توجد تجاربهم في الحياة اليومية وهذه التجارب تساعد في تعلّمهم المشترك.

القسم ج – حقوق استهلاكية:

سير الفعالية:

- يقسم المشتركون إلى طواقم مباحثات، في إطار كل طاقم يبحثون حالة مختلفة من حالات انتهاك الحقوق الاستهلاكية، في مجالات رئيسية من المجالات التي يتناولها قانون حماية المستهلك، وذلك بواسطة قصة حالة تعرض مشكلة. يُعطى كل طاقم بطاقة (انظر الملحق 2) فيها قصة حالة مع أسئلة موجّهة لبحث القصة ومناقشتها. يجب تعيين مسؤول في كل طاقم يقوم بتسجيل النقاط الرئيسية التي تطرح.
- يقوم ممثل عن كل طاقم بعرض الحالة التي ناقشها الطاقم، أمام الصف بكامل هيئته، ويعرض الحل الذي رآه الطاقم مناسباً لهذه المشكلة/ المسألة.
- يجمل المرشد المناقشة ويعرض الحق ومركباته.
- من أجل إجمال الحقوق توزع أوراق المعلومات الملحّصة لكل حق.

نصائح للمرشد:

- اطلب من متطوعين أن يقرؤوا على أسماع المشتركين في المجموعة بطاقات الحالات.
- شجّع المشتركين على استخلاص الإجابات من الحالات التي اصطدموا بها.
- يمكن تلخيص الإجابات بواسطة التصوير وتسجيل النتائج على اللوح.
- من المهم أن يتجول المرشد بين الطواقم ويتأكد من أنّ الحالة والأسئلة واضحة ومفهومتان لهم.
- في حالة كون المجموعة كبيرة أكثر من اللازم، أو أن طريقة طواقم البحث غير مناسبة لهذا السبب أو ذاك، يستطيع المرشد أن يقرأ في كل مرة قصة حالة واحدة وبناء عليها يدير مناقشة في الصف بكامل هيئته بموجب الأسئلة الموجّهة.

الحالة رقم 1 – إظهار السعر على المنتج

قصة الحالة:

دخلت رانية إلى حانوت محطة الوقود لشراء قنينة ماء. على القنينة كانت رقعة كتب عليها السعر وهو 4.50 ش.ج. عندما توجهت إلى الصندوق لتدفع طلب منها أمين الصندوق مبلغ 6.50 ش.ج. لفتت رانية انتباه أمين الصندوق إلى السعر المسجل على القنينة. أجابها أمين الصندوق بأنّ السعر الذي على القنينة هو قبل التبريد، وبما أن القنينة باردة فإنّ ثمنها هو 6.50 ش.ج.

أسئلة للمناقشة في إطار الطاقم:

- ? علام ينصّ القانون؟ ما هو السعر الملزم؟
- ? في رأيك، أي السعرين – السعر المنخفض المسجل على القنينة أم السعر العالي الذي طلبه أمين الصندوق - يتوجب على رانية أن تدفع؟ من منهما على حق، في هذه الحالة، حسب رأيكم؟

? هل حدث مع أي شخص منكم مثل هذه الحالة؟ ماذا حدث عندها؟ هل كنتم تعرفون علامَ ينصّ القانون في هذا الموضوع؟ هل كنتم تعلمون بوجود نص قانوني حول هذا الموضوع؟

بعد أن يعرض الطاقم الذي ناقش هذه الحالة التفاهات التي طرحت خلال المناقشة بينهم يقوم المرشد بتلخيص الموضوع:

- قانون حماية المستهلك يلزم البائع بوضع أو تسجيل السعر على المنتج نفسه.
- على السعر المسجّل أن يشمل كل مركبات السعر: الضريبة المضافة، رسوم وإضافات لا بد منها، مثل الرهن مقابل العبوة لقناني المشروبات.
- إذا كان السعر المسجّل على المنتج أقلّ من سعره في الصندوق من حق المستهلك أن يطلب دفع هذا السعر (المنخفض). السعر الذي على المنتج يكون ملزماً فقط في حالة كان السعر في الصندوق أعلى!
- هذا يعني أنّ رانية كانت على حق عندما لفتت انتباه البائع إلى السعر المسجّل على القتينة، ومن حقها بحسب القانون أن تصرّ على أن تدفع السعر الأرخص المسجّل على القتينة التي تناولتها من التلاجة.
- الهدف هو منع التضليل، لأنّ المستهلك العادي يفترض أن الرقعة التي على المنتج هي الملزمة. لذلك إذا طلب منه أن يدفع أكثر من ذلك عند وصوله إلى الصندوق فإنّ القانون ينص بصراحة بأنّ السعر الذي على المنتج هو الملزم.

الحالة رقم 2 – الكفالة وتقديم الخدمة بعد الشراء قصة الحالة:

اشترى عيد جهاز Mp3 بمبلغ 160 ش. ج. بعد نصف سنة تعطل الجهاز. اتصل عيد بقسم خدمة العملاء للحانوت التي اشترى منه الجهاز، فقيل له بأنّ الشيء الوحيد الذي يمكنه عمله هو إرسال الجهاز للتصليح وبأنه يتوجب عليه أن يتحمل تكاليف هذا التصليح.

أسئلة للمناقشة في إطار الطاقم:

- ? علامَ ينصّ القانون؟ هل يتوجب على عيد أن يدفع مقابل التصليح؟
- ? هل من حق عيد أن يطلب تصليح جهازه بدون مقابل أم انه ملزم بأن يدفع مقابل التصليح بحسب السياسة التي ينتهجها صاحب الحانوت؟
- ? أيهما على حق في هذه الحالة، حسب رأيكم؟
- ? هل حدث مع أي شخص منكم مثل هذه الحالة؟ ماذا حدث عندها؟
- ? هل كنتم تعرفون علامَ ينصّ القانون في هذا الموضوع؟ هل كنتم تعلمون بوجود نص قانوني حول هذا الموضوع؟

بعد أن يعرض الطاقم الذي ناقش هذه الحالة التفاهات التي طرحت خلال المناقشة بينهم يقوم المرشد بتلخيص الموضوع:

الحق:

- في سنة 2006 دخلت حيز التنفيذ أنظمة قانون حماية المستهلك "الكفالة وتقديم الخدمة بعد البيع" التي تنطبق على الأجهزة الكهربائية والإلكترونية والغاز الجديدة التي ثمنها أكثر من 150 ش.ج.
- تنص هذه الأنظمة على أنه عند شراء منتج من هذه الأنواع يجب على صاحب المصلحة أن يزود المستهلك بكفالة لمدة سنة من يوم الشراء/ التركيب/ الإرشاد (بحسب المتأخر من بينها).
- المصلحة التجارية ملزمة بتزويد المستهلك بكفالة.

لاصقات كفالة:

- بتاريخ 1.6.2012 دخل حيز التنفيذ مفعول التعديل على قانون حماية المستهلك والذي ينص على أن بائع الأجهزة الكهربائية أو الإلكترونية ملزم بتزويد المستهلك بملصق كفالة بالإضافة إلى الكفالة الخطية. هدف القانون هو منع حدوث الحالة التي فيها لا يستطيع المستهلكون استغلال الكفالة على المنتج الذي اشتروه بسبب ضياع الكفالة الخطية. يجب أن تكون اللاصقة من النوع الذي لا يمكن تزييفه أو نقله إلى جهاز آخر.
- لاصقة الكفالة ليست بديلا عن الكفالة الخطية. بل تعطى للمستهلك بالإضافة إلى الكفالة الخطية ويمكنه استعمالها في حالة ضياع الكفالة الخطية أو تلفها. ولهذا الأمر أهمية كبيرة عندما يكون الحديث عن كفالة تستمر لفترة طويلة.

في حالة حدوث خلل في الجهاز

- ينص القانون على أنه يجب على المنتج/ المستورد تصليح أي خلل يظهر في المنتج/ الجهاز وتبديل القطع التالفة بأخرى سليمة طوال فترة الكفالة بدون أي مقابل يدفعه المستهلك (إلا إذا اتضح أن مصدر الخلل هو إلحاق المستهلك ضررا مقصودا بالجهاز. في هذه الحالة يقع عبء/ مسؤولية الإثبات على المنتج/ المستورد).
- في الحالة التي يتعدّر فيها تصليح الجهاز، على المصلحة التجارية أن تزود المستهلك بجهاز مماثل أو مشابه بنفس الجودة والسعر.
- وإذا تعدّر على البائع تبديل الجهاز: يستطيع العميل إلغاء الصفقة واسترداد المبلغ الذي دفعه أو خصم تكلفة تصليح الخلل من ثمن الجهاز.
- يحق للمستهلك أن يطلب تعويضا عن الأضرار غير المباشرة، مثل تلف المواد الغذائية (الثلاجة) تلف ملابس (غسالة) وما شابه.

- في الحالة التي أمامنا من حق عيد الحصول على التصليح مجاناً (بدون مقابل). إذا كان الحانوت الذي باع الجهاز لا يستطيع تصليحه عليه تزويد المستهلك بجهاز MP3 جديد مماثل للجهاز الذي اشتراه، أو بجهاز آخر من نوع آخر وبجودة مشابهة أو بسعر مشابه.

الحالة رقم 3 – صفقة مع بائع متجول

قصة الحالة:

بينما كان الزوجان ضياء وسارة يشاهدان نشرة الأخبار المركزية قرع باب بيتهم بائع متجول عرض عليهما شراء مكنسة كهربائية. تحمس الزوجان من العرض الذي قدمه لهما البائع لعمل المكنسة ومن إمكانية الدفع بأقساط مريحة، فوقعا على الطلب ودفعا. زودهم البائع بالجهاز وانصرف. في الصباح، قالت سارة لزوجها بأن المكنسة لا تعجبها وبأنها تشعر بأن الثمن كان باهظاً. قرر الزوجان إعادة المكنسة وإلغاء الصفقة.

أسئلة للمناقشة في إطار الطاقم:

- ? علام ينص القانون؟ هل يستطيع ضياء وسارة إلغاء الصفقة وإعادة المكنسة؟
- ? من على حق، حسب رأيكم، في هذه الحالة؟
- ? هل حدث مع أي شخص منكم مثل هذه الحالة؟ ماذا حدث عندها؟
- ? هل كنتم تعرفون علام ينص القانون في هذا الموضوع؟ هل كنتم تعلمون بوجود نص قانوني حول هذا الموضوع؟

بعد أن يكون الطاقم الذي ناقش قصة الحالة هذه قد عرض التفاهات التي طرحت خلال المناقشة أمام المجموعة كلها، يقوم المرشد بتوجيه أسئلة خاصة إلى الصف بكامل هيئته من أجل توضيح قضية الشراء من

بائع متجول:

- ? ما هو المميّز والخاصّ في هذه الحالة الموصوفة هنا؟ هل توجد هنا مميّزات مختلفة عما في الحالتين السابقتين؟

- ? ما أوجه الاختلاف بين ظروف الشروء/ الصفقة التي قام بها ضياء وسارة بالمقارنة مع المشتريين الآخرين اللذين تحدثنا عنهما؟ ما هي المشاعر التي من المحتمل أن يشعروا بها عندما يكون البائع في بيتهما؟
- ? هل الاختلاف في هذه المميّزات يبرر – حسب رأيك – تعاملًا مختلفًا للقانون معها؟

نصائح للمرشد:

- انتبهوا إلى أن البائع المتجول عقد الصفقة في مكان لا ينطبق عليه التعريف مصلحة تجارية. وهذا يعني أن البائع ليس جزءاً من مصلحة تجارية محسوسة، أي مكان يمكن التوجّه إليه بشكل ملموس ومحسوس فعلاً. هذا الأمر يحول الصفقة إلى أكثر تعقيداً وغير موثوقة من ناحية المشتري.

- بما أن الصفقة تتم داخل بيت الزبون، يزداد الضغط على العميل لأن يشتري ولا يخيب ظن البائع، كما يجد صعوبة في عدم القيام بعقد الصفقة ويطلب أن ينصرف البائع من بيته. في مثل هذه الحالة لا يستطيع المستهلك مغادرة الحانوت إذا لم يعجبه شيء ما، بل عليهما أن يقنعا البائع بأن ينصرف ويغادر منزلهما.

يجمل المرشد الموضوع:

- الحالة الموصوفة هي حالة عقد صفقة مع بائع متجول وأن القانون يتعامل مع هذا النوع من الصفقات بشكل خاص.
- البائع المتجول هو إنسان يعرض عليّ شراء منتجات أو خدمات ليس في إطار حانوت أو مصلحة تجارية (البيع من بيت إلى آخر، وكيل مبيعات يعرض عليّ بضاعته في الشارع، سوق أو معرض لمرة واحدة وما شابه).
- غالباً ما يكون الحديث عن منتجات مثل: خدمات هواتف خليوية (محمولة)، مكائن كهربائية، مستحضرات تجميل، كتب، خدمات طوارئ طبية، وكذلك، الفنيّ الذي يحضر لتشغيل الغسالة ويعرض على العميل شراء عربة لجر الغسالة أو خدمات صيانة وما شابه.
- في الصفقة مع بائع متجول ظروف تنفيذ الصفقة تختلف عن الظروف العادية عند الشراء من الحانوت لأنّ الصفقة تعقد خارج حانوت أو مصلحة تجارية. في هذا النوع من الصفقات لا يوجد بالضرورة عنوان ملموس لحانوت يمكن اللجوء إليه في المستقبل عند الحاجة. كما أن هؤلاء الباعة المتجولين يستخدمون أساليب تسويق عنيفة جداً. هذه الظروف تتضمن الشكّ في الباعة وضغطا تسويقيا ولذلك فإنّ القانون يتعامل مع هذا النوع من الصفقات بشكل خاصّ من أجل التخفيف على المستهلكين.

الحقّ

- يمكن إلغاء صفقة عقدت مع بائع متجول خلال 14 يوماً من يوم توقيع الصفقة أو من يوم استلام المنتج بحسب المتأخر منهما. مع إلغاء الصفقة يتوجب على البائع المتجول أن يعيد إلى المستهلك المبلغ الذي دفعه (أو إلغاء الصفقة بواسطة بطاقة الاعتماد).
- يجب إعادة المنتج إلى البائع في المكان الذي سلّم فيه (أي إذا سلّم الجهاز للمستهلك في بيته على البائع المتجول أن يحضر إلى بيت المستهلك لاستلام المنتج).
- إذا كان الحديث عن خدمة طويلة الأمد (مثل اشتراك في جريدة، أو اشتراك في كوابل تلفزيون أو اشتراك في محطات تلفزيون فضائية (قمر اصطناعي، أو اشتراك في خدمة هواتف خليوية) يحق للمستهلك إلغاء الصفقة خلال 14 يوماً. وإذا كان المستهلك قد بدأ بالحصول على الخدمة عليه أن يدفع بشكل نسبي مقابل ما استهلك من الخدمة. إضافة إلى ذلك يحق للبائع أن يطلب مبلغاً أقصاه 100 ش.ج. مقابل تركيب المنتج والذي تمّ قبل إلغاء الصفقة.

- وإذا كان الحديث عن خدمة لمرة واحدة – يحق للعميل إلغاء الصفقة خلال 14 يوما قبل تقديم الخدمة!
- أي أنه، لسارة وزوجها ضياء اللذين تراجعوا عن عقد الصفقة في صبيحة اليوم التالي الحق الكامل في إلغاء الصفقة واسترداد المبلغ الذي دفعاه كاملا. وعلى البائع أن يحضر إلى بيتهما (مكان تسليم المنتج) لاستلام المكنسة الكهربائية.
- أمّا إذا شملت الصفقة عملية تركيب للجهاز (مثل، تركيب صحن لالتقاط البث التلفزيوني من قمر اصطناعي) يحق للبائع أن يطالب بتكاليف التركيب ولكن بشرط ألا يزيد هذا المبلغ عن 100 ش.ج.

الحالة رقم 4 – البيع عن بُعد

قصة الحالة:

مع ورقة تفصيل حساب بطاقة الاعتماد وصل إلى بيت ماجدة كتالوج منتجات معروضة للبيع. بواسطة مكالمة تلفونية اشترت ماجدة حاسوبا نقالا. عندما تسلمت الحاسوب بواسطة البريد تفاجأت بأن الحاسوب الذي وصلها يختلف عن الحاسوب الذي في الصورة التي شاهدتها في الكتالوج. عندما راجعت، تلفونيا، مندوب الخدمة في الشركة التي اشترت منها الحاسوب قيل لها بأنها إذا قررت إلغاء الصفقة فستضطر إلى دفع مبلغ 150 ش.ج. بدل إلغاء.

أسئلة للمناقشة في إطار الطاقم:

- ? علام ينص القانون؟ هل تستطيع ماجدة إعادة الحاسوب إلى الشركة؟
- ? من، حسب رأيكم، على حق في هذه الحالة؟ هل يتوجب عليها أن تتحمل أية مصاريف؟
- ? هل حدث مع أي شخص منكم مثل هذه الحالة؟ ماذا حدث عندها؟
- ? هل كنتم تعرفون، وقتها، علام ينص القانون في هذا الموضوع؟ هل كنتم تعلمون بوجود نص قانوني حول هذا الموضوع؟

بعد أن يكون الطاقم الذي ناقش قصة الحالة هذه قد عرض التفاهات التي طرحت خلال المناقشة أمام

المجموعة كلها، يقوم المرشد بتوجيه أسئلة موجّهة في قضية البيع عن بُعد :

- ? ما الخاصّ والمميّز في الحالة الموصوفة هنا؟ هل توجد هنا مميزات تختلف عنها في الحالات السابقة؟
- ? بمّ يختلف وضع ماجدة عن وضع المشتريين الذين يشترون نفس المنتج من الحانوت العادي؟
- ? ما هي المشاكل التي يمكن أن تثور عند الشراء عن طريق كتالوج / موقع انترنت / التسويق التلفوني؟
- ? هل الاختلاف في هذه الميزات يبررّ – حسب رأيك – تعاملًا مختلفًا للقانون معها؟

نقاط مهمة يجب على المرشد التركيز عليها :

- انتبهوا إلى انه في هذه الحالة استندت ماجدة في اختيارها على المواصفات الفنية للمنتج وعلى صورته. في مثل هذه الحالة عقدت ماجدة (وكل واحد منا) صفقة شراء "عمياء". فهي لم ترَ المنتج ولم تتفحصه بشكل ملموس قبل اتخاذها القرار بالشراء، كما أن الصفقة لم تتم بحضور الطرفين.

يجمل المرشد الموضوع:

- يجب التأكيد على مسامح المشترين على أن الحالة الموصوفة هي حالة بيع عن بُعد، وهي صفقة منحها القانون تعاملًا خاصًا.
- صفقة البيع عن بُعد هي عبارة عن عقد صفقة (حول منتج/ خدمة)، بدون حضور مشترك لطرفي الصفقة التي عقدت في أعقاب عملية "تسويق عن بعد".
- "التسويق عن بعد" هو توجُّه التاجر إلى المستهلك عن طريق البريد، التلفون، الراديو، التلفزيون، وسائل الاتصال الإلكترونية، الفاكس، الكاتالوجات، الإعلانات وكذلك مجرد عرض منتج في موقع التاجر أو المصلحة التجارية على موقعه على الإنترنت.
- تنبيه! البيع عن طريق الإنترنت يعتبر دائماً تسويقاً عن بعد، ولذلك يتم تعريفه على أنه صفقة بيع عن بعد، بغض النظر إذا كان الموقع قد أرسل إلينا إعلاناً أو أننا زرنا الموقع بمبادرة منا وبمحض إرادتنا.
- البيع عن بعد يشمل مميزات تختلف عن مميزات الصفقة "العادية" التي تعقد في الحانوت، وذلك، في الأصل، لأنّ جميع معلوماتنا عن المنتج متعلقة بالمعلومات التي اختار المعلن أن يزودنا بها وبالطريقة التي اختار أن يعرض فيها هذا المنتج دون أن تتوفر لنا إمكانية فحص المنتج بشكل محسوس.
- هذه المميزات تتيح المجال أمام تضليل المستهلك بشكل خطير. ولذلك فإنّ القانون يتعامل مع هذه الصفقات بشكل خاص، بهدف حماية المستهلكين وهم يواجهون معلومات محدودة وناقصة الناجمة عن مجرد فكرة الشراء عن بعد.
- من المهم أن نؤكد أن ما نقوله هنا لا يعني أن البيع عن بعد هو طريقة شراء غير جيدة. بل على العكس، في كثير من الحالات يمكن أن يوفر البيع عن بعد إمكانيات شراء أسرع وأنجع وأرخص، دون أن نتعرض للكثير من الإغراءات. الهدف من القانون ومناقشته هو التأكد من أننا نعرف الحقوق التي تحمينا من الوقوع الخروقات التي وصفناها كما وتمكننا من أن نستهلك بحكمة.

الحق:

- **نموذج الاستكشاف:** عند القيام بصفقة بيع عن بعد على البائع أن يسلم المستهلك مستند استكشاف يشمل التفاصيل التالية:

تفاصيل البائع، مواصفات المنتج/ الخدمة، الثمن وشروط الدفع، الكفالة، الفترة التي يكون فيها العرض ساري المفعول، الحق في إلغاء الصفقة – أي معلومات حول حق المستهلك في أن يلغي الصفقة والطريقة التي يمكنه بواسطتها القيام بذلك.

- آخر موعد لتسليم نموذج الاستكشاف الخطي هو موعد تسليم المنتج أو تقديم الخدمة.
- هدف نموذج الاستكشاف هو تزويد المستهلك بمستند واحد ووحيد يشمل جميع التفاصيل التي على المستهلك أن يعرفها قبل إتمام الصفقة، وذلك من أجل تقليص شكوك المستهلك. هذا المستند هو مستند خاصّ بنوع صفقات البيع عن بعد!

● إلغاء الصفقة: شروط إلغاء الصفقات تختلف بحسب نوع الصفقة.

- عند شراء منتج يمكن إلغاء الصفقة خلال 14 يوما من يوم استلام المنتج أو نموذج الاستكشاف (المتأخر من بينهما)
- عند شراء خدمة مستمرة: (اشتراك في جريدة، اشتراك في كوابل تلفزيون/ بث تلفزيوني فضائي، اشتراك في موقع للتعرف) خلال 14 يوما من استلام المنتج/ نموذج الاستكشاف وحتى إذا كان قد بدأ تقديم الخدمة.
- عند شراء خدمة لمرة واحدة (تصليح منتج/ جهاز، تنظيف سجادة، تصوير مناسبة، ترجمة وثيقة): يمكن إلغاء الصفقة خلال 14 يوما من موعد تنفيذ الصفقة شريطة أن يبقى يومان على الأقل على موعد تقديم الخدمة.
- في صفقات لشراء خدمات سياحة واستجمام ونقاهاة: يمكن الإلغاء خلال 14 يوما من موعد عقد الصفقة شريطة أن تكون قد بقيت 7 أيام على الأقل على تقديم الخدمة.

● رسوم الإلغاء:

- إذا كان سبب إلغاء الصفقة هو وجود عيب في المنتج أو وجود عدم تطابق بين ما طلبه العميل وبين ما وصله من البائع، المستهلك غير مكلف بدفع رسوم إلغاء، ومصاريف إعادة المنتج تكون على حساب التاجر.
- عند إلغاء الصفقة لأي سبب آخر تكون رسوم الإلغاء محددة بنسبة 5% من قيمة الصفقة أو بمبلغ 100 ش.ج. (الأقل من بينهما)، ومصاريف إعادة المنتج إلى المصلحة التجارية/ الحانوت تكون على حساب المستهلك.
- يحافظ القانون في هذه الحالة على التوازن: من جهة أولى يحدد رسوم الإلغاء التي يحق للتاجر جبايتها من المستهلك وذلك لكي لا نتردد ولا نخاف، نحن المستهلكين، في أن نتراجع إذا اشترينا شيئا ما عن طريق الشراء عن بعد واثّض أنه لا يتلاءم مع توقعاتنا. ومن جهة أخرى يهتم القانون بالمحافظة على

جدوى التجارة عن بعد بالنسبة للتجار والبائعين، وذلك عن طريق فرض رسوم إلغاء إذا لم يكن المنتج معطوبا أو غير المطلوب.

- اشترت ماجدة الحاسوب عن طريق الكتالوج الذي وصلها بالبريد مع ورقة حساب بطاقة الاعتماد - هذه هي عملية تسويق عن بعد محضة، لذلك من حقها أن تلغي الصفقة. الصفقة نفسها عقدتها ماجدة بواسطة التلفون، ولذلك فإنّ هذه الصفقة هي صفقة بيع عن بعد. تستطيع ماجدة استعمال نموذج الاستكشاف والكتالوج الذي بناء عليه طلبت الحاسوب لكي تثبت بدون أي مشكلة وجود فرق بين المنتج الذي في الكتالوج والمنتج الذي وصلها فعلا. في هذه الحالة يمكنها إلغاء الصفقة بدون غرامة إلغاء، في هذه الحالة يتوجب على الشركة الحضور لاستلام المنتج من بيت ماجدة.
- يجب أن نؤكد على مسامح المشترين أهمية المحافظة على توثيق الصفقة حتى تسلم المنتج أو الخدمة - أي الاحتفاظ بالكتالوج أو الإعلان اللذين بسببهما قررنا شراء المنتج. من المهم التأكد من أن جميع تفاصيل الصفقة كما تم الاتفاق عليها شفها موجودة في نموذج الاستكشاف.

إجمال القسم ب:

- هدف قوانين الاستهلاك هو جسر الهوة في القوى بين التاجر والمستهلك. سيكون هناك دائما من يخالفون القانون وسيكون هناك دائما من يستغلون حالات جديدة قبل سن القوانين الملائمة. لذلك من المهم أن نعرف حقوقنا وأن نصر عليها وألا نتنازل عنها.
- ينتبه المشرع بشكل خاص إلى حالة البيع عن بعد وحالة الباعة المتجولين هاتين الحالتين اللتين يكون فيهما المستهلك في موقف ضعيف أمام التاجر.
- في صفقة البيع عن بعد: لا يرى المستهلك المنتج رأي العين بل يعتمد على صورته أو على كلام البائع.
- في صفقة مع بائع متجول: يمكن أن يختفي البائع إذ أنه لا يوجد له عنوان ثابت. في حالة عدم رضا المستهلك عن المنتج أو تراجع عن الشراء وأراد إلغاء الصفقة من المحتمل أن تكون هناك مشكلة.

القسم د - طرق مواجهة الخروقات الاستهلاكية

وصف الفعالية :

- المرحلة 1 :** على أرضية الغرفة منثورة أقوال متنوعة تصف طرقا مختلفة لمواجهة الخروقات الاستهلاكية. يعطى المشتركون عدة دقائق للتجول بين الأقوال. يقف كل مشترك إلى جانب القول الذي يتماهى (يوافق) معه أكثر من غيره. يجمع المرشد عدد المشترين الذين وقفوا إلى جانب كل قول ويسجل النتيجة على اللوح.
- المرحلة 2: التجمّع وعرض الاختيارات خلال المناقشة.** يطلب المرشد من متطوعين أن يشرحوا أو يبرروا اختيارهم للقول ولماذا حسب رأيهم يعتبر القول وسيلة مهمة في مواجهة الخروقات الاستهلاكية.

الأقوال وأسئلة موجّهة للمناقشة:

• التعرف على المصالح التجارية التي تخترق القوانين.

? كيف يمكن لهذا أن يساعد، حسب رأيكم؟

? لماذا من المهم بالنسبة إليّ، كمستهلك، أن أعرف المصالح التجارية التي تسيء إلى المستهلكين وتستهلكهم؟

? ما الذي يمكنني فعله بهذه المعلومات؟

? هل تطبقون ذلك، فعلا، في حياتكم اليومية؟

• أبادل مع بينتي القريبة (العائلة، الأصدقاء) الخروقات الاستهلاكية التي تواجهني.

? لماذا من المهم أن نطلع محيطنا/ بينتنا القريب على ما اصطدنا به من خروقات استهلاكية؟

? ما هي الطرق التي تتوفر لنا من أجل الحديث (إطلاع الآخرين) عن هذه الخروقات (المحادثات، الفيس بوك،

البريد الإلكتروني - الإيميلات)؟

? ما رأيكم في إشراك الآخرين في الأخطاء الاستهلاكية التي وقعتم فيها (على سبيل المثال: اشترتيم شيئا في

إطار حملة تنزيلات وبعد ذلك اتضح لكم بأن ذلك لم يكن مجديا اقتصاديا بالمرّة)؟

? هل هذه هي أداة بواسطتها يمكننا أن نتعلم وأن نعلم الآخرين (الأبناء، الوالدين، العائلة الموسّعة، الزملاء في

العمل)؟

? هل منكم من يقوم بذلك فعلا؟ هل تتصورون أنكم ستبدؤون بالقيام بذلك؟

• معرفة الأجسام والهيئات والمؤسسات التي تساعد وتقديم التقارير إليها حول الخروقات الاستهلاكية.

? كيف نقوم بذلك؟ لمن نتوجّه؟ ما الذي نتوقعون أن يوفّره / يحققه لكم هذا التوجّه؟

? هل الهيئات الرسمية هي دائما العنوان؟ بمّ تتعلق قدرة هذه الهيئات على مساعدتنا؟

? ما هي مسئوليتنا، كمستهلكين، تجاه أنفسنا؟

• معرفة ما هي حقوقي وما هو من حقي أن أطلب به.

? لماذا احتاج إلى ذلك؟ ماذا أستفيد من كل هذه المعلومات؟

? هل يمكنكم أن تشيروا إلى شيء ما تعلمتموه في لقاء اليوم والذي معرفتكم له كانت ستمنع خرقا استهلاكيا

مورس ضدكم؟

? أي أدوات موجودة تحت تصرفنا للتعرف على حقوقنا؟

• أن أعرف كيف أصرّ على حقي وأن أطلب بحقوقى بشكل عملي.

? كيف نقوم بذلك؟ أعطوا أمثلة. لماذا هذا الشيء مهم إلى هذه الدرجة؟

? ما الفرق بين هذا القول والقول السابق " أن أعرف ما هي حقوقي وما الذي يحق لي أن أطلبه "؟

• أن أتذكّر توثيق مشترياتي.

? ما الذي يعنيه توثيق المشتريات؟ وكيف نقوم بذلك؟ ما هي أهمية ذلك؟

نقاط مهمة يجب على المرشد التركيز عليها فيما يتعلق بالأقوال المختلفة:

- **التعرف على أصحاب المصالح التجارية الذين يرتكبون الخروقات الاستهلاكية:** تكمن قوتنا كمستهلكين في قدرتنا على اختيار بدائل أخرى... إذا كانت المصلحة التجارية لا تسلك بشكل صحيح وترفض تصليح مسلكها وتصرفاتها يمكنكم كمستهلكين أن تقرروا: من هذه المصلحة نحن لا نشترى!! إذا كانت هناك مصلحة لا تحترم – حسب رأيكم – حقوقكم كمستهلكين فإن أول عمل يمكنكم القيام به هو – من هنا نحن لا نشترى!
- **إشراك البيئة القريبة:** إذا أشرك بعضنا بعضنا الآخر في الخروقات الاستهلاكية التي نتعرض لها أو في الأخطاء الاستهلاكية التي ارتكبتها سنتمكن من أن نتعلم وأن نتطور من ناحية تسيير أمورنا كمستهلكين. نحن – في المجلس الإسرائيلي للاستهلاك – نعتقد أنه من المفيد أن نتعلم من تجارب غيرنا. لذلك نقوم بنشر شكاوى المواطنين. نحن نعتقد أن معرفة هذه الشكاوى يستفيد منها الجمهور الواسع، لذلك نحن نشجع الجميع على القيام بذلك. أنتم أيضاً كأشخاص خصوصيين يمكنكم القيام بذلك بشكل دائم ويومياً بواسطة الفيس بوك على سبيل المثال، أو من خلال المحادثات مع الأصدقاء أو أفراد العائلة. إذا قمتم باختيار استهلاكي غير ناجح أو اصطدمتم بمصلحة تخرق القوانين وتستغل المستهلكين احكوا عن ذلك لبيئتكم القريبة (الأشخاص القريبين منكم). وبذلك تساعدونهم على عدم الوقوع في نفس الخطأ أو أن يقعوا ضحايا لهذه الخروقات.
- **التعرف على الهيئات المساعدة:** المجلس الإسرائيلي للاستهلاك هو جسم كبير مجرب ومهني قادر على أن يرشد ويوجه ويقدم المشورة وأن يرافق في حالات حدوث خروقات استهلاكية. من المهم أن نتعرف على المساعدات التي يستطيع المجلس الإسرائيلي للاستهلاك أن يقدمها فيما يتعلق بتمثيل المستهلكين وفي الوساطة بينهم وبين أصحاب المصالح التجارية. تذكروا انه يوجد لكم كمستهلكين نصيب كبير جداً في تحقيق النجاحات والانجازات. إذا توجّهتم إلى المجلس الإسرائيلي للاستهلاك – احتفظوا بتوثيق للحالة (إيميلات، كتالوجات، تفاصيل من موقع على الانترنت، اتفاقيات، عقود وما شابه). كلما توفر لكم توثيق أكبر كان من السهل أكثر مساعدتكم.
- **التعرف على الحقوق الاستهلاكية:** اللقاء اليوم هو عبارة عن تذوق فقط من المجال المهم مجال حقوقنا الاستهلاكية. هدف هذا اللقاء هو إطلاعكم على الموضوع وتزويدكم بقاعدة معلومات يمكنكم الاستمرار في تنميتها وتطويرها وتوسيعها بقواكم الذاتية. حالياً المعلومات متوفرة أمام الجميع. الأدوات الرئيسية لتجميع المعلومات هي قنوات الإعلام والانترنت وهذه تتناول هذا الموضوع بشكل غير قليل. مصدر مهم وغني بالمعلومات هو موقع المجلس الإسرائيلي للاستهلاك. فيه يمكنكم أن تتعرفوا على حقوقكم بحسب المواضيع المختلفة بواسطة مرشدي الاستهلاك الموجودين في الموقع، كما يمكنكم أن تستعينوا بنماذج الخروقات التي انتهت لصالح المستهلكين الذين اشتكوا، كذلك يمكنكم أن تجدوا نماذج للتوجه – إذا كنتم معنيين بالحصول

على معلومات أو مساعدات ممن يقومون بمعالجة الشكاوى التي تقدم إلى المجلس الإسرائيلي للاستهلاك.
(نوصي، قدر الإمكان، بالقيام بعرض نموذجي لموقع المجلس الإسرائيلي للاستهلاك على الانترنت).

- **الإصرار على الحقوق وعدم التفريط فيها:** في نهاية المطاف نحن أفضل من يساعد أنفسنا. كما لاحظتم، بلا شك، لن نتجاءوا إلى التوجه بالشكاوى إلى الجهات الرسمية على كل خرق قامت بها المصلحة. في كثير من الحالات حتى نتمكن من تجنب الخروقات يكفي أن نصرّ وندأوم على المطالبة بحقنا بحزم حتى نلزم صاحب المصلحة على التصرف معنا حسب القانون (أفضل مثال على ذلك هو الفرق في السعر بين ما هو مسجل على المنتج وما هو مسجل في الصندوق). تذكروا - الاستهلاك الحكيم لا يتمثل في أن نعرف حقوقنا فحسب بل في أن نعرف كيف نطالب بها أيضاً!!
- **توثيق المشتريات:** من المهم أن نتذكر أننا عندما نقوم بعقد صفقة ما فإننا نستند على معلومات وصلتنا عن طريق إعلان معين بدون أن تتوفر لنا إمكانية تفحص المنتج أو الخدمة بشكل عملي ولموس. لذلك من المهم الاحتفاظ وتوثيق المعلومات التي وصلتنا بغض النظر إن كان ذلك إعلان أعطي لنا في الحانوت نفسه أو وصلنا عن طريق الانترنت أو عن طريق كتالوج أو بوعود قيلت لنا شفهيًا. احرصوا على الاحتفاظ بالاتفاقيات / العقود والإعلانات التي أدت إلى عقد الصفقة وما شابه، وبشكل خاص عندما يكون الحديث عن مشتريات غالية الثمن. إذا وجدنا فرقا بين ما وعدنا به وبين ما حصلنا عليه في الواقع يمكننا أن نثبت وجود هذه الفجوة وستوفر لنا قاعدة جيدة للتفاوض مع البائع / المصلحة أو قاعدة لأدلة ثبوتية في حالة أردنا الاستعانة بجهات رسمية أو بإجراءات قضائية.

القسم هـ - إجمال الفعالية

نصائح للمرشد للإجمال:

- الاستهلاك هو جزء مركزي من حياتنا اليومية. نحن مستهلكون "على مدار الساعة" وأحيانا عندما لا نكون واعين لذلك.
- تعلمنا أن حوالي نصف المواطنين في إسرائيل غير واعين لحقوقهم الاستهلاكية مع أن الخروقات الاستهلاكية هي ظاهرة شائعة جدًا.
- كان هدفنا اليوم هو الإطلاع على عدد من القضايا الاستهلاكية كثيرة الانتشار، من أجل تعميق المعرفة وتعزيز القاعدة التي يركز عليها كل واحد منا لكي يتصرف بحكمة عند الحاجة.
- من أجل توسيع معرفتكم وحمائتكم من الخروقات الاستهلاكية لا تقبلوا الأمور على عواهنها (بدون فحص وتمحيص).
- المستهلك الحكيم هو المستهلك الذي يفحص ويهتم ويتعرف على حقوقه وبالذات عندما يصطدم بحالة يشعر فيها بأنهم لم يتعاملوا معه بنزاهة وصدق.

• المستهلك الحكيم هو المستهلك الذي يستعمل معرفته من أجل الإصرار على حقه والحصول على كل ما يحق له في حالة حصول خرق استهلاكية. لن ننجح دائما في الإقناع، ولكن من المهم أن نعرف بأنّ جزءا من قوتنا كمستهلكين يكمن في الخيار عدم الشراء من المكان الذي ينتهك القانون ويهضمنا حقوقنا بشكل واع ومتعمّد.

نوزّع على المشتركين - نصائح للاستهلاك الحكيم من إعداد المجلس الإسرائيلي للاستهلاك.

ملحق رقم 1- نموذج لجدول أعمال مع تحليل

مثال على جدول أعمال:

أستيقظ في الصباح، أغتسل.
أحضّر الطعام لأتناوله خلال النهار.
أحضر فنجان قهوة أحمله معي إلى السيارة.
أسافر باتجاه محطة القطر، أوقف سيارتي في الموقف واستقلّ القطر إلى مكان عملي.
عند حلول استراحة الظهر أخرج لشراء وجبة غداء.
أتحدّث مع زوجي خلال النهار بواسطة الهاتف الخليوي لأطمئن عليه.
أعود من العمل إلى البيت بواسطة القطر
أحضّر وجبة العشاء.
أذهب إلى غرفة اللياقة البدنية/ أشاهد التلفاز/ أخرج لمشاهدة فيلم سينمائي/ أتناول وجبة عشاء في مطعم/ أقضي
السهرة مع أصدقاء.
أوي إلى فراشي. تصبحون على خير ☺

تحليل جدول الأعمال:

تشغيل التدفئة – ادفع مقابل الكهرباء
الحمام وفرش الأسنان – أدفع مقابل الماء
المواصلات – ادفع مقابل توقيف السيارة في الموقف، وثمان تذكرة السفر بالقطر
وجبة الغداء – ادفع مقابلها في المطعم
مكالمات بواسطة الهاتف الخليوي – أدفع لشركة الهواتف الخليوية
العودة إلى البيت – ادفع ثمن تذكرة القطر
غرفة لياقة بدنية – ادفع لنادي اللياقة البدنية
مشاهدة التلفاز – أدفع لشركة الكوابل أو لشركة الأقمار الاصطناعية (الفضائيات)
السمر والتسلية – أدفع لصاحب المصلحة
أما النوم – فهو مجاناً ☺

الحالة رقم 1 – عرض السعر على المنتج

قصة الحالة:

دخلت رانية إلى الحانوت في محطة الوقود لشراء قنينة ماء. على القنينة كانت رقعة كتب عليها السعر وهو 4.50 ش.ج. عندما توجهت رانية إلى الصندوق لتدفع طلب منها أمين الصندوق مبلغ 6.50 ش.ج. لفنت رانية انتباه أمين الصندوق إلى السعر المسجل على القنينة. أجابها أمين الصندوق بأنّ السعر الذي على القنينة هو قبل التبريد، وبما أن القنينة باردة فإنّ ثمنها هو 6.50 ش.ج.

على ضوء قصة الحالة ناقشوا الأسئلة التالية:

- علام ينصّ القانون؟ ما هو السعر الملزم؟
- في رأيك، أيّ السعريين – السعر المنخفض المسجل على القنينة أم السعر العالي الذي طلبه أمين الصندوق – على رانية أن تدفع؟ من منهما على حق، في هذه الحالة، حسب رأيكم؟
- هل حدث مع أي شخص منكم مثل هذه الحالة؟ ماذا حدث عندها؟ هل كنتم تعرفون علام ينصّ القانون في هذا الموضوع؟ هل كنتم تعلمون بوجود نص قانوني حول هذا الموضوع؟

اختراروا مندوبا عن الطاقم يصف أمام الصف بكامل هيئته قصة الحالة والتفاهات الرئيسية التي طرحت خلال مناقشتكم للحالة

الحالة رقم 2: الكفالة والخدمة بعد البيع

قصة الحالة:

اشترى عيد جهاز Mp3 بمبلغ 160 ش.ج. بعد نصف سنة تعطل الجهاز. اتصل عيد بقسم خدمة العملاء للhanوت الذي اشترى منه الجهاز، فقبل له بأنّ الشيء الوحيد الذي يمكنه عمله هو إرسال الجهاز للتصليح وبأنه يتوجب عليه أن يتحمل تكاليف هذا التصليح.

على ضوء قصة الحالة ناقشوا الأسئلة التالية:

- علام ينصّ القانون؟ هل يتوجب على عيد أن يدفع مقابل التصليح؟
- هل من حق عيد أن يطلب تصليح جهازه بدون مقابل أم انه ملزم بأن يدفع مقابل التصليح بحسب السياسة التي ينتهجها صاحب الحانوت؟ أيهما على حقّ في هذه الحالة، حسب رأيكم؟
- هل حدث مع أي شخص منكم مثل هذه الحالة؟ ماذا حدث عندها؟ هل كنتم تعرفون علام ينص القانون في هذا الموضوع؟ هل تعلمون بوجود نص قانوني حول هذا الموضوع؟

اختراروا مندوبا عن الطاقم يصف أمام الصف بكامل هيئته قصة الحالة والتفاهات الرئيسية التي طرحت خلال مناقشتكم للحالة

الحالة رقم 3 - صفقة مع بائع متجول

قصة الحالة:

بينما كان الزوجان ضياء وسارة يشاهدان نشرة الأخبار المركزية قرع باب بيتهم بائع متجول عرض عليهما شراء مكنسة كهربائية. تحمس الزوجان من العرض الذي قدمه لهما البائع لعمل المكنسة ومن إمكانية الدفع بأقساط مريحة، فوقعا على الطلب ودفعوا. زودهم البائع بالجهاز وانصرف. في الصباح، قالت سارة لزوجها بأن المكنسة لا تعجبها وبأنها تشعر بأن الثمن كان باهظا. قرر الزوجان إعادة المكنسة وإلغاء الصفقة.

على ضوء قصة الحالة ناقشوا الأسئلة التالية:

- علام ينص القانون؟ هل يستطيع ضياء وسارة إلغاء الصفقة وإعادة المكنسة؟ من على حق، حسب رأيكم، في هذه الحالة؟
- هل حدث مع أي شخص منكم مثل هذه الحالة؟ ماذا حدث عندها؟ هل كنتم تعرفون علام ينص القانون في هذا الموضوع؟ هل كنتم تعلمون بوجود نص قانوني حول هذا الموضوع؟

اختاروا مندوبا عن الطاقم يصف أمام الصف بكامل هيئته قصة الحالة والتفاهات الرئيسية التي طرحت خلال مناقشتكم للحالة

الحالة رقم 4 - البيع عن بعد

قصة الحالة:

مع ورقة تفصيل حساب بطاقة الاعتماد وصل إلى بيت ماجدة كتالوج منتجات معروضة للبيع. بواسطة مكالمة تلفونية اشترت ماجدة حاسوبا نقالا. عندما تسلمت الحاسوب بواسطة البريد تفاجأت بأن الحاسوب الذي وصلها يختلف عن الحاسوب الذي في الصورة التي شاهدها في الكتالوج. عندما راجعت، تلفونيا، مندوب الخدمة في الشركة التي اشترت منها الحاسوب قيل لها بأنها إذا قررت إلغاء الصفقة فستضطر إلى دفع مبلغ 150 ش.ج. بدل إلغاء.

على ضوء قصة الحالة ناقشوا الأسئلة التالية:

- علام ينص القانون؟ هل تستطيع ماجدة إعادة الحاسوب إلى الشركة؟ من، حسب رأيكم، على حق في هذه الحالة؟ هل يتوجب عليها أن تتحمل أية مصاريف؟
- هل حدث مع أي شخص منكم مثل هذه الحالة؟ ماذا حدث عندها؟ هل كنتم تعرفون، وقتها، علام ينص القانون في هذا الموضوع؟ هل كنتم تعلمون بوجود نص قانوني حول هذا الموضوع؟

اختاروا مندوبا عن الطاقم يصف أمام الصف بكامل هيئته قصة الحالة والتفاهات الرئيسية التي طرحت خلال مناقشتكم للحالة.

الكفالة والخدمة بعد البيع

- ← في سنة 2006 دخلت حيز التنفيذ أنظمة حماية المستهلك "الكفالة والخدمة بعد البيع" والتي تنصّ على أنه يجب على البائع أن يزود المستهلك كفالة لمدة سنة يبدأ مفعولها من يوم الشراء / التركيب/ الإرشاد (حسب المتأخر من بينها).
- ← تنطبق أنظمة الكفالة والخدمة بعد البيع على المنتجات الكهربائية، والإلكترونيكا والغاز الجديدة التي يزيد ثمنها عن 150 شاقلا.
- ← مدة الكفالة سنة كاملة.
- ← تزويد العميل بالكفالة واجب.



- ← اعتبارا من 1.6.2012 يجب بالإضافة إلى الكفالة تزويد العميل بلاصقة كفالة للجهاز. هدف هذه اللاصقة أن تحول دون الوضع الذي فيه لا يستطيع المستهلكون الحصول على حقهم في الكفالة على الجهاز الذي اشتروه بسبب ضياع أو وثيقة الكفالة. لذلك أهمية كبيرة عندما تكون مدة الكفالة مدة طويلة.

في حالة حدوث خلل في الجهاز :

- ← إذا حدث خلل- يجب تصليح أو تبديل القطعة المعطوبة بدون مقابل (خلال فترة الكفالة).
- ← إذا لم يكن بالإمكان تصليح الخلل - يجب تزويد العميل بجهاز مماثل للجهاز الذي اشتراه أو شبيهه به من ناحية الجودة والسعر.
- ← إذا تعذر تبديل الجهاز - يحق للعميل إلغاء الصفقة واستعادة ما دفعه مقابل الجهاز كاملا.

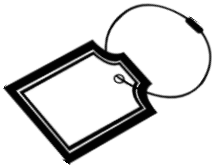
صفقة مع بائع متجول

- ← صفقة مع بائع متجول هي الصفقة التي يقوم شخص أو أكثر بعرض منتجات للبيع ليس في حانوت أو متجر (بل في البيت، أو في الشارع، أو في معرض غير دائم).
- ← يمكن إلغاء صفقة مع بائع متجول خلال 14 يوما من يوم توقيع الاتفاقية أو استلام المنتج.
- ← مع إلغاء الصفقة يجب على البائع إعادة الثمن الذي قبضه إلى المستهلك.



من المهم أن نعلم:

- ← يجب على المستهلك أن يعيد المنتج إلى البائع في حالة جيدة.
- ← يجب إعادة المنتج إلى البائع في المكان الذي تم فيه تسليم المنتج.
- ← إذا كان الحديث عن خدمة دائمة - يحق للمستهلك إلغاء الصفقة خلال 14 يوما. إذا بدأ تقديم الخدمة على المستهلك أن يدفع بشكل نسبيّ مقابل الجزء الذي حصل عليه من الخدمة. بالإضافة إلى ذلك يحق للبائع أن يطلب حتى 100 شاقلا جديد مقابل تركيب المنتج إذا تمت عملية تركيب للمنتج قبل إلغاء الصفقة.
- ← أما إذا كان الحديث عن خدمة لمرة واحدة - يحق إلغاء الاتفاقية خلال 14 يوما قبل تقديم الخدمة.



عرض السعر على المنتج

- ← يُلزم قانون حماية المستهلك البائع بأن يضع سعر كل منتج على المنتج نفسه.
- ← على السعر المسجّل على المنتج أن يشمل جميع المركبات: الضريبة المضافة الرسوم والإضافات على السعر التي لا بد منها مثل رهن على عيوات قناني المشروبات.
- ← إذا كان السعر في الصندوق مختلفا عن السعر الذي على المنتج – السعر المنخفض أكثر هو الملزم، ومن حق العميل أن يصرّ على دفعه!!



صفقة بيع عن بُعد

ما هي صفقة البيع عن بعد؟

صفقة البيع عن بعد هي ارتباط بواسطة صفقة (منتج / خدمة)، بدون حضور مشترك لطرفي الصفقة، والتي تتم في أعقاب عملية "تسويق عن بعد".

"التسويق عن بعد" هو توجه تاجر إلى مستهلك عن طريق البريد، التلفون، الراديو، التلفزيون، وسائل الاتصالات الإلكترونية ، الفاكس، الكتالوجات أو الإعلانات أو الانترنت.

تذكّر! البيع عن طريق الانترنت يعتبر دائما تسويق عن بعد، ولذلك فهو يعرف كصفقة بيع عن بعد!! بغض النظر إذا كان الموقع هو الذي أرسل الإعلان إذا دخلنا إلى الموقع بمبادأة شخصية وبمحض إرادتنا.

استمارة الاستكشاف هي عبارة عن مستند واحد ومتجانس يحتوي على جميع التفاصيل التي يجب على المستهلك أن يعرفها قبل إتمام الصفقة. قبل تنفيذ صفقة بيع عن بعد على البائع أن يسلم المستهلك مستند استكشاف يلخص جميع تفاصيل الصفقة وأن يوصله إلى المستهلك حتى موعد تزويده بالمنتج أو بالخدمة.

إلغاء صفقة بيع عن بعد:

- ← عند شراء منتج يمكن إلغاء الصفقة حتى 14 يوما من يوم استلام المنتج أو استلام استمارة الاستكشاف (التأخر من بينهما).
- ← عند شراء خدمة دائمة: خلال 14 يوما من موعد تنفيذ الصفقة / يوم استلام مستند الاستكشاف حتى وإن بدأ تقديم الخدمة للمستهلك.
- ← عند شراء خدمة لمرة واحدة: خلال 14 يوما من موعد تنفيذ الصفقة / يوم استلام مستند الاستكشاف أن يكون ذلك قبل يومين على الأقل من موعد تقديم الخدمة.
- ← عند شراء خدمة سياحية: خلال 14 يوما من موعد تنفيذ الصفقة / يوم استلام مستند الاستكشاف أن يكون ذلك قبل 7 أيام على الأقل من موعد تقديم الخدمة.

رسوم الإلغاء:

- ← إذا كان سبب إلغاء الصفقة وجود خلل في المنتج أو عدم وجود تلاؤم بين المنتج الذي طلب والمنتج الذي وصل، في هذه الحالة لا توجد رسوم إلغاء ومصاريف إعادة المنتج تقع على عاتق البائع.
- ← عند إلغاء الصفقة لأي سبب آخر تم تحديد رسوم الإلغاء بـ 5% من مبلغ الصفقة أو 100 شاقل جديد (الأقل من بينهما)، وتكاليف إعادة المنتج إلى البائع تكون على حساب المستهلك.

التعرف على المصالح التجارية
التي تخترق القوانين

أبادل مع بيئتي القريبة
(العائلة، الأصدقاء) الخروقات
الاستهلاكية التي تواجهني

معرفة الأجسام والهيئات
والمؤسسات التي تساعد وتقديم
التقارير إليها حول الخروقات
الاستهلاكية

معرفة ما هي حقوقي وما هو
من حقّي أن أطلب به

أن أعرف كيف أصرّ على حقّي
وأن أطلب حقوقي كاملة وبشكل
عمليّ

أن أتذكر توثيق مشترياتي