

المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك

كتاب بحوث المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك

2021-03-20

جامعة مصراتة
9
منظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك
MISURATA UNIVERSITY

المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك

كلية الاقتصاد 20 مارس 2021

بتبادة: كلية الاقتصاد
بالتعاون مع: كلية الزراعة
كلية الطب البشري
كلية الصيدلة
برعاية: الرابح الرسمي
الرابح الأساسي
SHARMA
الرابح الأساسي
النسيم
ALNASEEM
الرابح الذهبي

معاً من أجل المستهلك

المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة رئيس اللجنة التحضيرية

في إطار احتفالاتنا باليوم العالمي لحماية المستهلك، الذي أقرته الأمم المتحدة في عام 1985م في يوم 15 مارس من كل عام.

وحرصاً من جامعة مصراتة على القيام بمسؤولياتها الاجتماعية على أحسن وجه، وسعيها منها على توفير بيئة علمية بحثية مناسبة لبحث ودراسة قضايا المجتمع، والتي من ضمنها قضية حماية المستهلك الليبي.

واهتماماً من منظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك بنشر ثقافة حماية المستهلك، وتحويلها إلى ثقافة مجتمعية، تعمل على تنمية مستوى الوعي لدى المستهلك وحمايته وتعريفه بحقوقه - نظمت جامعة مصراتة ومنظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك (المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك في ليبيا)، يوم السبت الموافق 20 مارس 2021م، تحت شعار "معاً من أجل المستهلك"، بقيادة كلية الاقتصاد وتعاون كليات الطب البشري والزراعة والصيدلة ومنظمة الرقيب، بدعم ورعاية كريمة من المجلس البلدي بمصراتة (الراعي الرسمي) للمؤتمر، وكذلك الشركة الليبية للحديد والصلب (الراعي الماسي)، وشركة شيماء للصناعات الغذائية (الراعي الماسي)، وشركة النسيم للصناعات الغذائية (الراعي الذهبي)، حيث كان لهذا الدعم الأثر الكبير والطيب في إخراج المؤتمر بالصورة المحققة للأهداف المرجوة .

إن أهداف المؤتمر يمكن حصرها في الآتي:

- 1 - نشر ثقافة حماية المستهلك في المجتمع.
- 2 - إبراز دور المنظمات الرقابية والضبطية في حماية المستهلك.
- 3 - تشجيع المنظمات العامة والخاصة بالاهتمام والتركيز على حماية المستهلك
- 4 - بيان دور حماية المستهلك ورفاهيته في التنمية الشاملة والمستدامة.

المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك

ولتحقيق هذه الأهداف تناول المؤتمر المحاور الآتية:

- 1 - التوجهات العلمية الحديثة في حماية المستهلك ورفاهيته.
- 2 - المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وعلاقتها بحماية المستهلك.
- 3 - الممارسات الخاطئة التي قد تصدر من المنظمات تجاه المستهلك.
- 4 - البعد الاقتصادي والاجتماعي والقانوني والصحي لمفهوم حماية المستهلك.
- 5 - التجارب الإقليمية والدولية الناجحة في حماية المستهلك ورفاهيته.

عقدت اللجنة التحضيرية (19) اجتماعاً رسمياً من أجل الاعداد والتحضير لتنظيم المؤتمر، بتعاون كبير من رؤساء وأعضاء اللجان الفنية المنبثقة من اللجنة التحضيرية، ودعم من عميد كلية الاقتصاد السابق والحالي.

لقد استلمت اللجنة العلمية بالمؤتمر عدد (28) بحثاً، وبعد التقييم العلمي الدقيق تمت الموافقة على عدد (11) بحثاً فقط مقدمة من عدة مدن ليبية، تم بحمد الله عرضها ومناقشتها في مدرجات كلية الاقتصاد وفقاً للبرنامج الزمني للمؤتمر.

وتتقدم اللجنة التحضيرية بالشكر والتقدير الى رئيس جامعة مصراتة الأستاذ الدكتور/ (فرج علي أبوشعالة)، وكذلك عميد كلية الاقتصاد السابق الدكتور/ (عبد الله محمد الشيخ)، وعميد كلية الاقتصاد الحالي الدكتور/ (إسماعيل سالم الشهوبي)، نظير دعمهم لتنظيم المؤتمر، كما نتقدم بأجمل آيات الشكر إلى الراعي الرسمي للمؤتمر والرعاة الماسيين والذهبيين، ورؤساء وأعضاء اللجان الفنية المنبثقة من اللجنة التحضيرية على التعاون الكبير والعطاء الصادق لإنجاح فعاليات المؤتمر.

نسأل الله سبحانه وتعالى أن يجعل عملنا هذا خالصاً لوجه الكريم، وأن يوفقنا جميعاً لتقديم الأفضل للمستهلك الليبي الكريم.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

دكتور/حسن علي هامان
رئيس اللجنة التحضيرية للمؤتمر

المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك

لجان المؤتمر

أولاً - رئاسة المؤتمر

ت	الاسم الثلاثي	الوظيفة	الصفة
1	د. عبد الله محمد الشيخ	عضو هيئة تدريس بكلية الاقتصاد	رئيس المؤتمر

ثانياً - اللجنة التحضيرية

ت	الاسم الثلاثي	الوظيفة	الصفة
1	د. حسن علي همام	عضو هيئة تدريس بكلية الاقتصاد	رئيساً
2	. خالد مخلوف الزرقاني	عميد كلية الطب البشري	عضواً
3	د. مصطفى علي بن زقطة	عضو هيئة تدريس بكلية الزراعة	عضواً
4	أ. محمد إبراهيم دغمان	عضو هيئة تدريس بكلية الصيدلة	عضواً
5	أ. وائل سليمان الصغير	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً
6	أ. يوسف صالح بن يوسف	مندوب مكتب الشؤون المالية بالجامعة	عضواً
7	السيد: عز الدين محمد دية	مندوب مكتب الخدمات بالجامعة	عضواً

ثالثاً - اللجنة العلمية

ت	الاسم الثلاثي	الوظيفة	الصفة
1	د. عبد المولى عثمان شاكة	عضو هيئة تدريس بكلية الاقتصاد	رئيساً
2	د. مصطفى علي بن زقطة	عضو هيئة تدريس بكلية الزراعة	عضواً
3	أ. محمد إبراهيم دغمان	عضو هيئة تدريس بكلية الصيدلة	عضواً
4	أ. محمد مصطفى السويح	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً

رابعاً - لجنة التواصل والدعم

ت	الاسم الثلاثي	الوظيفة	الصفة
1	م. مصطفى علي الشويرني	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	رئيساً
2	أ. إبراهيم عبدالرحمن الغويل	عضو هيئة تدريس بكلية الاقتصاد	عضواً
3	أ. محمد أحمد الدرقاش	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً
4	م. محمد أحمد معيوف	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً

المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك

خامساً - اللجنة الاعلامية

ت	الاسم الثلاثي	الوظيفة	الصفة
1	أ. ناصر علي قلوز	مدير المركز الإعلامي بالجامعة	رئيساً
2	إبراهيم عقيلة أبو شيبدة	المركز الإعلامي بالجامعة	عضواً
3	يوسف علي عيسى	إذاعة الجامعة	عضواً
4	علي فرج أبورويلة	كلية الفنون والاعلام	عضواً
5	زهراء شعبان البقار	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً
6	أمين أحمد التكروني	كلية الفنون والاعلام	عضواً
7	نجوى عمر السريتي	إذاعة الجامعة	عضواً

سادساً - لجنة التنظيم والخدمات والمعارض

ت	الاسم الثلاثي	الوظيفة	الصفة
1	أ. علي مصطفى سويب	عضو هيئة تدريس بكلية الاقتصاد	رئيساً
2	محمد عبد الله الصغير	مدير الشؤون الإدارية بكلية الاقتصاد	عضواً
3	عز الدين محمد دية	مندوب مكتب الخدمات بالجامعة	عضواً
4	أ. سمية معمر امسلم	عضو هيئة تدريس بكلية الاقتصاد	عضواً
5	سليم ميلاد دية	موظف بكلية الاقتصاد	عضواً
6	جمعة خميس خلف الله	موظف بكلية الاقتصاد	عضواً
7	هيثم عبد الحكيم المصلي	منظمة الإمداد الخيرية	عضواً
8	فاطمة رمضان البقار	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً
9	فاطمة يوسف الطويل	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً
10	هویدا علي المصراطي	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً
11	عائشة إبراهيم أبوتركية	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً
12	نجوى مفتاح الحمروش	مندوب منظمة الرقيب لحماية المستهلك	عضواً

المؤتمر العلمي الأول لحماية المستهلك

فهرس المحتويات

الصفحة	عنوان البحث	ت
1	قياس مستوى وعي المستهلك بشؤون ومتطلبات سلامة الأغذية في مدينة طرابلس وبعض المدن المجاورة لها. أ. علي أنور الهجرسي و د. محمد الهادي النحائسي: مركز البحوث الصناعية تاجوراء	1
14	حماية المستهلك من السلع المقلدة في ضوء التشريع الليبي. أ. حليلة لزهر السماع و أ. صباح عمر الساعدي: جامعة سرت	2
34	حقوق وواجبات المستهلك من وجهة نظر طلبة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة صبراتة والزاوية: دراسة ميدانية. أ. أحمد موسى الزلعوطي و أ. الهادي رحومة خلف الله: جامعة صبراتة. و د. المبروك عبد الله مسعود: جامعة الزاوية	3
55	الفساد الإداري في مؤسسات الدولة الليبية: الأسباب والآثار والعلاج. د. حسن علي هامان: جامعة مصراتة	4
97	الفساد الإداري في منظمات القطاع العام كأحد الممارسات الخاطئة تجاه المستهلك. أ. شادية أحمد الشحمي: مركز مصراتة التخصصي لعلاج القلب والشرابين	5
111	حماية المستهلك، قراءة في المفهوم والتطور والتجارب الإقليمية. أ. المكي محمد بن قبلية: صندوق موازنة الأسعار	6
130	تأثير شكل الغلاف على رضا الزبائن. أ. وائل سليمان الصغير: منظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك	7
157	قياس درجة وعي وثقافة المستهلك في شرائه للسلع في مدينة يفرن. أ. ناجي أبو راس: جامعة نالوت	8
178	تقييم النمط الاستهلاكي لسكان مدينة مصراتة من خلال التردد على محال الأسماك بالمدينة خلال عام 2019 م. د. فرج السريتي: كلية التقنية الطبية مصراتة	9
190	The Impact of Customer Satisfaction Profitability. Ahmed A. Rayna & Ismail A. Elshibani: Misurata University	10
205	Investigation of Genus Anisakis Atlantic Chub Mackerels in Tripoli Main Fish Market: Libya.	11

قياس مستوى وعي المستهلك بشؤون ومتطلبات سلامة الأغذية في مدينة طرابلس وبعض المدن المجاورة لها

محمد الهادي النحاسي

علي أنور الهجرسي

جامعة طرابلس

alialhajsrs@gmail.com

الملخص

يحتل مفهوم سلامة الأغذية مكانة كبيرة في الأوساط التي تعنى بالنواحي الصحية للمجتمعات. وإن عدم الإلمام الكافي بالتطبيقات الصحية لإعداد الغذاء مثل عدم الطهي الجيد للأغذية، حفظ الأغذية المطبوخة على درجة حرارة الغرفة لبضعة ساعات، عدم التسبيح الجيد للأغذية المجمدة و سوء نظافة العاملين أثناء إعداد الأغذية من العوامل الرئيسية التي تساهم في انتشار الأمراض عن طريق الغذاء. أجريت هذه الدراسة المسحية لقياس درجة وعي المستهلك تجاه سلامة الغذاء في مدينة طرابلس والمدن المجاورة لها. وقد جمعت البيانات اللازمة من عينة عشوائية بلغت 351 مستهلك منهم 201 مشارك من مدينة طرابلس و150 مشارك من بعض المدن المجاورة. وتم توزيع استبيان خلال الفترة ما بين نوفمبر 2018 إلى يناير 2019م. أستخدم مقياس درجة الوعي على عدة محاور تناولت مجموعة من الأسئلة، حيث بلغ متوسط نتائج المحاور في مدينة طرابلس وبعض المدن المجاورة لها على مدى الإلمام بقواعد سلامة الغذائية عند الشراء (75.4%، 62%)، ومدى اتباع القواعد الصحيحة أثناء حفظ الأغذية في المنزل على (84% و67%)، ومدى الإلمام بقواعد سلامة الأغذية عند تجهيز الوجبات الغذائية بالمنزل (86% و66%)، ومدى الإلمام التام بالتلوث العرضي (83%، 84%)، ومدى الإلمام بدرجة الحرارة الآمنة لطهو الأطعمة المختلفة (38%، 41%) علي التوالي. كما أشارت النتائج إلى وجود فروق معنوية ($P < 0.05$) بين وعي المستهلك في مدينة طرابلس مقارنة بالمدن المجاورة لها، واتضح أن هناك فروق معنوية لتأثير الجنس في عينة الدراسة لكل المحاور. كذلك بينت هذه النتائج الميدانية ارتفاع وعي المستهلك تجاه السلامة الغذائية في مدينة طرابلس مقارنة ببعض المدن المجاورة، مع الحاجة إلى ضرورة الرفع من مستوى الوعي في بعض النقاط المتعلقة بسلامة الأغذية، عن طريق إعداد برامج تثقيفية و إعلامية للمواطنين والعاملين في مجال الأغذية للرفع وزيادة الوعي الصحي في مجال سلامة الأغذية، ونشر المعلومات و الإرشادات المتجددة اللازمة، وتوعية المستهلك إلى أن التشريعات والقوانين وحدها لن تستطيع حماية الفرد في كل الحالات ما لم يكن هناك وعي ومعرفة بمواقع ودرجات الخطورة في تناول الأطعمة غير السليمة؛ فهي مسؤولية فرد كما هي مسؤولية جماعة.

المقدمة

يلعب الغذاء دوراً هاماً في حياة الأمم ويعتبر الدعامة الأساسية لخلق جيل سليم خالٍ من الأمراض قادر على الاستيعاب والنمو والتطور. ويعرف الغذاء الأمن على أنه الغذاء الخالي من الملوثات والمخاطر والذي لا يسبب أية أضرار أو أمراض للإنسان، كما يعتبر أيضاً حقاً أساسياً للبشرية أجمع، وأن الاهتمام بسلامة الأغذية ذو أهمية عظمى للحكومات من أجل خفض تكاليف المرض.

سلامة الغذاء تحتل مكانة كبيرة في الأوساط التي تعني بالنواحي الصحية للمجتمعات وسلامة الغذاء هو خلو الغذاء من جميع عوامل التلوث الميكروبيولوجي أو البيئي الذي يحوله إلى غذاء ضار بصحة المستهلك وتشمل عوامل التلف والانحلال الذاتي، فمن الضروري أن تكون جميع الظروف أثناء الإنتاج والتصنيع والتخزين والتوزيع وإعداد الغذاء تخضع للشروط الصحية حتى لا يسبب أي مخاطر على صحة الإنسان، حيث أن الأمراض المنقولة بالغذاء من أهم المشاكل الصحية انتشاراً في العالم وتشكل تهديداً خطيراً لصحة الملايين من البشر.

ازداد الاهتمام في الآونة الأخيرة بموضوع سلامة الغذاء، وبعد التقدم العلمي الكبير خلال القرن الحالي خاصة فيما يتعلق بصحة الإنسان، ومعرفة الكثير من الأمراض التي تصيبه نتيجة: تناول الأغذية الفاسدة - التلوث بميكروب الليستيريا وبكتريا القولون - حالات تفشي وبائية من الأغذية الفاسدة - التسمم الغذائي وملوثات الأغذية - الأغذية المغشوشة أو المنتهية الصلاحية. تعتمد سلامة الغذاء الصحي على مدى الوعي حيث يؤثر مستوى الوعي الغذائي لجميع أفراد المجتمع على التطبيقات الغذائية الصحيحة ولهذا فإن الدراسة تهدف إلى تقييم وعي المستهلك الليبي وقياسه وإدراكه لسلامة الغذاء وأخطاره المحتملة على الصحة، وتحديد العوامل المؤثرة في درجة وعي المستهلك الليبي لسلامة الغذاء وتحليل أثر تلك العوامل في اتجاهات عينة الدراسة نحو سلامة الأغذية المختلفة.

الدراسات السابقة

لاحظ (Everaldo و Mclennon، 2000) تفويض المستهلكين لوجود العلامة التجارية وبلد المنشأ وبطاقة التعريف بالمنتجات التي يستهلكونها، مما يعكس مدى الوعي لديهم.

توصل (المانع وشاكر، 2000) من خلال دراسة أجروها على ربات الاسر بأن المتغيرات المتعلقة بدرجة التعليم ومستوى المعيشة والعمر ودرجة المرونة الذهنية كانت ذ سب إ سهامها معنوية في تفسير التباين الكلي لدرجة معرفة المبحوثين بأساليب حفظ الأغذية.

قام (fawzi، 2009) بتقييم مستوى الوعي والمعرفة والعوامل المؤثرة فيه، لدى عينة نساء يعملن في ست كليات ومؤسسات من جامعة الإسكندرية باستخدام استبيان بما في ذلك بيانات عن الذ صائص الذ شذ صية (كطبيعة الوجبات، النظافة، مكان العمل، الذ سوق، العمر، والتعرض لحالات مرضية وسمية من قبل الأغذية التي يتناولونها)، وتبين وجود فروق معنوية بين متوسط درجة الوعي بالنسبة إلى كل مستوى من المستويات المدروسة.

قام (Ajayi و Salaudee، 2014) بإجراء مسح تضمن 100 مشارك من نيجيريا، تبين أن جميع المشاركين يتناولون الأغذية خارج المنزل ومعظمهم يفضلون الأكل من المطاعم، 14% يشتررون طعامهم من الباعة المتجولين في الشوارع، 30% يتناولن الطعام بأيديهم، 95% يقومون بغسل أيديهم بالماء والصابون قبل وبعد تناول الطعام، 50% يشربون الحليب غير مبستر، 61% يحصلون على ماء صالح للشرب. وهذه النتائج تعكس مدى التباين في مستوى الوعي بينهم.

أجرى (المقداد وآخرون، 2014) دراسة مسحية عشوائية لعدد 196 مستهلك في سوريا لقياس درجة وعي المستهلك السوري تجاه سلامة الغذاء في مناطق حضرية وريفية. أشارت نتائج التحليل الإحصائي للعوامل المؤثرة المدروسة (العمر والجنس ومستوى التعليم والحالة العائلية ومكان الإقامة والدخل ومكان التسوق والقطاع الذي يعمل فيه الفرد) على وجود فروق معنوية بين تلك المتوسطات. وكذلك بينت النتائج أن تقدم عمر الفرد يؤدي إلى زيادة احتمال توافر الوعي الكافي لديه بمانسبته 90%، ويزداد احتمال الوعي لدى أصحاب الدخل المتوسط مقارنة بأصحاب الدخل المنخفضة والمرفعة بالإضافة الى ذلك تزداد درجة الوعي لدى سكان المدينة مقارنة بسكان الريف.

أوضح (ERYILMAZ، 2015) من خلال دراسة مسحية شارك فيها 384 مستهلك تحديد العوامل التي تؤثر على وعي سلامة الأغذية للمستهلكين في المناطق الحضرية في تركيا وأشارت النتائج إلى أن المتغيرات الاجتماعية - الاقتصادية، الجنس، التعليم ودخل الأسرة كان لها تأثير كبير على وعي المستهلكين بسلامة الأغذية. ووفقاً لنتائج الاستطلاع، كان 64% من

المستهلكين من النساء. كان لدى 41% من المستهلكين أقل من 9 سنوات من التعليم و19% من المستهلكين لديهم أكثر من 13 عاماً من التعليم. شكلت ربوات البيوت الذين دخلوا على دخل 34% من المستهلكين الذين شملهم الاستطلاع، 48% من الأسر لديها أكثر من ثلاثة أفراد كان 57% من المستهلكين على دراية بشهادة واحدة على الأقل تتعلق بسلامة الأغذية أو الجودة أو الإدارة البيئية (ISO 9001 و ISO 22000 و ISO 14001 و HACCP و GLOBALGAP). أما الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمستهلك متمثلة في (العمر، مستوى التعليم، دخل الأسرة، حجم الأسرة وعدد الأطفال) والسلوك الاستهلاكي للمستهلك (الوعي بشهادة واحدة على الأقل عن سلامة الأغذية وأظهرت النتائج إن مستوى التعليم لدى المستهلكين يرفع زيادة مستوى الوعي لديهم، علاوة على ذلك فقد وجد إن النساء أكثر حساسية لقضايا سلامة الغذاء من الرجال، كما خلص الباحث إلي ازدياد مستوى الوعي بسلامة الأغذية مع زيادة تعليم المستهلكين، كما كان لإيرادات الأسرة اثر إيجابي من الناحية الإحصائية على مستوى وعي المستهلكين بسلامة الأغذية.

طرق البحث

أجريت دراسة مقطعية حول معرفة وعي المستهلك الليبي في مجال تداول الأغذية في مدينة طرابلس ومدن المجاورة والتي شملت (غريان، مسلاته، القره بوللي، ترهونه، أسبيعه، الزاوية) حيث تم توزيع 500 استبيان بشكل عشوائي، وكانت الاجابة عليها بإدارة شخصية (face to face)، حيث شارك في الدراسة 351 مستهلك من أصل 500 استبيان تم توزيعهم وفق الآتي:

- 201 استبيان في مدينة طرابلس تراوحت الأعمار المشاركين في الاستبيان ما بين 17 إلى 61 وشكلت الفئة العمرية (35الي 45) حوالي 34%.
- 150 من مدن المجاورة لمدينة طرابلس حيث تراوحت الأعمار المشاركين في الاستبيان بين (أقل من 17 وأكثر من 55) وشكلت الفئة العمرية (35_45) حوالي 29.5%.

تضمن الاستبيان عدد من الأسئلة أهمها:

- الأسئلة الديموغرافية والاجتماعية: الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، مستوى المعيشة.

- مدى الإلمام بالقواعد العامة لسلامة الأغذية عند الشراء.
- مدى الإلمام بالقواعد سلامة الأغذية عند تجهيز الوجبات الغذائية بالمنزل.

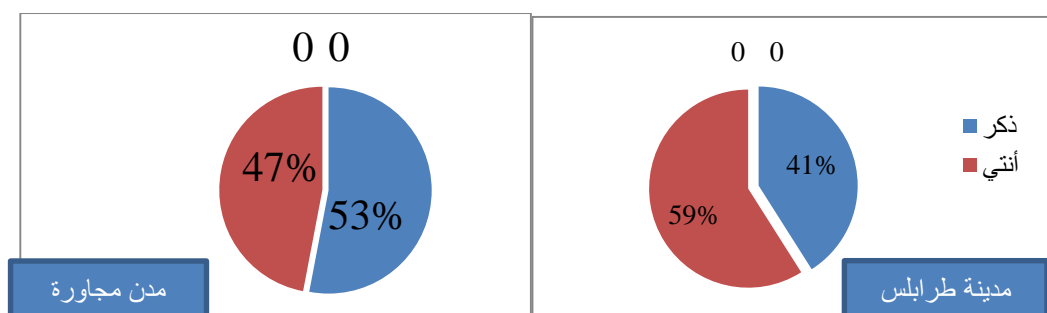
- إتباع القواعد الصحيحة أثناء حفظ الأغذية في المنزل.
- مدى الإلمام بالتلوث العرضي (التبادلي أو الخلطي).
- مدى الإلمام بدرجة الحرارة الآمنة لطهو الأطعمة المختلفة.

التحليل الإحصائي للبيانات: تم استخدام برنامج (Spss version10) واستخدمت النسب المئوية في وصف نتائج الدراسة، واستخدم (Ch-squar) لدراسة العلاقة مع مستوى التعليمي والفئة العمرية ومستوى المعيشة من جهة ودراسة الوعي المستهلك من جهة أخرى.

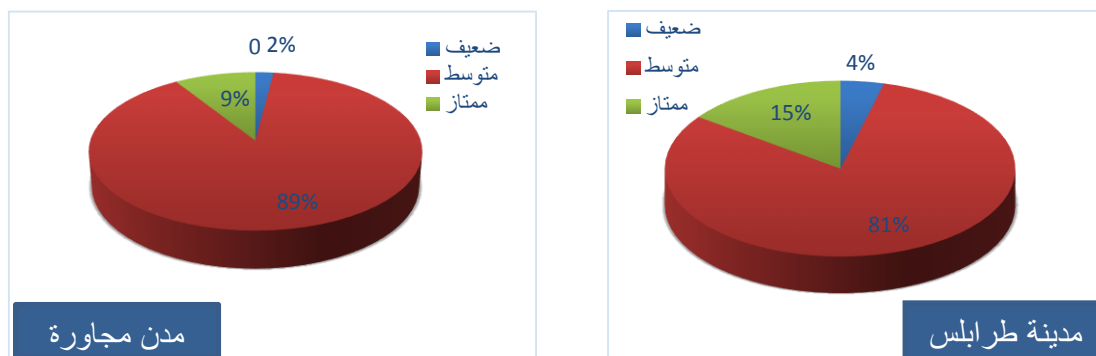
النتائج والمناقشة

بلغت نسبة المشاركين في هذه الدراسة (41%، 59%) للذكور والإناث في مدينة طرابلس على التوالي، بينما كانت نسبة المشاركين من المدن المجاورة (53%، 47%) للذكور والإناث على التوالي. كما هو موضح بالشكل (1)، واتضح أيضاً أن المستوى المتوسط للمعيشة يغلب على عيني الدراسة حيث بلغت النسبة (81%، 89%) لمدينة طرابلس والمدن المجاورة لها على التوالي كما في الشكل (2).

شكل (1): توزيع العينة حسب الجنس



شكل (2): توزيع العينة حسب مستوى المعيشة



جدول (1): توزيع عينه الدراسة حسب الفئة العمرية

المجموع	أكثر من 55	45_أقل 55	35_أقل 45	20_أقل 35	أقل من 20	المدينة
201	18	54	68	35	26	طرابلس
%100	%9	%27	%34	%17	%13	
150	5	20	44	49	32	المدن المجاورة
%100	3.3	3.%13	5.%29	%32.6	3.%21	

جدول (2): توزيع العينة الدراسة حسب مستوى التعليمي

المجموع	شهادة عليا	جامعي	متوسط	أساسي	غير متعلم	المدينة
201	6	93	69	32	1	طرابلس
%100	%3	.2%46	3.%34	%16	.5%0	
150	1	74	62	10	4	المجاورة
%100	.6%0	6.%48	5.%41	6.%6	6.%3	

جدول (3): مدى الإلمام بقواعد العامة لسلامة الأغذية عند الشراء

مستوى المعنوية	Ch_saquea	صح %	خطا %	المدينة	السؤال
0.000	27.193	92	8	طرابلس	أعتمد على فحص سلامة العبوة
		74	26	المجاورة	
0.000	84.968	87	13	طرابلس	أقوم بقراءة بلد المنشأ
		56	44	المجاورة	
0.000	77.600	66	34	طرابلس	أحرص على قيام بقراءة جميع مكونات المنتج الغذائي
		33	67	المجاورة	
0.001	13.168	40	60	طرابلس	أفضل شراء الفواكه والخضروات التي تتعرض على جانبي الطريق
		59	41	المجاورة	
0.190	3.320	92	8	طرابلس	تأكد من عدم وجود أيه رائحة غير طبيعية للحم عند الشراء
		87	13	المجاورة	

تبين من الجدول (1) توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية انه كانت اعلى فئة عمرية بين (35 الى اقل من 45) في مدينة طرابلس، بينما كانت الفئة العمرية من (20 الى اقل من

45) في المدن المجاورة لها حيث بلغت (34%، 33%) على التوالي. وكانت اقل نسبة في الفئة العمرية في مدينة طرابلس والمدن المجاورة لها (أكثر من 55)، حيث بلغت (9%، 4%) على التوالي.

كما اوضح أيضا ان توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي من الجدول رقم (2) كان يغلب المستوى الجامعي على عينة الدراسة بمدينة طرابلس والمدن المجاورة لها حيث بلغت نسبته (46%، 48%) على التوالي. وكانت نسبة المستوى الغير متعلم (الامية) (1%، 4%) لمدينة طرابلس والمدن المجاورة لها على التوالي. بينما مستوى حاملي الشهادات العليا ضئيل جداً في عينة الدراسة.

اوضح من خلال النتائج ان مدى الوعي بسلامة الأغذية عند شراء المنتجات الغذائية اعلى بمدينة طرابلس من حيث (فحص سلامة العبوة، وقراءة بلد المنشأ، قراءة جميع مكونات المعلب الغذائي وتفقد رائحة اللحم) كما في الجدول (3)، ولكن تبين ان مستوى الوعي في تفضيل شراء الفواكه والخضروات التي تعرض على جانبي الطريق من قبل الباعة المتجولون أفضل بالنسبة للمدن المجاورة مقارنة مع مدينة طرابلس حيث بلغت (59%، 40%) على التوالي. وهذه النتيجة تعكس نمط استهلاك المعلبات اعلى بمدينة طرابلس مقارنة بالمدن المجاورة وهذا يرجع لنمط الحياة العملي للمجتمع في مدينة طرابلس.

جدول (4): مدى الإلمام بقواعد سلامة الأغذية عند تجهيز الوجبات الغذائية بالمنزل

السؤال	المدينة	خطا%	صح%	Ch_saquea	مستوى المعنوية
أستخدم أطباق مختلفة لتداول اللحم غير مطبوخ واللحم المطبوخ.	طرابلس	16	84	19.650	0.000
	المجاورة	34	66		
استخدم لوح خاص لتقطيع وتجهيز الخضروات بالمطبخ، وآخر لتقطيع اللحوم.	طرابلس	16	84	25.557	0.000
	المجاورة	37	63		
أستعمل مواد مطهرة مثل الكلورين (الوراكنيا) بعد غسل الأطباق والأدوات بالماء والصابون.	طرابلس	16	84	60.108	0.000
	المجاورة	49	51		
أعرف أن الحشرات والقوارض تحمل وتنشر البكتيريا؛ لذا يجب منعها من الدخول لأماكن تداول وتخزين الغذاء.	طرابلس	10	90	4.280	0.118
	المجاورة	12	83		

جدول (5): أتباع القواعد الصحيحة أثناء حفظ الأغذية في المنزل

مستوى المعنوية	Ch_saqurea	صح %	خطأ %	المدينة	السؤال
0.000	91.985	83	17	طرابلس	أتحقق من درجة حرارة الثلاجة بصفة دورية.
		39	61	المجاورة	
0.209	3.191	87	13	طرابلس	أحرص على تغطية الوجبات الغذائية داخل الثلاجة لضمان سلامتها.
		85	15	المجاورة	
0.137	3.9975	91	9	طرابلس	أقوم بتخزين اللحوم النيئة منفصلة عن الأغذية المطهية في الثلاجة.
		89	11	المجاورة	
0.030	6.472	76	24	طرابلس	أحرص على عدم ترك الغذاء خارج الثلاجة أكثر من ساعتين.
		65	35	المجاورة	

تبين من خلال النتائج ان مدى الوعي بقواعد السلامة الغذائية عند تجهيز الوجبات الغذائية بالمنزل من حيث (ا) استخدام اطباق مختلفة لتداول اللحم المطبوخ والغير مطبوخ، ا) استخدام لوح خاص لتقطيع الذبائح واخر للحوم، ا) استخدام مواد مطهرة بعد غسل الاطباق، والدراسة التامة بمدى الضرر الذي تسببه القوارض والحشرات والبكتيريا) كان في مدينة طرابلس اعلى من المدن المجاورة بمتوسط عام (86%، 66%) على التوالي. كما في الجدول (4).

واتضح ان مدى اتباع القواعد الصحيحة لحفظ الأغذية في المنزل من حيث (التحقق من درجة حرارة الثلاجة، تغطية الوجبات الغذائية داخل الثلاجة، تخزين اللحوم النيئة منفصلة عن اللحوم المطهية في الثلاجة، عدم ترك الغذاء خارج الثلاجة أكثر من ساعتين)، كانت النسبة الأعلى في مدينة طرابلس مقارنة بالمدن المجاورة حيث بلغت (84%، 67%) على التوالي كما في الجدول (5).

جدول (6): مدى الإلمام التام بالتلوث العرضي (التبادلي او الخلطي)

مستوى المعنوية	Ch_saqurea	صح %	خطأ %	المدينة	السؤال
0.442	1.634	81	19	طرابلس	أتجنب الاحتكاك بين الأغذية الطازجة والأغذية المطبوخة
		85	15	المجاورة	
0.456	1.570	84	16	طرابلس	أقوم بفصل اللحوم والدواجن والأسماك الطازجة أثناء التداول في المطبخ، بعيدا عن بقية الأغذية المبردة.
		82	18	المجاورة	

جدول (7): مدى الإلمام بدرجة الحرارة الآمنة لطهو الأطعمة المختلفة

مستوى المعنوية	Ch_saquea	صح %	خطأ %	المدينة	سؤال
0.000	17.801	22	78	طرابلس	أعتمد على شكل الطعام ورائحته وطعمه فقط للتأكد من تمام الطهو ليكون آمنا للأكل.
		6	94	المجاورة	
0.000	31.693	29	71	طرابلس	أستعمل ترمومتر خاص لقياس درجة حرارة داخلية الأمانة للغذاء
		9	91	المجاورة	
0.000	40.648	62	38	طرابلس	أعرف درجة الحرارة المطلوب الوصول إليها للتأكد تمام الطهو وسلامه الغذاء.
		28	72	المجاورة	

اتضح ان مدى الوعي بالتلوث العرضي (التبادلي او الخلطي) لدي المستهلك من حيث (التجنب الاحتكاك ما بين الأغذية المطبوخة والأغذية الطازجة، فصل اللحوم والاسماك الطازجة اثناء التداول في المطبخ بعيدا عن بقية الأغذية المبردة) كان اعلى عند مستوى تجنب الاحتكاك بين الأغذية المطبوخة والطازجة للمدن المجاورة بنسبة بلغت (85%) مقارنة بمدينة طرابلس (81%)، بينما انعكست النتائج عند مستوى فصل اللحوم، الدواجن و الأسماك اثناء التداول كانت النسبة الأعلى بمدينة طرابلس مقارنة بالمدن المجاورة حيث بلغت (84%، 82%) على التوالي كما في الجدول (6).

كما اشارت النتائج ان مدى الوعي بخصوص معدل درجة الحرارة الامنة لطهو الأطعمة من حيث (الاعتماد على شكل الطعام ورائحته وطعمه فقط للتأكد من إتمام الطهو ليكون امن للأكل، استعمال الترمومتر الخاص لقياس درجة الحرارة الداخلية، معرفة درجة الحرارة المطلوبة للتأكد من إتمام الطهو) كانت منخفضة بشكل عام بالنسبة لعينتي الدراسة حيث بلغت المتوسطات (38%، 14%) لمدينة طرابلس والمدن المجاورة على التوالي كما في الجدول (7).

جدول (8): تأثير الجنس على مدى الامام بقواعد سلامة الأغذية عند الشراء وعند تجهيز الوجبات الغذائية بالمنزل والتلوث العرضي ودرجة الحرارة الامنة للطهو على مدى اتباع القواعد الصحيحة في حفظ الأغذية في المنازل

المحور	المدينة	الجنس	نسبة الوعي	Chi_square		المعنوية	
				ذكر	أنثى	ذكر	أنثى
مدى الامام بقواعد سلامة غذائية عند الشراء	طرابلس	ذكر	67	9.777	33.868	0.008	0.0004
		أنثى	78				
	المجاورة	ذكر	46				
		أنثى	39				
مدى الامام بقواعد عامه عند تجهيز الواجبات بمنزل	طرابلس	ذكر	87	18.813	16.817	0.000	0.000
		أنثى	88				
	المجاورة	ذكر	61				
		أنثى	63				
مدى اتباع القواعد الصحيحة أثناء حفظ الاغذية في المنزل	طرابلس	ذكر	84	4.117	18.156	0.128	0.000
		أنثى	92				
	المجاورة	ذكر	72				
		أنثى	70				
مدى الامام بتلوث العرضي	طرابلس	ذكر	78	0.009	0.270	0.995	0.874
		أنثى	84				
	المجاورة	ذكر	78				
		أنثى	83				
مدى الامام بدرجة الحرارة الامنة لطهو الاغذية	طرابلس	ذكر	29	6.883	23.929	0.032	0.000
		أنثى	46				
	المجاورة	ذكر	20				
		أنثى	11				

جدول (9): تأثير مستوى المعيشة على مدى الامام بقواعد سلامة الأغذية عند الشراء وعند تجهيز الوجبات الغذائية بالمنزل والتلوث العرضي ودرجة الحرارة الامنة للطهو على مدى اتباع القواعد الصحيحة في حفظ الأغذية في المنازل

المحور	المدينة	مستوي المعيشة	نسبه الوعي	Chi_square	المعنوية
مدى الامام بقواعد سلامة غذائية عند الشراء	طرابلس	ضعيف	89	3.227	0.072
		متوسط	73	35.957	0.000
		ممتاز	73	1.957	0.210
	المجاورة	ضعيف	33	3.227	0.072
		متوسط	42	35.957	0.000
		ممتاز	54	1.957	0.210
مدى الامام بقواعد العامة بالسلامة الغذائية عند تجهيز الواجبات بمنزل	طرابلس	ضعيف	100	6.519	0.011
		متوسط	88	27.441	0.000
		ممتاز	83	2.414	0.120
	المجاورة	ضعيف	33	6.519	0.011
		متوسط	63	27.441	0.000
		ممتاز	62	2.414	0.120
مدى اتباع القواعد الصحيحة للسلامة الغذائية أثناء حفظ الاغذية في المنزل	طرابلس	ضعيف	100	-	-
		متوسط	87	14.187	0.001
		ممتاز	97	2.030	0.154
	المجاورة	ضعيف	100	-	-
		متوسط	69	14.187	0.001
		ممتاز	87	2.030	0.154
مدى الامام بتلوث العرضي	طرابلس	ضعيف	75	0.917	0.338
		متوسط	80	0.122	0.941
		ممتاز	90	0.256	0.613
	المجاورة	ضعيف	100	0.917	0.338
		متوسط	78	0.122	0.941
		ممتاز	84	0.256	0.613
مدى الامام بدرجة الحرارة الامنة لطهو الاغذية	طرابلس	ضعيف	62	0.016	0.898
		متوسط	37	22.743	0.000
		ممتاز	43	4.931	0.000
	المجاورة	ضعيف	67	0.016	0.898
		متوسط	15	22.743	0.000
		ممتاز	15	4.931	0.000

وبصفة عامة تبين من خلال الجدول (8) تأثير الجنس على المستويات الخمس بلغت نسبة الوعي لدى الإناث في مدينة طرابلس والمدن المجاورة (78%، 39%)، (88%، 63%)، (92%، 70%)، (46%، 11%) على التوالي، أما الذكور (67%، 39%)، (87%، 61%)، (84%، 72%)، (29%، 11%) على التوالي كما أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود فروق معنوية عند مستوى معنوية ($p < 0.05$)، عند الشراء وتجهيز الوجبات الغذائية في المنزل واتباع قواعد الحفظ الصحيحة أثناء حفظ الأغذية بالمنزل ودرجة الحرارة الآمنة للطهو للأغذية. بينما لا توجد فروق معنوية عند نفس المستوى بين الإناث والذكور في مدينة طرابلس وبعض المدن المجاورة لها بخصوص مدى الإلمام بالتلوث العرضي.

أما بالنسبة لتأثير مستوى المعيشة على مدى الوعي في عينة الدراسة لمدى الإلمام بقواعد العامة لسلامة الغذائية عند الشراء تبين أنه يوجد علاقة بين الأفراد ذوي المستوى المعيشة الضعيف والمتوسط، بينما لا توجد فروق معنوية لذوي الدخل الممتاز لمدينة طرابلس وأيضا للمدن المجاورة، وكذلك الحال بالنسبة لمدى الإلمام بالقواعد العامة بالمنزل، أما مدى اتباع القواعد الصحيحة بحفظ الأغذية بالمنزل اتضح أنه توجد فروق معنوية لذوي المستوى المتوسط للمعيشة، بينما لا توجد فروق معنوية لذوي المستوى الممتاز للمعيشة وهذا يرجح لأن ذوي الدخل الممتاز في عينة الدراسة قليل جداً. أما مدى الإلمام التام بالتلوث العرضي لوحظ أنه لا توجد فروق معنوية لكل المستويات المعيشة في عينة الدراسة، بينما توجد فروق معنوية لذوي المستوى المعيشة المتوسط والممتاز بمدى الإلمام بدرجة الحرارة الآمنة لطهو الأغذية كما في الجدول (9).

الخلاصة والتوصيات

أشارت النتائج إلى وجود فروق معنوية بين وعي المستهلك في مدينة طرابلس بالمقارنة مع المدن المجاورة لها، كما بينت النتائج أيضاً ارتفاع نسبة الوعي المستهلك تجاه السلامة الغذائية في مدينة طرابلس مقارنة ببعض المدن المجاورة.

وعليه فإننا نوصي بالآتي:

- إعداد برامج تثقيفية وإعلامية للمواطنين والعاملين في مجال الأغذية للرفع وزيادة الوعي الصحي في مجال سلامة الأغذية، ونشر المعلومات والإرشادات المتجددة اللازمة.

- إجراء دراسات لقياس مستوى الوعي بكل ما يتعلق بشؤون ومتطلبات السلامة الغذائية لدى المستهلك الليبي في مدن ومناطق الشرق والجنوب الليبي.
- توعية المستهلك الى ان التشريعات والقوانين وحدها لن تستطيع حماية الفرد في كل الحالات ما لم يكن هناك وعي ومعرفة بمواقع ودرجات الخطورة في تناول الأطعمة غير السليمة، فهي مسؤولية فرد كما هي مسؤولية جماعة.

المراجع

المراجع العربية

1. المانع، ح.ع.، وشاكر، م. ح. 2000. مستوى معرفة ربات اسر طلاب كلية الزراعة. جامعة الملك سعود لظروف المناسبة لبعض أنواع الأغذية. نشرة بحثية رقم (90)؛ مركز البحوث الزراعية؛ جامعة الملك سعود.
2. المقداد، ف؛ الجنادي، أ.، ورفاعي، أ. 2014. قياس وعي المستهلك تجاه سلامة الغذاء والعوامل المؤثرة فيه. مجلة جامعة دمشق للعلوم الزراعية؛ 30 (2): 257 – 270.
3. عبدالمالك؛ أ. 2008. النظام الحديث لسلامة الغذاء (الهاسب). مجلة أسبوت للدراسات البيئية – العدد (32). مصر.

المراجع الأجنبية

1. Ajayi, O. A, and Salaudeen, T. 2014. Consumer food Saftyawareness and knowledge in Nigeria. Agriculture Journal:9(4):191-198.
2. Alrabadi, N. I.; AL-Massad, M and Alboqai, O. 2013. Food Safety: A Study of Jordanian Consumer's Knowledge and Practices. World Applied Sciences Journal. 22 (1): 35-40.
3. Bruhn, C. M and Schutz, H. G. 1999. Consumerfood SafetyKnowledghand Practices. Journal of Food Safety:(19): 73-87.
4. Eryilmaz, G. A. 2015. Factors affecting consumers' awareness of food safety Agro FOOD Industry Hi Tech, 26(3): 43-46.
5. Everal, St., and Mcleman, A. 2000. Analysis of consumer perceptions toward biotechnology. M.Sc.Thesis, Agriculture and mechanical College, Louisiana state University.

6. Fawzi, M., and Mona, E, S. 2009. Food safety knowledge and practices among women working in Alexandria University. Journal of Egypt public health association; 84 (1): 94 – 116.
7. Tomaszewska, M.; Trafialek, J.; Suebpongsang, P and Kolanowski, W. 2018. Food hygiene knowledge and practice of consumers in Poland and in Thailand - A survey. Food Control:(85): 76- 84.

حماية المستهلك من السلع المقلدة في ضوء التشريع الليبي

د. بحري محمد الغناني
أستاذ مشارك بعلم الاقتصاد الزراعي
جامعة سرت - كلية الزراعة
قسم الاقتصاد الزراعي
Bahr.ghanai@su.edu.ly

أ. حليلة لزه محمد السماع
محاضر مساعد بعلم الاقتصاد
جامعة سرت - كلية الزراعة
قسم الاقتصاد الزراعي
Haleemah.alzhar2019@su.edu.ly

أ. صباح عمر خليفة الساعدي
محاضر مساعد بعلم الاقتصاد
جامعة سرت - كلية الزراعة
قسم الاقتصاد الزراعي
Sabah.omar2019@su.edu.ly

الملخص:

ناقش البحث حماية المستهلك من السلع المقلدة في ضوء التشريع الليبي حيث هدف إلى إبراز ظاهرة التقليد وأهم أثارها ومدى خطورتها على السلع وعلى سلامة المستهلك، وتسليط الضوء على أهم الآليات التي جاء بها المستهلك وإبراز دورها في حمايته، وتكمن إشكاليته في مدى فاعلية التشريع الليبي في تحقيق حماية المستهلك من السلع المقلدة، وتكمن أهميته في بحث وتوضيح طبيعة الأثر الذي تتركه السلع المقلدة على المستهلك، واعتمد في منهجيته على المنهج الوصفي التحليلي وذلك في وصف أطراف العلاقة الاستهلاكية وكذلك ظاهرة التقليد وصفا موضوعياً، وتحليل أسبابها ودوافعها والآثار الناجمة عنها، ومدى خطورتها على السلع وعلى سلامة المستهلك، وتوصل البحث إلى نتائج تكمن في أن التقليد من الممارسات التجارية غير المشروعة التي جرمها المشرع كونها تلحق أضراراً جسيمة بالمستهلك، وإن المشرع الليبي وبالرغم من أنه وضع آليات وقائية وأخرى رديعية من أجل حماية المستهلك، إلا أنه لم يضمن الحماية الكافية للمستهلك لعدم فعالية هذه الآليات، وقد أوصى الباحث إلى العمل على تفعيل دور الهيئات المكلفة بالرقابة على السلع، والاستعانة بخبراء في هذا المجال من أجل ضمان الرقابة الفعالة، وتدعيم جمعيات حماية المستهلك وتوسيع نطاق نشاطها، وتعزيز حماية المستهلك من انتهاك حقوق العلامات التجارية وأثرها السلبي عليه.

الكلمات الدالة: التقليد، المستهلك، المتدخل، المشرع، المنتجات المقلدة.

Consumer protection of counterfeit goods in light of Libyan legislation

Ms. Bahri

Associate Professor of Agricultural Economics
of Economics

Mrs. Haleemah Alsamaa

Assistant Lecturer Ghanai

Mrs. Sabah Elsaadi

Assistant Lecturer of Economics

Abstract

The research discussed consumer protection from counterfeit goods in light of Libyan legislation where the aim of the research to highlight the phenomenon of counterfeiting and its most important effects and the extent of its seriousness on goods and consumer safety, and highlight the most important mechanisms that the consumer came and highlight its role in protecting it, its problem lies in the extent of The Libyan legislation in achieving consumer protection from counterfeit goods, and its importance lies in examining and clarifying the nature of the impact that counterfeit goods have on the consumer, and adopted in its methodology the descriptive analytical approach so that we can describe the parties to the consumer relationship as well as the phenomenon of imitation a topic description, and analyze its causes The research concluded that the tradition of illegal commercial practices criminalized by the consumer as causing serious harm to consumers, and that the Libyan legislature, although it has put in place preventive and deterrent mechanisms to protect consumers, has not guaranteed adequate protection for the consumer in the ineffectiveness of these mechanisms, and the research recommended that the role of the bodies responsible for controlling goods be activated, and the use of experts.

المقدمة

تتطور الحضارات الانسانية في العالم كل يوم وبشكل مستمر بفضل التقنية التكنولوجية مما أدى الى الانفتاح على الاسواق العالمية والتوسع في حجم المبادلات التجارية، وصاحب ذلك تنوع في أساليب الانتاج والتوزيع والاستهلاك، وبالتالي ارتفاع حدة التنافس بين المتعاملين الاقتصاديين من أجل تلبية رغبات المستهلكين بشتى الوسائل والطرق حتى وإن كانت هذه الأخيرة من قبل الممارسات التجارية غير النزيهة، ومن بين هذه الممارسات نجد التقليد الذي غزى الأسواق، وأصبح يشكل آفة في المجتمعات المعاصرة وأخذ في الانتشار على نطاق واسع وفي مختلف القطاعات و المجالات نتيجة لاستغلال مرتكبو أفعال التقليد للتطور العلمي والتكنولوجي الذي شهده العصر الحديث، مما سهل لهم الاعتداء على المنتجات الأصل حيث انتشرت السلع المقلدة بصفة هائلة حتى أصبح المستهلك لا يملك القدرة على التفرقة بين ما هو أصلي وما هو مقلد.

فالتقليد مجالاته عديدة ومن بين هذه المجالات نجد الملكية الصناعية التي أصبحت عرضة للاعتداء عليها بواسطة التقليد من قبل المتدخلين، باعتبار أن المتدخلين يظهروا في مركز قوي من خلال تحكمهم في عملية الاستهلاك، اللذين اتخذوا من تقليد العلامات والسلع الأصلية وسيلة مثلى لهم لجذب المستهلك وتحقيق الربح حتى وإن كان ذلك على حساب سلامة المستهلكين.

وبالمقابل فإن الطرف الثاني وهو المستهلك كونه لا يملك الخبرة والاحترافية التي يملكها المتدخل حول خفايا السلع والمنتجات، ولأنه هو الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية، استوجب ضرورة حمايته من غش المتدخلين اللذين يتمتعون بمركز اقتصادي قوي، لذلك يعد موضوع حماية المستهلك من المواضيع الصعبة والشائكة التي طرحت إشكاليات كبيرة في العديد من البحوث التي تسعى لوجود آليات فعالة حتى يضمن للمستهلك حقوقه ويقضي على ظاهرة التقليد التي مست بمصالحه المادية والمعنوية والتي لها تأثير سلبي كبير على حياته اليومية.

إشكالية البحث:

تكمن إشكالية البحث في مدى فاعلية التشريع الليبي في تحقيق حماية المستهلك من السلع

المقلدة.

أهداف البحث:

وبناءً على ما سبق فإن هذا الموضوع يهدف إلى:

- إبراز ظاهرة التقليد وأهم آثارها ومدى خطورتها على السلع وعلى سلامة المستهلك.
- تسليط الضوء على أهم الآليات التي جاء بها المستهلك وإبراز دورها في حمايته.

منهجية البحث:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي والتحليلي في وصف أطراف العلاقة الاستهلاكية وكذلك ظاهرة التقليد وصفا موضوعياً، وتحليل أسبابها ودوافعها والآثار الناجمة عنها، ومدى خطورتها على السلع وعلى سلامة المستهلك.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في بحث وتوضيح طبيعة الأثر الذي تتركه السلع المقلدة على المستهلك.

الدراسات السابقة:

• دراسة ابتسام حميلي

دراسة تحمل عنوان: حماية المستهلك من السلع المقلدة هدفت هذه الدراسة تبيان اهم مفاهيم المتعلقة بأطراف العلاقة الاستهلاكية ومحلها وإبراز ظاهرة التقليد وأهم آثارها ومدى خطورتها على السلع وعلى سلامة المستهلك، كما انها سلطت الضوء على اهم الآليات المستخدمة في حماية المستهلك ومبرزة دورها في حمايته، وهدفت ايضا عل الاطلاع على مهام الأجهزة المنوطة برقابة السلع والمنتجات لأجل حماية المستهلك.

وتوصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها انه خصص المشرع الجزائري للمستهلك قوانين خاصة به مثال هذه القوانين قانون حماية المستهلك وقمع الغش وبناءً عليه فقد اوجب المشرع الجزائري على المتدخلين بعضا من الالتزامات ومن أمثلة هذه الالتزامات ، إعلام المستهلك بكل ما يتعلق بالمنتوج بطريقة استخدامه خصائصه هل هو اصلي او مقلد وغيرها من المعلومات المتعلقة بالمنتوج وتوصلت ايضا الى ان التقليد من الممارسات التجارية غير المشروعة التي جرمها المشرع كونها تلحق اضراراً جسيمة بالمستهلك، واهم ما جاءت به الدراسة من توصيات العمل على ضم كل النصوص القانونية الخاصة بالمستهلك في تقنين واحد.

• دراسة شطابي علي

دراسة تحمل عنوان: حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري هدفت هذه الدراسة الى ضرورة التصدي حول المساس بالمنتوجات الاصلية والعلامات المميزة لها باستعمال اساليب التقليد.

وتوصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها توصلت الى تحليل النظام القانوني المكرس في التشريع الجزائري لحماية المستهلك من المنتوجات المقلدة، وأوصت الدراسة على ضرورة تسهيل عمل المؤسسات والهيئات في مكافحة التقليد فضلا عن توحيد نظام العقوبات ضد كل اشكاله وصوره.

الحماية الوقائية للمستهلك من المنتوجات المقلدة

يتعرض المستهلك في علاقته مع المتدخل إلى أضرار ومخاطر كثيرة تعرض حياته إلى الخطر وعلى هذا الأساس تكفل المشرع الليبي بحمايته من خلال فرضه لالتزامات على عاتق المتدخلين ووضع أجهزة تشرف على مراقبة السلع والمنتوجات، وقد نص القانون رقم (23) المتعلق بالنشاط التجاري لسنة 2010م، على مختلف الالتزامات المقررة عليهم.

أساسيات حول حماية المستهلك من التقليد

يعد المستهلك شخصا هاما في العلاقة الاستهلاكية الذي جعل المشرع لا يكتفي بالقواعد العامة التي اصبحت لا تضمن المساواة والحماية الكافية للمتعاقد المستهلك¹، ومن هنا سيتم توضيح العناصر المكونة للعلاقة الاستهلاكية المتمثلة في المستهلك والمتدخل، يلتزم المتدخل في اطار العلاقة الاستهلاكية بضمان سلامة المستهلك من المنتوجات سواء المصنوعة محليا أو المستوردة من حيث الجودة والتقييس وذلك من خلال العرض للاستهلاك، وتكتسي معرفة العناصر القانونية الاساسية حول حماية المستهلك من ظاهرة التقليد اهمية بالغة، تكمن في تحديد المفاهيم المكونة للعلاقة الاستهلاكية من حيث طرفيها وهما المستهلك (الفرع الأول) والمتدخل (الفرع الثاني) ومن حيث مضمونها المتمثل في المنتوجات أو السلع المستهدفة² (الفرع الثالث).

1 - ذهبية حامق، الالتزام بالإعلام في العقود؛ اطروحة دكتوراه دولة في القانون الخاص، جامعة الجزائر كلية الحقوق، السنة الجامعية، 2008/2009، ص 145.

2 - شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير في فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، جامعة الجزائر 1 - بن يوسف بن خدة كلية الحقوق السنة الجامعية 2013/2014 ص 2-7.

العناصر المكونة للعلاقة الاستهلاكية

الفرع الأول: المستهلك

يمكننا القول أن آراء الفقهاء اختلفت بشأن التوصل إلى مفهوم موحد للمستهلك، بين اتجاه ينادي بضرورة اعتماد مفهوم ضيق للمستهلك، واتجاه آخر ينادي بضرورة التوسع في هذا المفهوم وانطلاقاً من حجج ومبررات كل فريق يمكن معرفة موقف التشريع الليبي من مفهوم المستهلك وقد عرفه مشروع قانون حماية المستهلك في المادة الأولى منه بأنه (كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري المنتج، أو يتلقاه لغرض الاستهلاك الشخصي)¹.

الفرع الثاني: المتدخل

تعددت التسميات التي أطلقها المشرع للتعبير عن المدين بالالتزام بضمان الجودة والمطابقة، من بينها المحترف، المهني، الصانع، العون الاقتصادي، وغيرها من المصطلحات ومن المادة (1315) من القانون رقم (23) المتعلق بالنشاط التجاري، جاء المشرع بتسمية المحترف، ووضح مسؤولية المحترف النهائية ونصت " يكون موزع السلع والخدمات مسؤول عن الضرر الذي يحدث للمستهلك، جراء استعماله لها ولو اثبت من زوده بها"².

ويمكن تعداد الأشخاص المتدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك، المنتج أو الصانع، الوسيط، المستورد، الموزع والتاجر وقد عرف مشروع قانون حماية المستهلك المصنع "هو الشخص الذي يحول أو يجمع المواد الأولية أو الوسيطة إلى سلعة نهائية" وعرف المزود بأنه "كل شخص طبيعي أو اعتباري يقوم بتداول سلعة أو تقديم خدمة للمستهلك".

يمكن تعريفه للوسيط بأنه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتوسط في عمليات الإنتاج أو التوزيع، وتكون له علاقة مباشرة بمراحل عملية وضع المنتج للاستهلاك³، أما المستورد يقوم بعملية استيراد المنتجات من دول أجنبية، قصد إعادة بيعها في الأسواق المحلية، ويعد من المتدخلين نظراً لموقعه الحساس ضمن العملية الانتاجية.

والتاجر: هو كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملاً تجارياً ويتخذه مهنة معتادة له، ما لم

يقض القانون بخلاف ذلك⁴.

1 - ايمان صالح علاق، مظاهر الحماية الجنائية لمستهلك المواد الغذائية في ضوء التشريع الليبي، مجلة العلوم القانونية والشرعية، يونيو 2015، ص174.

2 - القانون رقم (23) المتعلق بالنشاط التجاري لسنة 2010م، المادة (1315).

3 - شطابي علي، مرجع سابق ص، 15.

4 - شطابي علي، مرجع سابق ص16.

الفرع الثالث: المنتجات (السلع المستهدفة)

يستخدم مصطلح المنتج في العلوم الاقتصادية انه ادخل في المجال القانوني نظرا لعدة اعتبارات ومبررات ويعد المنتج بمثابة المحل في عقد الاستهلاك ، بحيث يتم إبرام العقد بين المستهلك والمتدخل قصد الحصول على منتجات طبقا للاتفاق المبرم فيما بينهما كما أن معرفة أنواع المنتجات ليس الهدف منه حصرها، وإنما تكمن الأهمية من وراء ذلك في تحديد مجال تطبيق قوانين حماية المستهلك من حيث الموضوع¹، ووفقا لمشروع قانون حماية المستهلك فقد جاء تعريف المنتج أو السلع "هو كل منتج زراعي أو صناعي أو حيواني أو تحويلي بما في ذلك العناصر الأولية والمواد والمكونات الداخلة في المنتج"².

الإجراءات المطبقة في مراقبة المنتجات

أدى التقدم العلمي والاقتصادي في شتى مجالات الحياة إلى ارتفاع مستوى المعيشة لدى الأفراد وازدياد رغباتهم الاستهلاكية، مما أدى إلى تعرضهم للإصابة بالأضرار جراء غش وتقليد وفساد السلع التي تحصلوا عليها، وسوف يتم تناول الإجراءات المطبقة في مراقبة المنتجات في هذا المطلب، ان عملية مراقبة المنتجات لها أهمية بالغة من أجل توفير حماية فعالة للمستهلك، وذلك في ظل التزايد المستمر للمبادلات التجارية، ويستوي في ذلك أن يكون المنتج مصنوعا محليا أو مستوردا وتبعاً لذلك تدخل المشرع وأوجب رقابة وقائية إجبارية ، من خلال وضع آليات تتضمن حماية المستهلك من مخاطر وأضرار المنتجات المقلدة ، والكشف عنها قبل وقوعها وذلك عن طريق فرض المزيد من الالتزامات على المتدخلين.

مطابقة المنتجات للمواصفات القياسية

يقع على عاتق المتدخل التزام إخضاع منتجاته الى المواصفات القياسية المعتمدة وهو الالتزام الذي كان منظما بموجب قانون خاص بذلك هو القانون رقم (5) لسنة 1990 م، بشأن المواصفات والمعايير ، تكفل المشرع الليبي بحماية المستهلك من أي مخالفة للمواصفات القياسية ، الذي نص من خلاله على إنشاء المركز الوطني للمواصفات والمعايير القياسية ، إذ يعد المرجع المتخصص دون غيره بالمواصفات والمعايير القياسية من خلال تبنى وتطبيق نظم

1 - شطابي علي، مرجع سابق ص17.

2 - المشروع قانون بدون رقم لسنة 2017 بشأن حماية المستهلك، الفصل الاول، تعريفات واحكام عامة، المادة 1.

وطنية للمواصفات والمقاييس، وفقاً للممارسات الدولية المعمول بها¹، واعتبر بموجب المادة الرابعة من القانون رقم (5) السابق ذكره بأن (المواصفات والمعايير القياسية الوطنية منها والعالمية التي يعتمدها المركز واجبة التطبيق في جميع أنحاء البلد)² وورد أيضاً في المادة (5) من نفس القانون فيما يخص جريمة الإخلال بالمواصفات القياسية (مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد ينص عليها قانون العقوبات أو أي قانون آخر يعاقب كل من يخالف المواصفات والمعايير القياسية المعتمدة من المركز سواء كان ذلك في مرحلة التصنيع، أو الإنتاج أو الخدمات أو الاستيراد أو التصدير، أو غيرها بالحبس، أو بغرامة مالية لا تقل عن مائة دينار ولا تزيد عن ألف دينار)³.

مطابقة المنتجات للمواصفات القانونية

تعتبر المواصفات القانونية عن الخصائص والمميزات المطلوبة في سلعة أو خدمة لكي تحقق غرض معين ، وفي هذا الإطار لابد من الإشارة إلى الفرق بين الالتزام بالمطابقة والالتزام بالضمان ، فالالتزام بالضمان ينشأ على عاتق المتدخل (بائعاً ، صانعاً، موزعاً) بعد عملية البيع فهو التزام يهدف إلى حماية المصالح المادية للمستهلك ويترتب على قيامه في حالة ظهور عيب في المنتج والتزام المتدخل بتعديله وهو محدود لمدة معينة لا تقل عن 6 شهور، أما المطابقة فهو التزام يقع على عاتق المتدخل خلال كل مراحل عرض المنتج للاستهلاك وعليه الالتزام بالمطابقة أوسع من التزام الضمان وله مهمة وقائية يهدف إلى حماية صحة وامن المستهلك وغير محدد بمدة معينة⁴.

ووفقاً للتشريع الليبي في الفصل الثاني بخصوص سلامة المنتجات فقد نصت المادة (1310) من القانون رقم (23) لسنة 2010 بشأن النشاط التجاري، "يجب على كل شخص طبيعي أو اعتباري يصنع أو ينتج أو يوزع أو يستورد أو يصدر منتجاً، أو يتدخل في إنتاجه أو تصنيعه أو بيعه أو عرضه أو توزيعه لحسابه أو لحساب الغير الالتزام بالإنتاج والتوريد والنقل والعرض

1 - دليل المواصفات القياسية الليبية لعام 2007 م، الصادر عن اللجنة الشعبية العامة للتخطيط (سابقاً) المركز الوطني للمواصفات والمعايير القياسية، ط1 ، ص 1 .

2 - القانون رقم (5) لسنة 1990 م، بشأن المواصفات والمعايير، المادة الرابعة.

3 - القانون رقم (5) لسنة 1990 م، المادة 5.

4 - عائشة مزارى، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، رسالة ماجستير، جامعة وهران، كلية الحقوق والعلوم السياسية السنة الجامعية 2013/2012، ص 125، 126 .

وفقاً للمواصفات والمعايير الوطنية العالمية المعتمدة، أن يلتزم بأجراء التحاليل اللازمة للسلع والخدمات لدى الجهات الرقابية المختصة، وإجازتها قبل التسويق¹.

دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة السلع والخدمات

من المعروف إنه تم إعطاء أهمية كبيرة للمستهلك باعتباره فاعلاً أساسياً في الدورة الاقتصادية،

وبناءً على ذلك فإن القوانين الخاصة بحماية المستهلك ترمي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والتي تتجلى فيما يلي:

• إعلام المستهلك إعلاماً ملائماً وواضحاً بالمنتجات أو السلع أو الخدمات التي يفتنيها أو يستعملها.

• ضمان حماية المستهلك فيما يتعلق بالشروط الواردة في عقود الاستهلاك ولاسيما الشروط التعسفية والشروط المتعلقة بالخدمات المالية والقروض الاستهلاكية والقروض العقارية وكذلك الشروط المتعلقة بالإشهار والبيع عن بعد والبيع خارج المحلات التجارية.

• تحديد الضمانات القانونية والتعاقدية لعيوب الشيء المباع والخدمة بعد البيع وتحديد الشروط والإجراءات المتعلقة بالتعويض عن الضرر أو الأذى الذي قد يلحق بالمستهلك.

• تمثيل مصالح المستهلك والدفاع عنها وحماية أمن وسلامة المستهلك من كل الأضرار المادية والمعنوية.

ومن هنا يكون التساؤل مشروعاً حول مدى مساهمة جمعيات المستهلك في تحقيق مقاصد التشريع المشار إليها أعلاه والإنجازات التي حققتها في مجال الدفاع عن مصالح المستهلك يجب الإشارة بدايةً أن ليبيا عرفت نشأة العديد من الجمعيات التي تهتم بحماية وتوجيه المستهلك، وأن هذه الجمعيات تقوم بدور هام في التوعية والتحسيس والدفاع عن مصالح المستهلك، فهذه الجمعيات لها دور وقائي بحيث تقوم بإجراءات قبل أن تلحق بالمستهلك أي أضرار قد تصيبه من جراء الممارسات غير النزيهة كالتقليد، وبالتالي فهذه الجمعيات تقوم بإعلام المستهلكين ومراقبة السلع المعروضة عليهم كما تراقب مدى توافر السلع والمنتجات المعروضة للاستهلاك على الوسم والمواصفات القانونية والتنظيمية، ومن ضمن المادة (1309) من القانون (23) في حقوق المستهلك النقطة الخامسة "النقاضي مباشرة أو بواسطة جمعيات حماية المستهلك لحماية

¹ - القانون رقم (23)، المادة (1310).

حقوقه والمطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر" والنقطة السادسة " تكوين جمعيات حماية المستهلك والانضمام إليها"¹.

طبيعة أفعال التقليد والآثار المترتبة عنها

مما لا شك فيه أن التقليد هو أمر مخالف للقانون ويعاقب عليه فقد تم تعريفه بصيغ عديدة، فهناك من عرفه على أنه " إعادة صنع مزيف لمنتوج أو علامة أو براءة اختراع دون علم أصحابها"، وهناك تعريف آخر بأنه "استبدال للحقيقة والأصل بشيء كاذب مقلد مع الادعاء بأنه شيء حقيقي" وبالتالي فهو " اصطناع شيء من العدم وجعله متشابهاً مع الشيء الأصلي"².

طبيعة أفعال التقليد

لا شك أن أفعال التقليد تشكل عملاً عدائياً باعتبارها تستهدف المساس بالمنتجات الأصلية أو بالعلامات المميزة لها، وهي تضر العديد من الأطراف إذ لا تقتصر فقط في المساس بالحقوق الاستثنائية الخاصة بأصحاب المنتجات المشروعة وإنما تمتد لتمس بسلامة وأمن المستهلكين والمصالح الاقتصادية للدولة و الإنتاج الوطني ، لذلك فإن طبيعة التقليد تظهر في كون محله يستهدف المساس بالحقوق الاستثنائية الخاصة أولاً والحق الاستثنائي هو الحق الشخصي على الشيء، وأنه يشكل عملاً عدائياً ثانياً ، إضافة أن أضراره تلحق بالعديد من الأطراف ثالثاً.

آثار التقليد

إن التقليد جريمة والجريمة لها آثارها، وبالتالي فإن للتقليد آثار عديدة خطورتها جسيمة، على ملاك المنتجات الأصلية وأصحاب الملكية الفكرية والصناعية فحسب، بل تمتد هذه الآثار لتصيب المستهلكين واقتصاديات الدول وكذلك المؤسسات³.

الأضرار والخسائر التي تلحق بأصحاب المنتجات الاصلية

لما كان التقليد يشكل اعتداء على الحقوق الاستثنائية لأصحاب المنتجات الاصلية، من خلال استفادة مرتكبو افعال التقليد من مجهوداتهم والنتائج المحققة من طرفهم، فإن ذلك يؤدي الى تراجع الرغبة في تطوير الانتاج في المجالات التي تكون عرضة للتقليد والعزوف عن

1 - القانون رقم (23)، المادة (1309).

2 - ابتسام حميلي، حماية المستهلك من السلع المقلدة، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2018/2019، ص25.

3 - ابتسام حميلي، مرجع سابق، ص32.

الاستثمار فيها كما ان آفة التقليد تقتل روح الابداع الفكري، وتصبح عمليات التصنيع والانتاج يسودها الطابع التجاري على حساب تحقيق الجودة والنوعية الجيدة في المنتجات. وزيادة على ذلك فان التقليد يؤدي بلا شك الى التأثير على عطاء المؤلف او المنتج بحيث تمتد أضرارها لتصيب الانتاج الفكري لهما ماديا ومعنويا. وعليه نستخلص مما سبق ان التقليد يفقد المنتجات الاصلية جودتها وسمعتها في السوق بالإضافة الى انه يقتل الإبداع في نفوس المنتجين والمؤلفين.

آثار التقليد على المستهلكين واقتصاديات الدول

تتعرض آثار التقليد على طرف آخر وهو المستهلك الذي يحتاج الى الحماية مهما كان النظام الاقتصادي المتبع، والمستهلك هو الشخص الذي يمتلك سلعا لأجل استعمالها واستهلاكها، كما تمس هذه الظاهرة باقتصاديات الدول بشكل مريع وهو ما سيتم تناوله فيما يلي:

1. آثار التقليد على المستهلكين:

نعلم أن المستهلك هو شخص دائم التردد على السلع والمنتجات بحيث نجده يقتنيها بكثرة ودون توقف لحاجته الماسة لها؛ وبالتالي فهو دائما ما يقع في فخ الخداع المتبع من طرف مرتكبي فعل التقليد، ولا يمكن الخطر في كون المستهلك اقتنى منتج مقلد في حين أنه كان يظن بأنه أصلي بل الخطر كامن في ان ذلك المنتج المقلد ستنج عنه اضرار وخيمة قد تصيبه؛ خاصة وان كانت هذه المنتجات عبارة عن مواد غذائية او أدوية؛ مما يؤدي الى اصابته بضرر نفسي وجسماني أيضا.

2. آثار التقليد على اقتصاديات الدول:

للتقليد آثار سلبية كبيرة على اقتصاديات الدول فمن اهم واخطر الآثار التي يمكن ان يخلفها التقليد هي زرع الخوف في نفوس المستثمرين الاجانب وتهربهم من الاستثمار والتعاقد مع البلدان المصدرة للمنتجات المقلدة بالإضافة الى انه يؤدي الى انخفاض صادرات الدول نتيجة رفض منتجاتها في الأسواق الأجنبية خوفا من مخاطر التقليد، مما يؤثر على مستوى العملة ، وتغريمها بخسائر مباشرة في مجال الضرائب وكذلك الاختلال في توازن اسواقها وتعريض الشبكة الاقتصادية الخاصة بها الى الضعف والانهيار وفقدان الشفافية ، مما ينتج عنها ارتفاع في مستوى البطالة والحرمان الجماعي .

3. آثار التقليد على المؤسسات:

تمتد آثار التقليد لتصيب المؤسسات الوطنية، فهي تمس بحقوق ملكيتها وبسمعتها، وهذا ناتج عن المنافسة غير المشروعة التي تعتمد على تقليد المنتجات مما ينتج عنه خسائر معتبرة للمؤسسات صاحبة المنتج الأصلي، وتجدر الإشارة الى ان التقليد يركز على مجالات معينة للمؤسسات والمتمثلة في مجال البحث والتطوير، التسويق والاشهار، وهو ما يؤدي الى انخفاض اعمالها وفقدانها لحصص سوقية وإصابتها بأضرار معنوية ومادية إثر فقدان علاماتها لمميزاتها ومكانتها لدى الزبائن¹.

الحماية الردعية للمستهلك من المنتجات المقلدة

إن تحرير النشاط الاقتصادي بإلغاء القيود على ممارسة النشاطين التجاري والصناعي سيعود بالفائدة على الاقتصاد لكن في مقابل ذلك ينتج عن الحرية الاقتصادية المطلقة والغير منظمة نتائج عكسية تؤدي لامحالة الى القضاء على المنافسة الحرة طبقاً للمقولة "المنافسة تقتل المنافسة"، الشيء الذي يستدعي خلق آليات مناسبة تتولى التسيير الجيد في السوق وتعمل على ضبطه وتنظيمه حفاظاً على حرية الجميع في التجارة والصناعة لذلك اتجهت جميع الدول ومن بينها ليبيا الى انشاء هيئات رقابية وقضائية لتتولى هذه المهام.

ان مهام اجهزة الرقابة هي القيام بالتحريات حول أي منتج او سلعة او خدمة معروضة لاستهلاك ، وفحصها واخذ عينة او عينات لإجراء التحاليل والتأكد من مطابقتها، كما انها مؤهلة لمعاينة المخالفات واثباتها وتحرير محاضر بذلك ومن اهم المهام التي يقوم بها جهاز الرقابة هي الإجراءات الوقائية قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد صحة وامن المستهلك² ، تكفل المشرع حماية المستهلك غذائياً، وفقاً لأحكام القانون الصحي رقم (106) لسنة 1973 م، وذلك بما ورد في الفصل الثالث إلى الفصل السادس منه، ابتداءً بالمادة السادسة وانتهاءً بالمادة الثامنة عشر، وأقر بموجب الفصل الثالث والذي جاء بعنوان الرقابة على تداول الأغذية عدداً من الالتزامات أو ذات الطبيعة الوقائية أو الإرشادية، مستهدفاً من وراء إقرارها حماية صحة الإنسان عن طريق صحة ما يتناوله من أغذية.

وحيث أنه بإمكان الهيئات العامة أن تجعل من المنتجين في حذر دائم عن طريق قيامها بتفتيش مفاجئ على المشروعات الصناعية واختيار عينات جديدة من المنتجات والمنتج رغم

¹ - ابتسام حميلي ، مرجع سابق، ص 33،34.

² - عائشة مزارى، مرجع سابق، ص 139.

ارتكابه لمخالفات جسيمة لذا فان حماية المستهلك تظل مهددة بالخطر خاصة وبعد امتلاء الاسواق الليبية بالمنتجات المحلية والاجنبية المستوردة وظهور اساليب الغش والتقليد في المنتجات ، وردت جريمة خداع المتعاقد ضمن نص عام، وهو نص المادة (364) من قانون العقوبات، والتي جاءت بعنوان (الغش في مزاوله التجارة) كل تاجر أو صاحب محل مفتوح للجمهور يسلم للمشتري منقولاً، مملوكاً للغير، أو منقولاً مختلف من حيث أصله أو مصدره، أو وصفه أو كميته عن ذلك الذي أعلن عنه أو تم الاتفاق عليه كما وردت أيضاً ضمن أحكام الفصل الثالث من القانون رقم (23) المتعلق بالنشاط التجاري لسنة 2010م، (في نزاهة المعاملات الاقتصادية ومنع الغش) المادة (1316).

"يعتبر غشا كل اظهار او محاولة اظهار سلعة او خدمة ما بغير مظهرها الحقيقي، سواء اكان ذلك بإدخال الغش على المنتج ذاته، أو بضاعة بحياسة أو استعمال أدوات أو الات أو أساليب تساعد على الغش لتحقيق عائد أو مكسب مادي".

ويعتبر من أعمال الغش ما يلي¹:

1. صنع أو انتاج أو عرض أو تداول أو نقل أو استيراد أو حيازة سلعة بقصد الاتجار مع علمه بانها مغشوشة أو فاسدة أو سامة أو منتهية الصلاحية أو مخالفة للمواصفات القياسية المعتمدة.
2. استخدام موازين أو مكييل أو مقاييس غير معتمدة، أو ادوات أو الات من شأنها تدليس السلع والخدمات.
3. تسليم أو استعمال شهادة جودة بقصد الغش.
4. وصف السلع والخدمات أو التضليل في وصفها أو الاعلان عنها أو عرضها بأسلوب ينطوي على بيانات كاذبة أو خادعة.
5. خداع المستهلك في توفير السلع والخدمات في الأجال المتعاقد عليها، وفي طرق البيع وطرق الدفع.
6. الغش في مقدار السلع سواء في الوزن، أو الكيل، أو القياس، أو العدد، أو الطاقة، أو العيار، واستعمال طرق أو وسائل من شأنها جعل ذلك غير صحيح.
7. الغش في مصدر السلع أو طريقة صنعها أو تحضيرها.

¹ - القانون رقم (23)، المادة (1316).

8. الغش في ذاتية السلع والخدمات، أو طبيعتها، أو جنسها، أو نوعها، أو عناصرها، أو صفاتها الجوهرية.

الحماية الجزائية للمستهلك من المنتجات المقلدة

تعتبر افعال التقليد جريمة يعاقب عليها القانون ، فقد جرمها القانون الليبي كونها تمس بمصلحة المستهلك وتؤثر على سمعة المنتجات الاصلية ، ووقع عليها عدة عقوبات ، بعد أن كان المستهلك يتعامل لإشباع معظم حاجاته الشخصية مع القطاع العام الذي لا يسعى إلى تحقيق الربح فقد أصبح الآن في مواجهة قطاع خاص يسعى إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح على حسابه ومصالحه المشروعة، وفي مواجهة محترفين مسلحين بأقوى الأسلحة في سبيل تحقيق أغراضهم في الربح، بغض النظر عن مشروعية هذه الوسائل، وهو لا يدري بما يدور في سوقه الوطني من حيث البيانات والأسعار ومكونات السلع ودرجات الجودة وغيرها. وإذا كان المستهلك في حاجة إلى الحماية منذ القدم، فإن حاجته إليها في العصر الحديث قد تعاظمت وأصبحت أكثر إلحاحاً، نتيجة التطور الهائل الذي شمل كل نواحي الحياة الاقتصادية إقليمياً وعالمياً، حيث تطورت أساليب الإنتاج وتنوعت طرق التوزيع وتعددت فنون الدعاية والإعلان عن المنتجات والخدمات وحلت المواد الكيماوية والاصطناعية محل المواد الطبيعية المكونة للسلع المختلفة وخاصة منها الغذائية والدوائية ولم يعد الحال كما كان عليه من قبل يعتمد على استعمال المنتجات الطبيعية، وإنما صار الأمر إلى التهافت على المواد الكيماوية أو الصناعية التي قد تكون حارقة أو كاوية أو ذات اثار جانبية ، كما شمل التطور أيضاً أساليب الغش والتزيف، حيث ضاع مفهوم القناعة في الكسب المشروع والتعاون على ما ينفع الناس وطغى زبد الأهواء الجامحة والسعي إلى الربح السريع وغير المشروع إضراراً بجمهور المستهلكين في صحتهم وسلامتهم وذمتهم المالية كما تطورت وسائل إغراء المستهلك وإغوائه لدفعه واستمالاته إلى اقتناء السلع المختلفة والاستفادة من الخدمات الأمر الذي يكون معه المستهلك في حاجة إلى الحماية القانونية بقانون خاص ليس لضمان صحته وسلامته البدنية وذمته المالية فحسب، وإنما لضمان سلامته المعنوية أيضاً بتوفير أفضل الشروط التي تكفل له سلامة رضاه وحرية إرادته واختياره ليكون في مأمن من التضليل وفي ملجأ من الخداع والاستغلال.

وجاء في التشريع الليبي وفقاً لقانون العقوبات الليبي في نص المادة (307) غش المستهلكات وتقليدها: يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين كل من أفسد أو غش أو قلد مياهاً أو مواد غذائية أو غيرها مما هو معد للاستهلاك العام قبل سحبها أو توزيعها أو الإتجار بها فصيورها خطرة على الصحة العامة. وتكون العقوبة الحبس إذا وقع الغش أو التقليد على مواد طبية.

وفي المادة (308) الإتجار بالمواد المسممة أو المغشوشة أو المقلدة: يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادتين (306) و (307) كل من حاز للتجارة أو عرض للبيع أو وزع للاستهلاك مياهاً أو مواد أو أشياء أخرى كان قد سممها أو غشها أو قلدتها غيره بحيث أصبحت خطرة على الصحة العامة مع علمه بذلك وذلك إذا لم يكن شريكاً في الجرائم المنصوص عليها في المادتين المذكورتين¹.

وتعتبر جريمة التقليد من الأفعال غير المشروعة التي تضر بعدة اطراف ، لاسيما انها تمس بالمصلحة العامة للمجتمع ، ما جعل المشرع يتدخل من خلال تجريم افعال التقليد التي تستهدف مكونات المنتج في حد ذاته او العلامة المميزة للمنتج ، وذلك بموجب المادة (1263) من الفصل الرابع الخاص بالعقوبات من القانون رقم (23) التجاري لسنة 2010 " تزوير العلامة يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة لا تقل عن ألف (1000 دينار) ولا تزيد على عشرة آلاف (10000 دينار) أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من قام بفعل من الأفعال الآتية:

- زور علامة تم تسجيلها طبقاً للقانون.
- وضع عن سوء قصد على منتجاته علامة مملوكة لغيره.
- باع أو عرض للبيع أو للتداول، أو حاز بقصد البيع، أو أدخل للبلاد بقصد الاتجار علامة مزورة أو منتجات عليها علامة مزورة مع علمه بذلك".

المادة (1264): تقليد العلامة يعاقب بذات العقوبة الواردة بالمادة السابقة كل من قلد عن

سوء قصد علامة تجارية مسجلة أو استعملها².

¹ - قانون العقوبات الليبي.
² - القانون رقم (23)، المادة (1263).

الحماية المدنية للمستهلك من المنتجات المقلدة

إن وعي المستهلك بحقوقه وواجباته في إطار العلاقة التبادلية هو الضامن الأساسي لحمايته من ممارسات الغش والاستغلال التي تمارس تجاهه. وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى أن حماية المستهلك تستند إلى حقيقة هامة؛ تقوم على الاعتراف بعدم التوازن بين حقوق كل من المستهلك والمنتج، وأن عدم التوازن هذا يميل في الواقع لصالح المنتج والبائع.

لقد عانى المستهلك الليبي لفترات طويلة ولازال، من الآثار السلبية لكثير من الممارسات التسويقية التي غلب عليها الغش والخداع والاستغلال، رغم أن ظاهر هذه الممارسات يوحي بالحرص على خدمة المستهلك وإرضائه، واعتباره ومن وجهة نظر المنتج طرفاً رئيساً في المبادلات التي تُعقد في السوق، والتي من المفترض جدلاً أن تتم وفق أسس مشروعة وضوابط محددة، تضم حقوق الطرفين أيّاً كانت طبيعة السوق والطرف المسيطر فيها¹، ان الحماية المدنية للمستهلك من الإشهارات التجارية المضللة والتي الحقت به اضراراً نتيجة للأساليب غير المشروعية التي استعان بها المعلن لإقناع المستهلك لاقتناء سلع وخدمات هذا الأخير ، تتجسد هذه الحماية من خلال اولا تكيف الضرر الذي لحق بالمستهلك وثانيا من خلال معرفة نوع الدعوى بالنظر الى الشخص الذي له الحق في رفعها، اضافة الى الجهة القضائية المختصة². تعتمد الحماية المدنية على مجموعة من الدعاوي القضائية التي يمكن من خلالها حماية المستهلك وضمان حصوله على منتجات غير مقلدة وتتمثل هذه الدعاوي في دعوى الضمان، ودعوى المنافسة غير المشروعة.

دعوى الضمان

وهو أن يلتزم المتدخل بالضمان وعن الوسائل المستعملة التي يمكن من خلالها ان يقوم الاخير بالالتزام بالضمان ، ومن القانون رقم (23) الفصل الخامس ضمان السلع والخدمات نصت المادة (1322) ضمان الجودة مع مراعاة ما تقضي به القواعد العامة "يعد الموزع ضامنا لما يقدمه من سلع وخدمات، وفي حالة وجود عيب بالسلع يتعين عليه ضمان إصلاحه أو استبداله أو إرجاع ثمنه حسب اختيار المستهلك، ويبقى حق الضمان قائماً ولو انتقلت ملكية

1 - الطاهر محمد الهليلي، مدى توفر حقوق المستهلك في السوق الليبي من منظور تسويقي " بحث ميداني استكشافي لمدى توافر الحقوق الانسانية للمستهلك من وجهة نظر جمهور المستهلكين الليبيين بمدينة طرابلس، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، كلية الاقتصاد والتجارة زليتن /الجامعة الاسمرية الاسلامية، العدد9، 2017، ص 134.
2 - عائشة مزارى، مرجع سابق، ص218.

السلعة إلى الغير، ويقع باطلا كل اتفاق على إسقاط أو انتقاص هذا الضمان¹، وكما أن هناك وسائل ردية يلجأ إليها المستهلك ، غير ان هذه الوسائل لا يمكن اللجوء إليها إلا في حالة توافر شروط معينة من بينها اكتشاف العيب في المنتج من قبل المشتري بالإضافة الى قيام المشتري ببعض الالتزامات السابقة لمرحلة رفع دعوى الضمان.

أولاً: شروط دعوى الضمان

1. شرط الصفة: حتى تقبل دعوى الضمان التي يرفعها المدعي او المستهلك ضد المتدخل لابد ان تتوفر فيه صفة المستهلك وفقاً للتعريف الذي اخذ به المشرع الليبي.
2. شرط المصلحة: ومن الاحكام العامة لقانون المرافعات المدنية والتجارية المادة (4) شرط توافر المصلحة: لا يقبل أي طلب أو دفع لا يكون لصاحبه فيه مصلحة قائمة يقرها القانون، ومع ذلك تكفي المصلحة المحتملة إذا كان الغرض من الطلب الاحتياط لدفع ضرر محقق أو الاستيثاق لحق يخشى زوال دليله عند النزاع فيه²، ومجال تطبيق هذا الشرط بالنسبة لدعوى الضمان يتمثل في وجود عيب في السلعة التي اقتناها المستهلك من المتدخل لان وجود العيب بالمنتج هو اساس رفع دعوى الضمان.
3. شرط ميعاد رفع الدعوى: نصت المادة (6) من قانون المرافعات المدنية والتجارية - شرط الاعلان: إذا نص القانون على ميعاد حتمي لرفع دعوى أو طعن أو أي إجراء آخر يحصل بالإعلان، فلا يعتبر الميعاد مرعياً إلا إذا تم إعلان الخصم خلاله ، وعليه فان المشتري ملزم بإخطار البائع بالعيب الموجود في المنتج متى اكتشف ذلك في اجل معقول بعدها يمكنه رفع دعواه .

ثانياً: دعوى المنافسة غير المشروعة

يمارس المتدخلين نشاطاتهم التجارية داخل السوق بكل حرية ، بحيث يسعى كل واحد منهم الى تلبية رغبات المستهلكين وجذب اكبر قدر منهم ، غير انهم يلجؤون الى استعمال طرق غير مشروعة لتحقيق مبتغاهم وهو ما يتنافى مع مبدأ حرية المنافسة ومع قانون السوق الا ان

1 - القانون رقم (23)، المادة (1322).

2 - قانون المرافعات المدنية والتجارية.

3 - قانون المرافعات المدنية والتجارية

4 - ابتسام حميلي، مرجع سابق، ص64.

المنافسة كعمل مشروع قد تتعدى حدودها الطبيعية لتتحول الى عمل غير مشروع نتيجة وصول البعض الى وسائل تتنافى مع اعراف وعادات التجارة والاصول الشريفة الواجب مراعاتها في المعاملات التجارية، وهو ما ينتج عنه ملاحقة هؤلاء المتدخلين بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة.

• نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة

قد يحدث وان يرتكب المتدخلين أفعال منافية للمنافسة المشروعة كبيع منتجات مقلدة مثلا، مما يؤدي الى الحاق الضرر ببعض الاشخاص ، ويحق لكل من اصابه ضرر من فعل المنافسة غير المشروعة أن ترفع دعوى المنافسة غير المشروعة أمام القضاء المختص للمطالبة بجبر الضرر ، وبالتالي فان الشخص رافع الدعوى لا يقتصر على صاحب المنتج محل الاعتداء ، بل يشمل كل شخص لحقه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة ومن بينهم هؤلاء المستهلكين المتضررين كما يمكن للمستهلكين رفع هذه

¹ الدعوى من اجل التعويض عن الاضرار اللاحقة بهم ، حيث اوجب في مشروع قانون حماية المستهلك وقمع الغش وايضا في القانون رقم (23) بشأن النشاط التجاري في الفصل الثالث في نزاهة المعاملات الاقتصادية ومنع الغش.

• الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة على اساس النظرة القانونية القائلة بان " كل اضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر أي أن من سبب ضرراً يلزم بالتعويض عنه ، فالقواعد القانونية تفرض التزام عند الاضرار بالغير على الكافة ، وبناءً على ذلك فانه يحق لكل من اصابه ضرر من فعل المنافسة غير المشروعة المؤدية الى اقتناء المستهلك

² او استعماله لمنتجات مقلدة في حد ذاتها او تقليد علاماتها المميزة لها ، ان يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة امام القضاء المختص ليطالب التعويض جبرا للضرر على كل من شارك في احداثه متى توافرت عناصر هذه الدعوى المنصوص عليها في احكام المادة (173) من الفصل الثالث العمل غير المشروع من القانون المدني الليبي ، "يقدر

1 - ابتسام حميلي، مرجع سابق، ص66.
2 - ابتسام حميلي، مرجع سابق، ص66.

القاضي مدى التعويض عن الضرر الذي لحق المضرور طبقاً لأحكام المادتين (224) و(225) مراعيًا في ذلك الظروف والملابسة، فإن لم يتيسر له وقت الحكم أن يعين مدى التعويض تعييناً نهائياً، فله أن يحتفظ للمضرور بالحق في أن تطالب خلال مدة معينة بإعادة النظر في التقدير¹.

النتائج:

1. التقليد من الممارسات التجارية غير المشروعة التي جرمها المشرع كونها تلحق أضراراً جسيمة بالمستهلك.
2. إن المشرع الليبي وبالرغم من أنه وضع آليات وقائية وأخرى رديعية من أجل حماية المستهلك، إلا أنه لم يضمن الحماية الكافية للمستهلك لعدم فعالية هذه الآليات.
3. عدم كفاية وفعالية النصوص القانونية في عدة قوانين ضمن التشريع الليبي فيما يتعلق بحماية المستهلك من السلع المقلدة.
4. النصوص القانونية الخاصة بالمستهلك متفرقة وكثيرة الأمر الذي صعب علينا عملية البحث.
5. القوانين المتعلقة بحماية المستهلك لم تحوي نصوص قانونية صريحة تتعلق بمكافحة أفعال التقليد التي تقع على المنتجات أو العلامة المميزة لها، وأن المنتجات المقلدة أصبحت منتشرة بصفة هائلة في الأسواق.

التوصيات:

1. إن ظاهرة تشتت وتفرق النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، وعدم تنظيمها في نص قانوني خاص ومستقل، بهدف ضمان حصول المستهلك على منتجات أصلية، أثار ذلك عدة اشكالات نظرية وتطبيقية، لذلك أصبح من الضروري تفعيل التطبيق الصارم للنصوص القانونية السارية، مع العمل على تجميع هذه القواعد في نص تشريعي واحد.
2. العمل على تفعيل دور الهيئات المكلفة بالرقابة على السلع، والاستعانة بخبراء في هذا المجال من أجل ضمان الرقابة الفعالة والصحيحة.
3. تدعيم جمعيات حماية المستهلك وتوسيع نطاق نشاطها.
4. تعزيز حماية المستهلك من انتهاك حقوق العلامات التجارية وأثرها السلبي عليه وما ينتج عنه من لبس لديه يؤدي إلى عدم التمييز بين ما هو ملائم له، وبين ما هو ضار بصحته.

¹ - القانون المدني الليبي.

المراجع

1. ابتسام حمبلي، حماية المستهلك من السلع المقلدة، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي - ام البواقي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2018/2019.
2. الطاهر محمد الهميلي، مدى توفر حقوق المستهلك في السوق الليبي من منظور تسويقي " بحث ميداني استكشافي لمدى توافر الحقوق الانسانية للمستهلك من وجهة نظر جمهور المستهلكين الليبيين بمدينة طرابلس، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، كلية الاقتصاد والتجارة زليتن /الجامعة الاسمرية الاسلامية، العدد9، 2017.
3. ايمان صالح علاق، مظاهر الحماية الجنائية لمستهلك المواد الغذائية في ضوء التشريع الليبي، مجلة العلوم القانونية والشرعية، يونيو 2015.
4. دليل المواصفات القياسية الليبية لعام 2007 م، الصادر عن اللجنة الشعبية العامة للتخطيط (سابقاً) المركز الوطني للمواصفات والمعايير القياسية، ط 1.
5. ذهبية حامق، الالتزام بالإعلام في العقود؛ اطروحة دكتوراه دولة في القانون الخاص، جامعة الجزائر كلية الحقوق، السنة الجامعية، 2008/2009.
6. شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير في فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، جامعة الجزائر - 1 بن يوسف بن خدة كلية الحقوق السنة الجامعية 2014/2013.
7. عائشة مزاري، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، رسالة ماجستير، جامعة وهران، كلية الحقوق والعلوم السياسية السنة الجامعية 2012/2013.
8. القانون المدني الليبي.
9. القانون رقم (5) لسنة 1990 م، بشأن المواصفات والمعايير.
10. القانون رقم (23) المتعلق بالنشاط التجاري لسنة 2010م.
11. القانون رقم 106 لسنة 1973م، بشأن القانون الصحي ولائحته التنفيذية.
12. المشروع قانون بدون رقم لسنة 2017 بشأن حماية المستهلك.
13. قانون العقوبات الليبي.
14. قانون المرافعات المدنية والتجارية الليبي.

حقوق وواجبات المستهلك من وجهة نظر طلبة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية
بجامعتي صبراتة والزاوية - دراسة ميدانية لحقوق وواجبات المستهلك في ليبيا

أ . الهادي رحومه خلف الله

أ . أحمد موسى الزلعوطي

كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة صبراتة

كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة صبراتة

E-mail :elhadiarhouma@gmail.co

د . المبروك عبدالله مسعود

كلية العلوم - جامعة الزاوية

الملخص

تناولت هذه الدراسة الميدانية التعريف بحقوق وواجبات المستهلك في السوق الليبي من وجهة نظر طلبة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعتي صبراتة والزاوية. وهدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى معرفة المستهلك الليبي بحقوقه التي اقرتها الامم المتحدة ومدى التزامه بواجباته، ومدى معرفة المستهلك الليبي بمحاولات اصدار وتفعيل قانون حماية المستهلك. اوصت الدراسة الى ضرورة استحداث برامج تثقيفية لإرشاد المستهلك الليبي وتوعيته بحقوقه الاساسية، من خلال خطة وطنية شاملة هدفها نشر الوعي الاقتصادي بحقوق المستهلك وطرق المحافظة عليها. واوصت الدراسة ايضاً بسرعة العمل على اصدار قانون حماية المستهلك الليبي بأسرع وقت، والتعاون بين كافة اجهزة ومؤسسات الدولة الرسمية وغير الرسمية بما في ذلك مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات المهنية في ضمان حصول المستهلك الليبي على حقوقه الاساسية، ودعم وتشجيع إنشاء الجمعيات والاتحادات التي تهتم بحقوق وواجبات المستهلك في ليبيا.

الكلمات الدالة: حقوق وواجبات المستهلك، السوق الليبي، حماية المستهلك.

Abstract

In this study we tried to check the reality of consumer rights and obligations in the Libyan market, from the viewpoint of the Economics and Political Science students at Sabratah and Zawia Universities. The main objective of this study was to identify the extent of Libyan consumer's knowledge of consumer rights and obligations approved by the United Nations and the extent of his commitment to them. Also, to know the extent of Libyan consumer's knowledge on the Consumer's Protection Law. The study has recommended to organize systematic programs to educate and guide Libyan consumers in general, about the basic consumer rights through a comprehensive national plan aimed at spreading economic awareness of consumer rights, and ways to preserve them. The study also recommended to issue the Libyan Consumer Protection Law as soon as possible. It also recommended the cooperation between all official and unofficial agencies and institutions, including civil society institutions and professional societies, in ensuring the consumer's access to his/her basic rights in Libya. It also recommended supporting and encouraging the establishment of associations and unions that are focused on the rights and obligations of the Libyan consumer.

Key words: Consumer Rights and Obligations, Libyan Market, Consumer Protection.

المقدمة

تعد قضية تحديد وتوضيح وحماية حقوق المستهلك من القضايا المتأصلة من القدم، بيد أن الاهتمام بهذه القضية شهد ازديادا ملحوظا في الآونة الاخيرة مع ظهور منظمات ومؤسسات محلية ودولية تعنى بهذه المسألة، ويعتبر مدى وعي المستهلك بحقوقه وواجباته امرا اساسيا في قدرته على المطالبة بحقوقه والتزامه بواجباته. وبالرغم من الدور الذي تلعبه منظمات ومؤسسات حماية المستهلك الا ان المستهلك يبقى هو الحلقة الاضعف في اي نزاع او صدام لانتزاع حقه او اثبات التزامه بواجبه. ومع التطور المتسارع للصناعات، أصبح اعتماد المستهلكين على المنتجات أمرا في غاية الضرورة فاستعمال تلك المنتجات بشكل يومي متكرر أدى إلى تزايد أخطارها. إلا أن الأخطار التي تهدد المستهلكين، سواء أكانت تلحق الأذى بالأجساد أو الأموال، لم تقل من إقبالهم المتزايد عليها (حنتولي، 2009).

يعتقد بعض المهتمين والمتابعين لحقوق المستهلك ان نشأة تلك الحقوق كانت بعد ظهور حركات وجمعيات ومنظمات تطالب بحماية المستهلك وإقرار حقوقه وجعله الطرف المهم في المعادلة له حق الاختيار المعرفة والأمان والسلامة... الخ ولهذا توج هذا الجهد بقرار الأمم المتحدة في 1985 بإعلان حقوق المستهلك وإصدار المبادئ التوجيهية والإرشادات التي تشكل منظومة حماية مرجعية لكل الدول والحكومات (عبود، 2007). فيما يرى البعض الآخر ان نشأة تلك الحقوق في شكلها الحالي كانت منذ إعلان الرئيس الأميركي الأسبق جون كندي في العام 1962م عن حقوق المستهلك.

ولما كان المستهلك هو الطرف الأضعف في أية علاقة تبادلية، مقارنة بالأطراف الأخرى في السوق، فإن تحقيق التوازن المطلوب في هذه العلاقة يتطلب حصول المستهلك على حقوقه الأساسية وهو السبيل لحمايته من الأطراف الأخرى ومن نفسه كذلك، نتيجة جهله بهذه الحقوق وضعف وعيه بها وقلة معرفته لها، إلى الحد الذي يجعله عرضة لكافة الممارسات غير القانونية وغير الأخلاقية التي تُرتكب ضده، وتسلبه هذه الحقوق المهمة والأساسية (الهميلي، 2017).

وتعد ليبيا احدي الدول التي تأخرت نسبياً في مجال حماية المستهلك وخصوصاً في اصدار قانون لحماية المستهلك علي الرغم من وجود الكثير من التشريعات والقوانين التي اقتصت بأحد الجوانب او اكثر في مجال حماية المستهلك فمثلاً صدر قانون الموازين والمكاييل والمقاييس رقم 73 في سنة 1958م، والذي نص في مادته التاسعة علي ما يلي "يكون لموظفي الجهة المختصة

بفحص الموازين والمكاييل والمقاييس في كل ولاية ومفتشيها صفة رجال الضبط القضائي فيما يتعلق بتنفيذ أحكام هذا القانون واللوائح والقرارات الصادرة بمقتضاه ويكون لهم في هذا الشأن سلطة إثبات الجرائم التي تقع بالمخالفة لهذه الأحكام ولهم أن يدخلوا لهذا الغرض أثناء ساعات العمل في جميع الأماكن التي تستعمل فيها الموازين والمكاييل والمقاييس وآلات الوزن والكيل والقياس أو تعرض فيها للبيع أو تكون محجوزة بقصد البيع ولهم أيضاً ضبط ما يوجد بها مخالفاً لأحكام هذا القانون".

وصدر قانون جهاز الحرس البلدي لسنة 1965 م وتعديلاته وآخرها سنة 2016 م حيث يختص هذا الجهاز بمراقبة القوانين واللوائح في عديد المجالات والتحقق من الالتزام بها ومنع الاخلال بها وضبط انتهاكها ومن هذه المجالات على سبيل الذكر لا الحصر مراقبة تنفيذ قوانين الرقابة على الاسعار، حماية البيئة، النظافة العامة، مراقبة الغش الصناعي والتجاري الخ. وقانون الرقابة على الأسعار الذي نص في مادته الثانية عشر علي ما يلي "على كل من يعرض البيع بالجملة أو التجزئة سلعةً أو بضائع أو منتجات أن يضع عليها أو على أغلفتها أو أوعيتها سعرها بطريقة واضحة ولو كانت السلعة أو البضاعة أو المنتجات مستثناة من نظام تحديد الأسعار، ويجب على المحلات التي تقدم أعمالاً أو خدمات تسد حاجة عامة للجمهور أن تضع في كل مكان ظاهر في المحل بياناً بأسعارها يكتب بطريقة واضحة، وفي جميع الأحوال يجوز للجنة الشعبية العامة للاقتصاد والتجارة الخارجية أن تحدد أماكن معينة أو كيفية خاصة لوضع أو كتابة قوائم الأسعار في المحل".

وصدر القانون رقم 15 الخاص بحماية وتحسين البيئة. وتوجد أيضاً العديد من المؤسسات والمراكز مثل مركز الرقابة على الأغذية والأدوية، مركز البحوث الصناعية، مركز البحوث الزراعية، مركز البحوث النووية، المركز الفني لحماية البيئة، مركز البحوث التقنية، مركز بحوث الاحياء المائية، مركز بحوث النفط، مجمع بنغازي الغذائي والمركز الوطني للمواصفات والمعايير القياسية، وايضاً الجمعيات والمنظمات التي تأسست اخيراً مثل منظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك والتي تأسست سنة 2017 م وهي منظمة مجتمع مدني تعنى بحقوق المستهلك ونشر الوعي الثقافي العام وجمعيات حماية المستهلك.

وعلي الرغم من المحاولات العديدة لإصدار قانون حماية المستهلك خلال السنوات الماضية الا انه لا يوجد قانون لحماية المستهلك في السوق الليبي ولازال المستهلك يعاني من مشاكل في

الحصول على السلع الأساسية وتحقيق الاشباع منها سواء بالنوعية او الجودة او الاسعار المناسبة. الامر الذي أثر سلبا على حماية المستهلكين الليبيين وقلل من قدرتهم على الحصول على الحد الأدنى من حقوقهم. ومما يؤكد ذلك كله هو الانتشار الواسع لممارسات الغش والاستغلال والخداع في صور مختلفة لا حصر لها، والتي يتعرض لها المستهلك في السوق الليبي (الهميلي، 2017).

مشكلة الدراسة

أصبحت حماية المستهلك اليوم في مقدمة اهتمامات الحكومات والدول، حيث يعكس اهتمام الدول بالمستهلكين مدى قيمة الإنسان والمواطن لدى هذه الدولة، وبما ان المستهلك يمثل الطرف الأضعف وحمايته تعد هدفا ساميا للدول المعاصرة، وفي ظل الاختلافات في القدرة الاقتصادية، ودرجة المعرفة، والقدرة على التأقلم النفسي والاقتصادي بين المستهلكين من جهة والقوى الاقتصادية التي يتعاملون معها من جهة أخرى، فان مثل هذه القوانين أضحت من الاولويات الرئيسية لضمان استقرار المجتمعات، وذلك بسن قوانين لحماية المستهلكين تتوافق مع عرف وطبيعة المجتمع. وبالرغم من ذلك تبقى ثقافة المستهلك ومدى درايته بحقوقه وواجباته ركنا اساسيا في نجاح أي قانون او تشريع تسنه الحكومات، ففي ظل تدني مستوى معرفة المستهلك بحقوقه فلن يستطيع المطالبة بها أو حتى التأكد من توافرها من عدمه. مع ذلك فإنه لايزال الحديث عن حقوق المستهلكين وحمايتهم متداولاً بشكل محدود في المحافل البحثية المعنية بحماية حقوق المستهلكين.

وتعد ندرة وقلة الدراسات فيما يتعلق بوعي المستهلك الليبي بحقوقه ومدى توافرها بالسوق وواجباته ومدى التزامه بها دافعا للخوض في هذه الجزئية بالبحث والدراسة. ولأهمية وعي وفهم المستهلك لحقوقه وواجباته ومدى توافرها بالسوق الليبي، تهدف هذه الورقة الى دراسة مدى استيعاب وفهم شريحة من شرائح المجتمع (طلبة كليتي الاقتصاد بجامعة صبراتة والزاوية) لحقوقهم وواجباتهم كمستهلكين، ومدى توافرها في السوق الليبي من عدمه بناء على وجهات نظرهم.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما مدى معرفة المستهلك الليبي بحقوقه وواجباته الأساسية وتوافرها بالسوق الليبي؟ ومدى معرفته بمحاولات اصدار وتفعيل قانون حماية المستهلك؟ من وجهة نظر طلاب كليتي الاقتصاد بجامعة صبراتة والزاوية؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى تقصي وجهات نظر شريحة مهمة من المجتمع الليبي سعيا للاتي:

1. التعرف على مدى معرفة المستهلك الليبي بحقوق المستهلك التي اقترتها الامم المتحدة.
2. التعرف على مدى معرفة المستهلك في السوق الليبي بواجباته الأساسية، ومدى التزامه بها.
3. التعرف على مدى معرفة المستهلك الليبي بتوافر حقوقه التي اقترتها الامم المتحدة.
4. التعرف على مدي معرفة المستهلك الليبي بمحاولات اصدار وتفعيل قانون حماية المستهلك.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية اجراء هذه الدراسة من كونها تتناول موضوعا مهما في السوق الليبي، ناهيك عن وجود نداءات كثيرة سواء من المواطنين او الجمعيات الاهلية ومؤسسات المجتمع المدني تطالب بالاهتمام بحقوق المستهلك الليبي، ومن كون هذا الموضوع يعاني قصورا ملموسا وواضحا من حيث الدراسات والابحاث العلمية، اضافة الى عدم تفعيل قانون حماية المستهلك بالدولة الليبية.

منهجية الدراسة

تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي كأسلوب مناسب لوصف واستعراض الإطار النظري للدراسة، وفهم الواقع على حقيقته وللوصول إلى استنتاجات الدراسة، وقد استخدمت طريقة (الاستبانة) لجمع البيانات والاستفادة منها للوصول إلى نتائج الدراسة.

حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة في:

- حدود زمانية: تم اجراء الدراسة في نهاية عام 2019م.
- حدود مكانية: شملت الدراسة عينة حجمها (61) طالب وطالبة بكليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراتة والتي تقع في المنطقة الغربية من ليبيا.

الدراسات السابقة

يخصص هذا الجزء من الدراسة لاستعراض بعض الدراسات السابقة التي تناولت حقوق المستهلك وواجباته، ومدى توافرها في الاسواق الاقتصادية، سنحاول هنا تقريب الصورة عما تم دراسته والتوصل اليه في الاسواق المقاربة للسوق الليبي في طبيعتها وسلوكها الاقتصادي.

- دراسة الخير (2001): بعنوان حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي لدى المواطن السوري، وتوصلت الى ان الوعي الاستهلاكي لدى المستهلك السوري ضعيفا جدا كما ان الرقابة الحكومية على السوق الاستهلاكي لم تكن فعالة.
- دراسة الحميدي (2003): بعنوان الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاسها على رضا المستهلك، فقد تطرقت هذه الدراسة الى التحقق من مدى التزام المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في اليمن بالابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية، وانعكاساتها على رضا المستهلك ومدى تقييمه للأنشطة التي تقوم بها منظمات حماية حقوق المستهلك، وقد خلصت الدراسة الى تدنى مستوى رضا المستهلك اليمني، مع عدم التزام المنظمات بالأسعار المثبتة للمواد الغذائية.
- دراسة عبد العزيز (2009): بعنوان المعالجة الصحفية لقضية حماية المستهلك المصري، واطهرت هذه الدراسة اهمية قيام جمعيات وروابط المؤسسات الإنتاجية بإطلاق مبادرات وحملات توعية للمستهلكين، وخلصت الدراسة الى ان ثقافة المستهلك المصري لم تصل الى مرحلة التبلور والنضوج، مع عدم وضوح القوانين واللوائح المنظمة لحماية المستهلك في مصر.
- دراسة الهيلي (2017): بعنوان مدى توافر حقوق المستهلك في السوق الليبي من منظور تسويقي، بحث ميداني استكشافي لمدى توافر الحقوق الأساسية للمستهلك من وجهة نظر جمهور المستهلكين الليبيين بمدينة طرابلس، وحاول الهيلي التعرف على مستوى توافر الحقوق الأساسية للمستهلكين في السوق الليبي، ومدى حصول المستهلكين على تلك الحقوق حسب وجهة نظرهم، وخلصت الدراسة الى أن هناك ضعفاً في مستوى توافر الحقوق الأساسية للمستهلك الليبي في السوق، كما أن هناك تفاوتاً في مستوى توافر الحقوق الأساسية للمستهلك الليبي في السوق باستثناء حق الاستهلاك.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

علي الرغم من ان معظم الدراسات السابقة تناولت موضوع حماية المستهلك الا ان ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة ندرة الدراسات الخاصة بالموضوع في البيئة الليبية حيث لم تتوافر لدينا سوى دراسة للباحث (الهيلي، 2017) تناولت موضوع مدى توافر حقوق المستهلك في السوق الليبي من منظور تسويقي مما يجعل الباب مفتوح أمام الباحثين لسد نقص

الدراسات البحثية والإسهام في إثراء الجانب المعرفي والتطبيقي في موضوع حماية المستهلك وبذلك تعد الدراسة الحالية مكملة في أهدافها لما عرض من أهداف وإضافة جديدة لما سبق عرضه.

الإطار النظري للدراسة

حقوق وواجبات المستهلك

بعد أن كان المستهلك الليبي خلال العقود الماضية يحصل على اغلب حاجاته الشخصية من القطاع العام، أصبح الآن وفي غياب دور فعال للدولة في مواجهة قطاع خاص يسعى إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح وإذا كان المستهلك في حاجة إلى الحماية منذ القدم، فإن حاجته إليها في العصر الحديث أصبحت أكثر إلحاحاً، نتيجة التطور الهائل الذي شمل كل نواحي الحياة الاقتصادية إقليمياً وعالمياً. ويبقى أساس هذه الحماية معرفة المستهلك بحقوقه وواجباته ومدى توافرها، والتزامه بها.

في هذه الجزء من الدراسة سنسلط الضوء على حقوق وواجبات المستهلك الأكثر شيوعاً وسنحاول التركيز على ما هو معمول به في ليبيا.

حقوق المستهلك

بتاريخ 15 مارس 1962 أعلن جون كيندي الرئيس السابق للولايات المتحدة الأمريكية في اجتماع الكونجرس الأمريكي (ان المستهلكين وهم نحن جميعاً هم أكبر مجموعة اقتصادية تؤثر وتتأثر بكل قرار اقتصادي خاص او عام ومع ذلك فهم فقط المجموعة الهامة التي لا يسمع وجهة نظرها) وأعلن وقتذاك عن أربعة حقوق أساسية للمستهلك وهي: حق الأمان، وحق المعلومة، وحق الاختيار، وحق الاستماع إليه، ثم تطور الأمر بعد ذلك وتبنت الأمم المتحدة في شهر أبريل عام 1985 الحقوق الأربعة السابقة، وأضافت إليها أربعة حقوق أخرى لتكون هي: حقوق المستهلك الثمانية، وأصبحت على الوجه التالي:

1. حق الأمان: حماية المستهلك من المنتجات وعمليات الإنتاج والخدمات التي تؤدي إلى مخاطر على صحته وحياته.
2. حق الاستماع إلى آرائه: أن تمثل مصالح المستهلك في إعداد سياسات الحكومة وتنفيذها، وفي تطوير المنتجات والخدمات.

3. حق الاختيار: أن يستطيع المستهلك الاختيار من العديد من المنتجات والخدمات التي تعرض بأسعار تنافسية مع ضمان الجودة.
4. حق المعرفة: تزويد المستهلك بالحقائق التي تساعد على القيام بالاختيار السليم، وحمايته من الإعلانات وبطاقات السلع التي تشمل معلومات مضللة وغير صحيحة.
5. حق إشباع احتياجاته الأساسية: أن يكون للمستهلك حق الحصول على السلع الضرورية الأساسية وكذلك الخدمات، كالغذاء والكساء والمأوى والرعاية الصحية والتعليمية.
6. حق التعويض: أن يكون للمستهلك الحق في تسوية عادلة للمطالبة المشروعة، شاملة التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية.
7. حق التثقيف: أن يكون للمستهلك الحق في اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة لممارسة الاختيارات الواعية بين السلع والخدمات.
8. حق الحياة في بيئة صحية: ويرتبط هذا الحق بحق الانسان في بيئة صحية نظيفة. وفيما يلي لمحة عامة عن هذه الحقوق بشكل مبسط (حودانة، 1990؛ عبود، 2007؛ الهيلي، 2017):
 1. حق الامان: وهو الحق في الحماية من الأخطار الناتجة عن استهلاك أو استخدام منتجات معينة. يتمثل هذا الحق في ضرورة توفير قدر كاف من الأمان والسلامة في المنتجات المستخدمة والمتداولة في السوق. هذا الحق مبعثه التقدم الذي تحقق في مجال إنتاج السلع والخدمات، وما صاحبه من تعقيد في تركيب هذه المنتجات، ما جعل من المخاطرة عند استهلاكها واستخدامها أمراً وارداً، كما هو الحال عند استخدام بعض المنتجات كالسيارات أو المواد الكيماوية، أو استهلاك المواد الغذائية وألعاب الأطفال ونحوه، إضافة إلى ضرورة الحماية من الأخطار التي تلحق بالمحيط أو البيئة التي يعيش فيها المستهلك من آثار التلوث المدمر.
 2. الحق في سماع الرأي: ويتمثل هذا الحق في ضمان إيصال وجهة نظر المستهلك ورغباته واهتماماته وآرائه وانتقاداته، إلى مختلف المؤسسات والأطراف ذات العلاقة بالشأن التسويقي، وخاصة المؤسسات التشريعية عند تحديد السياسات المتعلقة باهتمامات المستهلك، ويتطلب ذلك أن يضمن المجتمع أو الدولة للمستهلك إمكانية استخدام كافة القنوات والوسائل التي تمكنه من إيصال رأيه للآخرين، ودون قيود أو حواجز تحد من حريته في ممارسة هذا

الحق. كما أن في إسماع المستهلك لرأيه فرصة مناسبة لإعادة النظر في مجمل السياسات التسويقية التي تنتهجها المنشآت المختلفة.

3. الحق في الاختيار: ويتمثل هذا الحق في ضمان توفر السلع والخدمات في شكل بدائل تشبع حاجات ورغبات المستهلك المتعددة والمتجددة، وتلبي أذواقه وتفضيلاته المختلفة، وبما يتيح له قدراً كافياً من الحرية في الانتقاء والمفاضلة في حدود قدراته الشرائية. هذا في حد ذاته يدعم تلقائية الفعل لعوامل السوق، ويضمن ظهور المنافسة الكاملة بين المنتجين والبائعين، من أجل توفير اختيارات كافية للمستهلك من سلع وخدمات يغلب عليها طابع التنوع، ودون أن يقود ذلك بأي حالٍ من الأحوال إلى تبديد الثروة الوطنية في إنتاج سلع الترف، أو في تقديم خدمات الترفيه غير المفيد، أو الانصراف إلى التركيز على توفير الكماليات على حساب الضروريات.

4. حق المعرفة: وهو الحق في الحصول على المعلومات اللازمة، ويتمثل هذا الحق في توفير المعلومات الكافية للمستهلك عن المنتجات التي يشتريها من السوق، وذلك من خلال تزويده بكافة المعلومات التي تفيده وترشده في شراء واستخدام المنتجات التي يحصل عليها، هذه المعلومات ينبغي أن تعطي المستهلك معرفة بنواح متعددة منها ما يتعلق بالسلعة ذاتها من حيث المكونات والصلاحية والوزن والسعر وبلد المنشأ... إلخ، إضافة إلى معلومات أخرى هامة عن مكان وجود السلعة، وقنوات توزيعها، وشروط الشراء والدفع، وكيفية الحصول على الضمانات الكافية، بمعنى الحق في توفير كل المعلومات التي تساعده على الاختيار الأمثل وفقاً لأولوياته.

5. حق اشباع الحاجات الأساسية: وهو الحق في توافر المنتجات التي يحتاجها المستهلك في السوق، وهو علاوة على ذلك يعتبر حقاً مرتبطاً بحياة المستهلك وحالته الصحية والنفسية، وأن تعطي للمستهلك الفرصة الكافية لإنفاق دخله بالطريقة التي يراها مناسبة، بافتراض أن يكون تصرف المستهلك تصرفاً رشيداً، ودون أن يتعارض ذلك مع المصلحة العامة، أو أن يتعرض هذا الحق إلى الانتقاص بسبب تطبيق بعض السياسات والبرامج الاستثنائية، بالإضافة إلى ضرورة ضمان تدفق السلع والخدمات باستمرار، وبما لا يجعلها عرضة للاحتكار، أو المضاربة المشبوهة باستغلال، أو غير ذلك.

6. حق التعويض: وهو الحق الذي يضمن للمستهلك الحق في رفع الدعاوى ضد المنتجين أو البائعين؛ إذا ما تعرض لأية ممارسات تنطوي على مخاطرة أو ضرر، بالإضافة إلى تيسير مهمة المستهلك في التبليغ عن حالات الغش التي تقع من جانب المنتجين أو البائعين، وفي إطار نظام قضائي شفاف ونزيه ومستقل، يكفل حقوق التقاضي والتعويض للمستهلك عن أي ضرر أو خسارة تلحق به وجبرها، وبما يضمن في الوقت نفسه صيانة حقوق كل من المنتج والبائع على حد سواء.

7. حق التثقيف: وهو الحق في أن يكون للمستهلك فرصة في اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة لممارسة الاختيارات الواعية بين السلع والخدمات. ويعد هذا الحق حقا رئيسا في ظل التسارع المأهول في تطور المنتجات وطرق استخدامها والتعامل الآمن والمفيد معها، ومنها ما يتعلق بطريقة الاستعمال والتركيب، والتحولات التي ينبغي مراعاتها عند تشغيل أو استخدام السلعة المشتراة، ويظهرها جليا في بعض أنواع السلع الكهربائية والإلكترونية.

8. حق الحياة في بيئة صحية: أن يكون للمستهلك الحق في أن يعيش ويعمل في بيئة خالية من المخاطر للأجيال الحالية والمستقبلية. وهنا تجدر الإشارة إلى أن كل هذه الحقوق بالرغم من إقرارها والاعتراف بها إلا أن التأكد من مدى توافرها واستفادة المستهلك منها يرتبط ارتباطاً مباشراً بمدى معرفته بها ووعيه بأبعادها وكيفية المحافظة عليها. ويرتبط هذا الحق ارتباطاً وطيداً بالنداءات المعاصرة لحماية البيئة مما يلحق بها من تلوث وتشويه ناتج عن لا مبالاة بعض شرائح المجتمع.

واجبات المستهلك

يمكن إجمالها فيما يلي: (نجلة، 2012)

1. التأكد من مصدر السلع بقراءة البيانات الخاصة بمصدر التجهيز، وطلب قائمة الشراء من البائع.
2. عدم الانسياق وراء الإعلانات الكاذبة عن المنتجات.
3. التأكد من مضمون الضمان من البائع قبل شراء المنتجات.
4. التعاون مع الجهات المسؤولة عن حماية المستهلك في الإبلاغ عما تجده مخالفاً، أي إبلاغ الجهات الرسمية أو الجمعيات المختصة لحماية المستهلك أحد فروعها عن نواحي السلع الغير مطابقة للمواصفات أو التي انتهت صلاحيتها، وعدم شراء أية سلعة مجهولة الهوية،

ضمن البطاقة الإعلامية إلا من أماكنها الصحيحة، وأن يتمتع عن شراء المواد والمنتجات التي تعرض على قارعة الطريق.

التجربة الليبية

الوضع القائم لأجهزة الرقابة على السلع الغذائية لحماية المستهلك في ليبيا

تتم أعمال التفتيش والرقابة على السلع الغذائية في ليبيا من قبل المراكز البحثية المتخصصة للقطاعات العامة العاملة بليبيا حسب المواصفات القياسية المتضمنة بالعقود المبرمة وبعد وصول السلع إلى موانئ التفريغ والتخزين تتم المعاينة في الغالب إما عن طريق أفراد متخصصين كالأطباء البيطريين أو المفتشين الصحيين وفي كثير من الأحيان يتم أخذ عينات من حرس الجمارك بغرض التحليل الكيميائي بأحد المعامل المختصة بالداخل وإذا تعذر إجراء التحليل بالداخل يتم إجراؤه بالخارج.

والمراكز البحثية التي تقوم بإجراء التحاليل في الداخل كثيرة وتشمل: مركز الرقابة على الأغذية والأدوية، مركز البحوث الصناعية، مركز البحوث الزراعية، مركز البحوث النووية، المركز الفني لحماية البيئة، مركز البحوث التقنية، مركز بحوث الاحياء المائية، مركز بحوث النفط، مجمع بنغازي الغذائي، الجامعات والكليات المختلفة.

وعلى الرغم من الكم الكبير من القوانين واللوائح الصادرة عن أجهزة الدولة والنداءات المتكررة من مؤسسات الدولة الرسمية وغير الرسمية المهمة بجوانب حماية المستهلك الليبي الا انه الي حد الان لا يوجد قانون خاص بحماية المستهلك في السوق الليبي.

الدراسة الميدانية:

تهدف هذه الدراسة الي التعرف على مدى معرفة المستهلك الليبي بحقوق المستهلك التي اقرتها الأمم المتحدة ومدى معرفته بواجباته الأساسية، والتزامه بها وايضاً التعرف على مدى معرفته بمحاولات اصدار وتفعيل قانون حماية المستهلك ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة تم اعداد استبانة من ثلاثة محاور اساسية إضافة الى محور لوصف خصائص عينة الدراسة. تم اختيار مقياس ليكارت الخماسي الذي يعبر عن الخيارات (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) لملائمته لطبيعة اسئلة المحور الاول والثاني وتم اختيار المقياس الثنائي (نعم، لا) للإجابة على اسئلة المحور الثالث. وبعد أن تم التأكد من سلامة الاستبانة لغويًا، تم تصميم استبانة الكترونية باستخدام موقع كيوسيرفي (<http://qsurvey.qa/>) وتم توزيعها

الالكترونيا عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي- الفيس بوك- على الطلبة الدارسين بكليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراتة والتي تقع في المنطقة الغربية من ليبيا. تمت دعوة الطلبة للإجابة على الاستبانة طواعية حيث بلغ عدد الاجابات 61 إجابة مستوفية الشروط من حيث خصائصها مع خصائص المبحوثين قيد الدراسة، وحسب (Creswell, J. W. 1998) يمثل هذا العدد حجماً كافياً لعينة الدراسة.

تحليل بيانات الدراسة

تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي، والتي تتضمن الجداول التكرارية والنسب المئوية، وذلك من أجل وصف خصائص عينة الدراسة ووصف اجابات المحور الثالث الذي يتعلق بمدي معرفة المستهلك الليبي بمحاولات اصدار وتفعيل قانون حماية المستهلك، وتم استخدام المتوسطات والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف، وذلك من أجل تحديد مستوى معرفة المستهلك الليبي بحقوقه وواجباته التي اقترتها الامم المتحدة في ليبيا من وجهة نظر طلبة كليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراتة.

توضيح مقياس ليكارت الخماسي

يعتبر ليكارت الخماسي مقياس ترتيبية حيث ان المتغير الذي يعبر عن الخيارات (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، والأرقام التي تدخل في الحساب هي (موافق بشدة = 5، موافق = 4، محايد = 3، موافق = 2، غير موافق بشدة = 1) ومن ثم يتم حساب المتوسط الحسابي المرجح وعليه يصبح التوزيع حسب الجدول التالي:

جدول (1): المتوسط المرجح

من 1	إلى 1.79	غير موافق بشدة
من 1.80	إلى 2.59	غير موافق
من 2.60	إلى 3.39	محايد
من 3.40	إلى 4.19	موافق
من 4.20	إلى 5	موافق بشدة

وسوف يتم التوصيف الإحصائي لل فقرات الخاصة بالمحور الاول والثاني عن طريق استخدام جدول رقم (1).

عرض بيانات الدراسة

أولاً- وصف خصائص الدراسة

البيانات الشخصية

1 - الجنس:

جدول رقم (2): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكور	37	60.66
إناث	24	39.34
المجموع	61	100.00

من بيانات الجدول رقم (2) يلاحظ أن النسبة الأكبر من أفراد العينة كانت من الذكور حيث يمثلون نسبة 61% بين أفراد العينة، في حين بلغت نسبة الإناث 39% بين أفراد العينة وهذا يدل الى ان اغلب أفراد العينة كان من الذكور.

2- المستوى الدراسي:

جدول رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	العدد	النسبة
الفصل الاول	0	0.00
الفصل الثاني	3	4.92
الفصل الثالث	4	6.56
الفصل الرابع	1	1.64
الفصل الخامس	7	11.48
الفصل السادس	3	4.92
الفصل السابع	7	11.48
الفصل الثامن	7	11.48
ما بعد الفصل الثامن	25	40.98
بيانات مفقودة	4	6.56
المجموع	61	100.00

من بيانات الجدول رقم (3) نلاحظ أن النسبة الأكبر من العينة كانت ما بعد الفصل الثامن وتمثل 41%.

3- الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة
عازب	50	83.33
متزوج	8	13.33
بيانات مفقودة	3	5.00
المجموع	61	100.00

أوضحت بيانات الجدول رقم (4) أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة هم من فئة العزاب وتمثل 83%.

4- حجم الاسرة:

جدول رقم (5): توزيع أفراد العينة حسب عدد أفراد الأسرة

النسبة	العدد	عدد أفراد الأسرة
1.64	1	اثنان
34.43	21	من ثلاثة الي خمسة افراد
59.02	36	من ستة الي عشرة افراد
3.28	2	أكثر من عشرة افراد
1.64	1	بيانات مفقودة
100.00	61	المجموع

أوضحت بيانات الجدول رقم (5) أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت من أسر ذات حجم كبير (من ستة إلى عشرة افراد في العائلة) وتمثل 59%.

5- متوسط دخل الاسرة:

جدول رقم (6): توزيع أفراد العينة حسب متوسط دخل الاسرة

النسبة	العدد	متوسط دخل الاسرة
31.15	19	اقل من 1000 دينار ليبي
22.95	14	من 1000 دينار ليبي الي اقل من 2000 دينار ليبي
27.87	17	من 2000 دينار ليبي الي اقل من 3000 دينار ليبي
8.20	5	من 3000 دينار ليبي الي اقل من 5000 دينار ليبي
4.92	3	أكثر من 5000 دينار ليبي
4.92	3	بيانات مفقودة
100.00	61	المجموع

أوضحت بيانات الجدول رقم (6) أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت من أسر او عائلات قليلة الدخل (فئة اقل من 1000دينار ليبي) وتمثل 31%.

ثانياً- المحور الاول: حقوق المستهلك

جدول رقم (7): التوزيع التكراري والنسبي لإجابات أفراد العينة عن الأسئلة المتعلقة بحقوق المستهلك

م	البيان	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	بيانات مفقودة
1	تتوفر في السلع التي أشتريها شروط السلامة والأمان المطلوبة	6	11	14	19	10	1
		9.84	18.03	22.95	31.15	16.39	1.64
2	تتوفر معلومات وبيانات كافية عن السلعة التي أشتريها مثل تاريخ الإنتاج والصلاحية وغيرها	1	5	8	34	13	1
		1.64	8.20	13.11	55.74	21.31	1.64
3	تتوفر السلع التي أشتريها بأنواع وماركات متعددة وأسعار مختلفة	3	8	12	29	7	2
		4.92	13.11	19.67	47.54	11.48	3.28
4	يستمتع المنتجون واصحاب المحلات التجارية الي رأيي بشأن السلع التي أشتريها واستهلكها بكل حرية	9	15	12	19	5	1
		14.75	24.59	19.67	31.15	8.20	1.64
5	اتحصل على السلع والخدمات الاساسية (مثل الماء والخبز والكهرباء... الخ) بسهولة ويسر	5	14	8	22	11	1
		8.20	22.95	13.11	36.07	18.03	1.64
6	يمكنني ان اتحصل على تعويض مناسب في حالة اللجوء الي القضاء	18	18	8	13	3	1
		29.51	29.51	13.11	21.31	4.92	1.64
7	اتحصل على معلومات تحذيرية كافية عن المواد الضارة للسلع والخدمات وايضاً عن الطرق الحديثة لحفظ السلع	14	16	7	15	8	1
		22.95	26.23	11.48	24.59	13.11	1.64
8	احاول المحافظة قدر الامكان على المصادر الطبيعية والبيئة واحاول منع التلوث	0	4	7	28	21	1
		0.00	6.56	11.48	45.90	34.43	1.64

جدول رقم (8): التوصيف الإحصائي للفقرات الخاصة بقياس حقوق المستهلك

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الرأي
تتوفر في السلع التي أشتريها شروط السلامة والأمان المطلوبة	3.21	1.71	53.23	محايد
تتوفر معلومات وبيانات كافية عن السلعة التي أشتريها مثل تاريخ الإنتاج والصلاحية وغيرها	3.87	2.55	65.91	موافق
تتوفر السلع التي أشتريها بأنواع وماركات متعددة وأسعار مختلفة	3.38	2.12	62.88	محايد
يستمتع المنتجون واصحاب المحلات التجارية الي رأيي بشأن السلع التي أشتريها واستهلكها بكل حرية	2.89	1.55	53.68	محايد
اتحصل على السلع والخدمات الاساسية (مثل الماء والخبز والكهرباء... الخ) بسهولة ويسر	3.28	1.84	55.99	محايد
يمكنني ان اتحصل على تعويض مناسب في حالة اللجوء الي القضاء	2.38	1.18	49.80	غير موافق
اتحصل على معلومات تحذيرية كافية عن المواد الضارة للسلع والخدمات وايضاً عن الطرق الحديثة لحفظ السلع	2.74	1.37	50.17	محايد
احاول المحافظة قدر الامكان على المصادر الطبيعية والبيئة واحاول منع التلوث	4.03	2.59	64.15	موافق
قياس حقوق المستهلك	3.22	0.52	16.16	محايد

كانت نتيجة الإجابات على أسئلة المحور الأول بعد حساب المتوسطات والتكرارات والنسبة المئوية والانحراف المعياري كالاتي:

1. نتيجة السؤال الاول هو (محايد) وهذا يعني أن هناك بعض الصعوبات على الطلبة في إيجاد المعلومات الخاصة بالسلع التي يشترونها من حيث شروط السلامة والأمان المطلوبة.
 2. نتيجة السؤال الثاني هو (موافق) وهذا يعني توافر معلومات محدودة وبيانات كافية عن السلع التي يشتريها المستهلكين مثل تاريخ الانتاج والصلاحية وغيرها
 3. نتيجة السؤال الثالث هو (محايد) وهذا يعني أن هناك بعض الصعوبات في توافر السلع التي بأنواع وماركات متعددة واسعار مختلفة.
 4. نتيجة السؤال الرابع هو (محايد) وهذا يعني أن هناك بعض الصعوبات في استماع اصحاب المحلات التجارية الي اراء المستهلك بشأن السلع التي يشتريها.
 5. نتيجة السؤال الخامس هو (محايد) وهذا يعني أن هناك بعض الصعوبات في حصول المستهلك على السلع والخدمات الاساسية (مثل الماء والخبز والكهرباء... الخ) بسهولة ويسر.
 6. نتيجة السؤال السادس هو (غير موافق) وهذا يعني أن هناك اجماع من المستهلكين بعدم امكانية الحصول على تعويض مناسب في حالة اللجوء الي القضاء.
 7. نتيجة السؤال السابع هو (محايد) وهذا يعني أن هناك بعض الصعوبات في حصول المستهلك على معلومات تحذيرية كافية عن المواد الضارة للسلع والخدمات وايضاً عن الطرق الحديثة لحفظ السلع.
 8. نتيجة السؤال الثامن هو (موافق) وهذا يعني أن هناك اجماع بسيط من المستهلكين بأهمية المحافظة قدر الامكان على المصادر الطبيعية والبيئة ومنع التلوث.
- وإجمالاً من خلال نتائج الجدول رقم (8) يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي لقياس حقوق المستهلك بلغ (3.22) حيث يدل على ان مستوى الإجابة (محايد) وفق مقياس ليكرت الخماسي، وبانحراف معياري قدره (0.52)، كما أن معامل الاختلاف لا يشكل إلا نحو (16.16%)، مما يشير إلى أن هناك تجانساً بنسبة (83.84%) بين إجابات أفراد عينة الدراسة، وهذا يدل على أن هناك قصور لدي طلبة كليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراته في فهم حقوق المستهلك التي اقترتها الامم المتحدة وربطها بالواقع.

ثالثاً- المحور الثاني: واجبات المستهلك

جدول رقم (9): التوزيع التكراري والنسبي لإجابات أفراد العينة عن الأسئلة المتعلقة بواجبات المستهلك

م	البيان	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	بيانات مفقودة
1	أشترى واستهلك من السلع ما يتفق مع إمكانياتي المادية	1	3	1	38	17	1
	النسبة%	1.64	4.92	1.64	62.30	27.87	1.64
2	اسأل عن جودة السلعة وسعرها قبل شرائها	2	2	5	34	18	0
	النسبة%	3.28	3.28	8.20	55.74	29.51	0.00
3	اتعاطف مع ذوي الدخل المحدود وذلك بالتقليل من شراء السلع الأساسية وخاصة عند ارتفاع اسعارها	1	7	12	28	12	1
	النسبة%	1.64	11.48	19.67	45.90	19.67	1.64
4	استخدم الاجهزة الصديقة للبيئة واحاول التقليل من استخدام المواد والوسائل الضارة بالبيئة	0	13	11	26	11	0
	النسبة%	0.00	21.31	18.03	42.62	18.03	0.00
5	التزم بمقاطعة السلع التي تفيد معلوماتي بانها غير موضع ثقة للاستخدام	0	1	10	27	23	0
	النسبة%	0.00	1.64	16.39	44.26	37.70	0.00

جدول رقم (10): التوصيف الإحصائي للفقرات الخاصة بقياس واجبات المستهلك

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الرأي
اشترى واستهلك من السلع ما يتفق مع امكانياتي المادية	4.05	2.91	71.75	موافق
اسأل عن جودة السلعة وسعرها قبل شرائها	4.05	2.73	67.43	موافق
اتعاطف مع ذوي الدخل المحدود وذلك بالتقليل من شراء السلع الأساسية وخاصة عند ارتفاع اسعارها	3.66	2.21	60.56	موافق
استخدم الاجهزة الصديقة للبيئة واحاول التقليل من استخدام المواد والوسائل الضارة بالبيئة	3.57	2.08	58.28	موافق
التزم بمقاطعة السلع التي تفيد معلوماتي بانها غير موضع ثقة للاستخدام	4.18	2.68	64.05	موافق
قياس واجبات المستهلك	3.90	0.36	9.16	موافق

كانت نتيجة الإجابات على أسئلة المحور الثاني بعد حساب المتوسطات والتكرارات والنسبة

المئوية والانحراف المعياري كالتالي:

1. نتيجة السؤال الاول هو (موافق) وهذا يعني أن هناك اجماع بسيط من المستهلكين على

شراء واستهلاك السلع وفق الامكانيات المادية المتاحة.

2. نتيجة السؤال الثاني هو (موافق) وهذا يعني أن هناك اجماع بسيط من المستهلكين على

السؤال عن جودة السلعة وسعرها قبل شرائها.

3. نتيجة السؤال الثالث هو (موافق) وهذا يعني أن هناك اتفاق بسيط بين المستهلكين على التعاطف مع ذوي الدخل المحدود وذلك بالتقليل من شراء السلع الأساسية وخاصة عند ارتفاع اسعارها.

4. نتيجة السؤال الرابع هو (موافق) وهذا يعني أن هناك اتفاق بسيط بين المستهلكين على استخدام الاجهزة الصديقة للبيئة ومحاولة التقليل من استخدام المواد والوسائل الضارة بالبيئة.

5. نتيجة السؤال الخامس هو (موافق) وهذا يعني أن هناك اجماع بسيط من المستهلكين على مقاطعة السلع التي تفيد المعلومات بانها غير موضع ثقة للاستخدام.

وإجمالاً من خلال نتائج الجدول رقم (10) يتبين أن قيمة المتوسط الحسابي لقياس واجبات المستهلك من خلال استطلاع رأي عينة الدراسة من طلبة كليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراته بلغ (3.90) حيث يدل على مستوى الإجابة (موافق) وفق مقياس ليكرت الخماسي، وبانحراف معياري قدره (0.36) ، كما أن معامل الاختلاف لا يشكل إلا نحو (9.16%)، مما يشير إلى أن هناك تجانساً بنسبة (90.84%) بين إجابات أفراد عينة الدراسة، وهذا يدل على أن هناك فهم محدود ولكنه كافٍ لدي طلبة كليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراته بواجبات المستهلك التي اقترتها الامم المتحدة.

جدول رقم (11): لدي علم بوجود محاولات لإصدار قانون حماية المستهلك في ليبيا

البيان	العدد	%
نعم	16	26.23
لا	43	70.49
بيانات مفقودة	2	3.28
المجموع	61	100.00

أوضحت بيانات الجدول رقم (11) أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة وتمثل 70.49% ليس لديها علم بوجود محاولات لإصدار قانون حماية المستهلك في ليبيا.

جدول رقم (12): أعرف بعض التفاصيل عن النسخ الاولية لقانون حماية المستهلك في ليبيا

البيان	العدد	%
نعم	12	19.67
لا	46	75.41
بيانات مفقودة	3	4.92
المجموع	61	100.00

أوضحت بيانات الجدول رقم (12) أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة ليس لديها علم ببعض التفاصيل عن النسخ الاولية لقانون حماية المستهلك في ليبيا، وهي تمثل 75.41%.

جدول رقم (13): أشجع اصدار قانون لحماية المستهلك في ليبيا بأسرع وقت

البيان	العدد	%
نعم	58	95.08
لا	2	3.28
بيانات مفقودة	1	1.64
المجموع	61	100.00

أوضحت بيانات الجدول رقم (13) أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة وتمثل حوالي 95% تشجع اصدار قانون لحماية المستهلك في ليبيا بأسرع وقت.

النتائج والتوصيات

أولاً- النتائج

توصلت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج هي:

1. ان جميع افراد العينة من الذكور بنسبة (61%). تتمشى هذه النتيجة مع خصائص المجتمع الليبي حيث ان العنصر النسائي في ليبيا تغلب عليه صفة الحشمة والتي تؤثر سلبا على مشاركتهم في الدراسات والابحاث، وهو ما ظهر على نسبة مشاركة الطالبات الدراسات بكليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراتة.
2. أن النسبة الأكبر من العينة كانت ما بعد الفصل الثامن وتمثل 41%. وتوضح هذه النسبة تزايد الاهتمام بالمواضيع الاقتصادية العامة ومن بينها حماية المستهلك لدى الطلبة القدامى بكليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراتة.
3. أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة هم من فئة العزاب وتمثل 83%. وتوضح هذه النسبة واقع الحياة الاجتماعية للطلاب.
4. أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت من فئة من ستة إلى عشرة افراد في العائلة وتمثل 59%. وتقرب هذه النسبة من متوسط عدد افراد الاسرة الليبية والذي قدره المسح الوطني الليبي لصحة الاسرة لسنة 2014 بأكثر قليلاً من 5 افراد.
5. أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت من فئة اقل من 1000 دينار ليبي وتمثل 31%، وهذه النتيجة تتماشى مع واقع المجتمع الليبي بشكل عام.
6. أن هناك قصور لدى طلبة كليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراتة في فهم حقوق المستهلك التي اقترتها الامم المتحدة وربطها بالواقع.
7. أن هناك فهم محدود ولكنه كافٍ لدى طلبة كليات الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة الزاوية وصبراتة بواجبات المستهلك التي اقترتها الامم المتحدة.

8. أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة ليس لديها علم ببعض التفاصيل عن النسخ الاولية لقانون حماية المستهلك في ليبيا.

9. أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة وتمثل حوالي 95% تشجع إصدار قانون لحماية المستهلك في ليبيا بأسرع وقت.

ثانياً- التوصيات

وبناء على ما تم التوصل اليه من نتائج من خلال هذه الدراسة فلقد تم وضع مجموعة من التوصيات التالية:

1. العمل على اصدار المطبوعات والنشرات الدورية المتخصصة، واقامة برامج ومنتديات تثقيفية وتوعوية منتظمة للمستهلك الليبي.
2. العمل على تشجيع الطلاب على المشاركة في المؤتمرات العلمية والندوات وورش العمل التي تهدف الي توضيح ونشر مبادئ حقوق المستهلك التي اقرتها الامم المتحدة.
3. العمل على توعية المستهلكين الليبيين بشكل عام وطلبة الجامعات وخصوصاً المتخصصين بالعلوم الاقتصادية بحقوقهم الاساسية كمستهلكين من خلال خطة وطنية شاملة هدفها نشر الوعي الاقتصادي بحقوق المستهلك وطرق المحافظة عليها.
4. العمل على اصدار قانون حماية المستهلك الليبي بأسرع وقت.
5. التعاون بين كافة اجهزة ومؤسسات الدولة الرسمية وغير الرسمية بما في ذلك مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات المهنية في ضمان حصول المستهلك على حقوقه الاساسية في ليبيا.
6. العمل على دعم وتشجيع انشاء الجمعيات والاتحادات التي تهتم بحقوق وواجبات المستهلك الليبي والدفاع عنه وحمايته من ممارسات الغش التجاري وغيره.
7. تفعيل دور منظمات المجتمع المدني وجمعيات حماية المستهلك في عملية حماية المستهلك الليبي.
8. العمل على اصدار التشريعات القضائية والقوانين واللوائح الكفيلة بضمان حقوق المستهلك وتسهيل اجراءات التقاضي الخاصة بحماية المستهلك.

المراجع

أولاً- المراجع العربية

1. محمد عبد الرحمن محمد حنتولي، 2009، المسؤولية المدنية للمنتج عن أضرار منتجاته الخطرة -دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والإدارة العامة، جامعة بيرزيت.
2. سالم محمد عبود، 2007، حقوق المستهلك ومنهجية حمايته مدخل حضاري مع الإشارة للعراق، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك جامعة بغداد.
3. الطاهر محمد الهيلي، 2017، مدى توافر حقوق المستهلك في السوق الليبي من منظور تسويقي-بحث ميداني استكشافي لمدى توافر الحقوق الأساسية للمستهلك من وجهة نظر جمهور المستهلكين الليبيين بمدينة طرابلس، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، كلية الاقتصاد والتجارة زليتن، الجامعة الاسمية الاسلامية، العدد التاسع.
4. حودانة، بن عيسى، "المستهلك وإحباطاته في النظم التسويقي"، بحوث ومناقشات ندوة الاستهلاك في الاقتصاد الليبي في الفترة من 20- 21 /12 /1988، (بنغازي: مركز البحوث العلوم الاقتصادية).
5. سامي عبد العزيز، 2009، المعالجة الصحفية لقضية حماية المستهلك المصري، بحث مقدم لمؤتمر اخلاقيات الاعلام والاعلان، جامعة النهضة والمجلس العربي للتربية الاخلاقية، القاهرة، 28/29/2009 مارس.
6. فؤاد محمد حسين الحميدي، الابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاسها على رضا المستهلك، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2003
7. طارق الخير، 2001، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، مجلة جامعة دمشق، المجلد 17، العدد 1.
8. نجلة يونس محمد، حركة حماية المستهلك ودورها في نشر وعي الاستهلاكي، دراسة استطلاعية لعينة من المستهلكين في مدينة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العدد 109، مج 434، 2012.

ثانياً- المراجع الأجنبية

1. Creswell, J. W. (1998). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

الفساد الإداري في مؤسسات الدولة الليبية: الأسباب والآثار والعلاج بحث ميداني عن آراء الجمهور العام في مدينة مصراتة 2020 م

د. حسن علي هامن

أستاذ مشارك في الإدارة والتسويق بكلية الاقتصاد جامعة مصراتة

hassan.haman@yahoo.com

الملخص

هناك اتفاق عام على أن الفساد الإداري ظاهرة عالمية تعاني منها كل المجتمعات مع اختلاف درجة انتشاره وأسبابه وآثاره وآليات مكافحته من دولة إلى أخرى، هذا ما جاءت به تقارير البنك الدولي ومنظمة الشفافية الدولية وغيرهما من المنظمات ذات العلاقة، وهي أيضا ظاهرة قديمة ومتجددة (حديثاً)، ومنتشرة في الدول النامية والمتقدمة، وفي القطاع العام والخاص، وأصبح الفساد الإداري آفة إدارية فتاكة متفشية في المؤسسات الحكومية أكثر من المؤسسات الأهلية (الخاصة)، وأشد ضرراً في الدول المتخلفة من الدول المتطورة، وذلك يرجع لأسباب كثيرة منها ثقافية واقتصادية واجتماعية.

ليبيا من ضمن دول العالم الثالث (الدول المتخلفة) والمعتمدة بشكل كبير جدا على مؤسسات وأجهزة وهيئات حكومية في إدارة أعمال الدولة وشؤون البلاد المختلفة، وتعتبر من الدول الأكثر فساداً عربياً وإقليمياً ودولياً، قديماً وحديثاً، ويمكن الرجوع في هذا الشأن الى تقارير محلية مثل تقارير ديوان المحاسبة والرقابة الإدارية أو الى مصادر دولية مثل البنك الدولي ومنظمة الشفافية الدولية الصادرة من عام 2000 م حتى عام 2019 م.

يهدف البحث إلى معرفة اتجاهات وآراء الجمهور العام في مدينة مصراتة للوقوف على الأسباب الرئيسية أو المباشرة والأسباب الثانوية أو غير المباشرة وراء تفشي ظاهرة الفساد بكل أشكاله في كافة مفاصل مؤسسات الدولة الليبية.

لذا تم تحليل ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا، من خلال ثلاثة أطر هي الإطار العام للبحث وتضمن العناصر الأساسية لخطة البحث، والإطار النظري للبحث وتناول مفهوم الفساد الإداري وأسبابه وآثاره وآليات مكافحته كما وردت في أدبيات الموضوع، والإطار العملي (الميداني) للبحث الذي أهتم بعرض وتفسير خصائص العينة المختارة من مجتمع البحث والتي كان حجمها (279) عضواً، وكذلك التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من خلال استمارة الاستبانة (الاستبيان)، وخلص البحث الى جملة من النتائج أهمها، إن نسبة (95%) من الجمهور العام يرون إن ظاهرة الفساد الإداري موجودة فعلاً وبدرجة كبيرة جداً في واقع مؤسسات الدولة الليبية، وإن نسبة (91%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع الى عدم القدرة على المساءلة وتنفيذ القانون، وإن نسبة (88.2%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع الى غياب الدولة الفاعلة

والقوية في مؤسساتها، وإن نسبة (82.1%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع الى الابتعاد عن تعاليم وقيم الدين الاسلامي.

الكلمات الدالة: الفساد الإداري الفساد المالي، آثار الفساد، أسباب الفساد، آليات مكافحة الفساد.

المقدمة

هناك اتفاق عام على أن الفساد الإداري ظاهرة عالمية تعاني منها كل المجتمعات مع اختلاف درجة انتشاره وأسبابه وآثاره وآليات مكافحته من دولة إلى أخرى ، هذا ما جاءت به تقارير البنك الدولي ومنظمة الشفافية الدولية وغيرهما من المنظمات ذات العلاقة ، وهي أيضا ظاهرة قديمة ومتجددة (حديثة)، ومنتشرة في الدول النامية والمتقدمة ، وفي القطاع العام والخاص ، واصبح الفساد الإداري آفة إدارية فتاكة متفشية في المؤسسات الحكومية أكثر من المؤسسات الأهلية (الخاصة)، وأشد ضرراً في الدول المتخلفة من الدول المتطورة، وذلك يرجع لأسباب كثيرة منها ثقافية واقتصادية واجتماعية .

ليبيا من ضمن دول العالم الثالث (الدول المتخلفة) والمعتمدة بشكل كبير جدا على مؤسسات وأجهزة وهيئات حكومية في إدارة أعمال الدولة وشؤون البلاد المختلفة، وتعتبر من الدول الأكثر فساداً عربياً وإقليمياً ودولياً، قديماً وحديثاً، ويمكن الرجوع في هذا الشأن الى تقارير محلية مثل تقارير ديوان المحاسبة والرقابة الادارية أو الى مصادر دولية مثل البنك الدولي ومنظمة الشفافية الدولية الصادرة من عام 2000 م حتى عام 2019 م .

إن مظاهر الفساد الإداري في المجتمع الليبي كثيرة جداً، يمكن عرض بعض منها مثل الرشوة، الهدايا، سرقة المال العام، الوساطة، استخدام ممتلكات الدولة في الأغراض الشخصية، عدم المحافظة على أوقات العمل الرسمية، أفشاء أسرار العمل، الجمع بين عملين (الازدواجية في الوظيفة)، المحاباة (تفضيل الاقارب والاصدقاء)، سوء معاملة الزبائن، المحسوبية، سوء استعمال السلطة (الوظيفة)، التزوير، التهرب الضريبي.

لذا تناولت هذه الورقة البحثية تحليل ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا، من خلال ثلاثة أطر هي الإطار العام للبحث (الإطار التمهيدي) وتضمن العناصر الأساسية لخطة البحث، والإطار النظري للبحث وتناول مفهوم الفساد الإداري وأسبابه وآثاره وآليات مكافحته كما وردت في أدبيات الموضوع، والإطار العملي (الميداني) للبحث الذي أهتم بعرض وتفسير خصائص العينة المختارة من مجتمع البحث وكذلك التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من خلال استمارة الاستبانة (الاستبيان) بهدف الوصول إلى نتائج وتوصيات، يمكن الاستفادة منها في مساعدة صنّاع القرار في اتخاذ قرارات رشيدة وانقاذ ما يمكن انقاذه.

مشكلة البحث

ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا ظاهرة حقيقية لا يستطيع أحد نكران وجودها في كل مفاصل الدولة الليبية، حتى المواطن أو رجل الشارع البسيط يستطيع تأكيد وجود هذه الآفة الخطيرة في المجتمع الليبي من خلال معاشته لها في حياته اليومية، إضافة إلى الشواهد والأدلة المؤكدة الواردة في تقارير رسمية صادرة من منظمات رقابية ذات علاقة بمكافحة الفساد سواء كانت محلية أو دولية.

لقد جاء في الفصل التاسع من التقرير السنوي لديوان المحاسبة الليبي لعام 2017 م ، والفصل التاسع من تقرير الديوان لعام 2018 م، وهما التقريرين الأخيرين للديوان، إن أعراض آفة الفساد ظاهرة جلياً في المجتمع الليبي وهي في مراحل متقدمة إلى درجة تصنيفها ضمن أكثر تسعة دول فساداً في العالم خلال عام 2017 م وضمن أكثر عشر دول عام 2018 م، حسب تقرير منظمة الشفافية الدولية التي منحتها (17) نقطة فقط من أصل (100) نقطة في النزاهة والشفافية، وإن مظاهر الفساد وآثاره على أموال الدولة وممتلكاتها واقتصادها معززة بالأرقام والشواهد التي تشير بوضوح إلى حجم الفساد ، حيث انفقت الدولة خلال السنوات من عام 2012 م إلى عام 2017 م أكثر من (276) مليار دينار لا يظهر لها أثر ملموس على الأرض، والجدول التالي رقم (1) يوضح ترتيب ليبيا وفق مؤشر مدركات الفساد من عام 2012 م إلى عام 2018 م ، وفقاً لتقرير منظمة الشفافية الدولية:

الجدول رقم (1): يوضح ترتيب ليبيا وفق مؤشر مدركات الفساد من عام 2012 م إلى عام 2018 م، وفقاً لتقرير منظمة الشفافية الدولية

السنة	النقاط (0 - 100)	الترتيب الأكثر نزاهة	الترتيب الأكثر فساداً
2012	21	160 - 174	14
2013	15	172 - 175	3
2014	18	166 - 174	8
2015	16	161 - 167	6
2016	14	170 - 176	6
2017	17	171 - 180	9
2018	17	170 - 180	10

ويضيف تقرير عام 2018 م في فقرة المخالفات المالية إن الديوان أحالة خلال عام 2018 م، ملفات الجرائم والمخالفات المالية إلى جهات التحقيق المتمثلة في مكتب النائب العام (42) ملفاً، وهيئة الرقابة الإدارية (73) ملفاً.

وأيضاً يضيف تقرير ديوان المحاسبة عام 2017 م، إن الجدول التالي رقم (2) يوضح عدد من مظاهر وأشكال الفساد المستشري في الدولة الليبية وآثارها والشريحة التي تنفسي فيها كل نوع:

الجدول رقم (2): يوضح عدد من مظاهر وأشكال الفساد المستشري في الدولة الليبية وآثارها والشريحة التي تنفسي فيها كل نوع

شكل الفساد	الشريحة المتفشي فيها الفساد	آثار وتبعات الفساد
الوساطة والمحابة والتسيب	متقادي المناصب والموظفين العموميين	إنفاق أكثر من 21 مليار دينار سنوي على المرتبات ووجود نحو 1.8 مليون موظف عمومي بمعدل انتاجية لا يتعدى ربع ساعة يوميا حسب بعض الدراسات
التواطؤ والرشى والاهمال	مسؤولي ومشرفي المشروعات التنموية	هدر أكثر من 80 مليار دينار من عام 2010 حتى الان دون تحقيق أي تنمية.
استغلال المنصب للمصالح الخاصة والاسراف	البعثات الدبلوماسية بالخارج والدراسة بالخارج	هدر أكثر من نصف مليار دولار سنوي على 141 بعثة دبلوماسية دون تحقيق أي مصالح للدولة وأكثر من نصف مليار دولار على الدراسات بالخارج دون الاستفادة منها في الحصول على تأهيل علمي حقيقي وجزء كبير من الموفدين لم يرجع الى الوطن.
المضاربة بالنقد المحلي والاجنبي وتهريب الاموال للخارج والتلاعب بالاعتمادات المستندية والتوريدات الوهمية وغسل الاموال	القطاع المصرفي	التضخم المضاعف وغلاء الاسعار وشح السلع الاساسية وازمة السيولة وسوء الخدمات المصرفية والمتاجرة بالنقد والصكوك وانخفاض قيمتها الحقيقية والتسبب في انخفاض القوة الشرائية للدينار الليبي وزيادة معاناة المواطن
عدم الكفاءة وتضارب المصالح واستغلال الوظيفة للمصالح الخاصة	مؤسسات الخدمات العامة الكهرباء والتعليم والصحة والدعم والنظافة	انفاق نحو 5 مليار دينار سنوي على الكهرباء ولا زالت الدولة تعاني من الانقطاعات وسوء الخدمة ، وانفاق اكثر من 4 مليار دينار سنوي على الصحة والادوية ولا زال المواطن يبحث عن العلاج والدواء في المصحات الخاصة في الداخل والخارج ، وانفاق اكثر من 8 مليار دينار سنوي على التعليم بشقيه العام والعالي ولا زالت العملية التعليمية تعاني من سوء الخدمة وتدني المخرجات الى اقل المستويات ، وانفاق نحو 6 مليار دينار سنوي على الدعم ولا زال المواطن المحتاج في عوز ومعاناة حيث يباع الرغيف والدواء والسلع الاساسية بأعلى الاسعار وانعدام وجود الوقود في اكثر من نصف مناطق الدولة ، وانفاق نحو نصف مليار دينار سنوي على النظافة ولا زالت الشوارع تعاني من تكديس القمامة معظم الأوقات .
التزوير والتلاعب بالإقرارات وضعف الكفاءة والنزاهة	مؤسسات الجباية العامة	التهرب من سداد حقوق الدولة والتسبب في انخفاض مواردها الجبائية من أكثر من 5 مليار دينار في عام 2010 الى نحو 1.25 مليار دينار فقط عام 2017
اعادة تدوير المال الفاسد والتضليل وتزوير الحقائق والتحريض على مكافحي الفساد وتشويههم زوراً وبهتاناً	الاعلام	احباط جهود محاربة الفساد والتحريض على شرفاء الوطن والمساهمة في زيادة تفشي كل اشكال الفساد.
التزوير والرشى والتحايل والاحتكار والاستغلال والمضاربة بالنقد والسلع	القطاع الخاص	الاستلاء على اموال الدولة ومقدراتها وتهريبها للخارج وغلاء الاسعار وشح السلع وانتشار الامراض والتسبب في انخفاض القوة الشرائية للدينار الليبي وزيادة معاناة المواطن.
المحابة والمعاملة والرشى واستغلال السلطة للمصلحة الخاصة	الهيئات الرقابية والقضائية والتشريعية	افلات الفاسدين من العقاب واستمرارهم في نهش مقدرات الدولة وخيراتها.

لقد جاء في التقرير السنوي لهيئة الرقابة الادارية في ليبيا لعام 2017 م، وهو التقرير الاخير للهيئة في إطار تقييم الاداء الحكومي وتحديدأ في فقرة القضايا في الصفحة رقم (204) من التقرير، لقد تم التحقيق ومباشرة الدعوى والتصرف في عدد (117) قضية والتي في مجملها جرائم تأديبية وجنائية وخروجاً عن مقتضيات الوظيفة العامة والمتمثلة في الاتي:

1. عدم تأدية العمل وفقاً لما تقضي به القوانين واللوائح.
2. التزوير في الوثائق الرسمية.
3. الاهمال والتقصير في حفظ وصيانة المال العام.
4. اختلاس الاموال العامة والاستيلاء عليها.
5. إساءة استعمال سلطات الوظيفة لنفع الغير أو الإضرار به.
6. الحصول على منفعة غير مشروعة عن عمل من أعمال الادارة.
7. التصرف الخاطئ الذي ترتب عليه ضياع المال العام.

وجاء في التقرير السنوي لمنظمة الشفافية الدولية لعام 2019 م، وهو التقرير الاخير للمنظمة، إن ليبيا تحتل المركز 168 بحصولها على 18 نقطة من مجموع 100 نقطة، ويبدو أن ظروف الحرب واستمرار الصراع على السلطة من مبررات انتشار الفساد في البلاد على كل الاصعدة، وشمل التقرير 180 دولة بهدف قياس مستويات الفساد في القطاع العام ، والدول الثلاثة الأدنى في مؤشر مكافحة الفساد الصومال 9 نقاط وجنوب السودان 12 نقطة وسوريا 13 نقطة، والدول الثلاثة الأعلى نيوزيلندا 87 نقطة وفنلندا 86 نقطة وسنغافورة 85 نقطة، وبالنسبة لدول شمال افريقيا حتى يمكن مقارنة ليبيا بها تحصلت تونس على 43 نقطة والمغرب 41 نقطة والجزائر ومصر كلاهما 35 نقطة ، وافضل ترتيب في الدول العربية الامارات 71 نقطة وقطر 62 نقطة والسعودية 53 نقطة .

وبناءً على هذا التحليل من اجل تحديد مشكلة البحث وتأكيد وجودها في الواقع المعاش، يمكن صياغة مشكلة البحث في العبارة اللفظية التالية: نفشي ظاهرة الفساد الاداري في مؤسسات الدولة الليبية.

فرضيات البحث

من خلال مشكلة البحث يمكن صياغة الفرضيات التالية:

1. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري والابتعاد عن تعاليم وقيم الدين الاسلامي.
2. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وغياب الاجهزة الرقابية والضبطية في الدولة.
3. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وعدم القدرة على المساءلة وتنفيذ القانون.
4. هناك علاقة عكسية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وقلّة المرتبات للعاملين في القطاع العام.
5. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري ووجود رؤساء فاسدين في الادارة العليا.
6. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري والشعور بعدم وجود عدالة في توزيع الثروة بين افراد المجتمع.
7. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وتخلف المجتمع وغياب أخلاقيات الوظيفة وقيم العمل.
8. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وغياب الدولة الفاعلة والقوية في مؤسساتها.
9. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وعدم وجود تشريعات قانونية في مكافحة الفساد.
10. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري والاختيار السيء عند تعيين الموظفين والمدراء.
11. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وعدم الالتزام بتعبئة إقرارات الذمة المالية للموظف قبل دخوله للخدمة.
12. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وغياب الشفافية ومنع المعلومات من الوصول للجمهور والاعلام ومؤسسات المجتمع المدني.
13. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وضعف مؤسسات المجتمع المدني وتهميش دورها.

14. هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وفشل الدولة في سياسات وبرامج الاصلاح الاداري.

هدف البحث

البحث يهدف إلى معرفة اتجاهات وآراء الجمهور العام في مدينة مصراته للوقوف على الاسباب الرئيسية أو المباشرة والاسباب الثانوية أو غير المباشرة وراء تفشي ظاهرة الفساد بكل اشكاله في كافة مفاصل مؤسسات الدولة الليبية.

أهمية البحث

إن أهمية البحث تكمن في المساهمات والفوائد المترتبة عليه والتي يمكن حصرها في الآتي:

1. فائدة تطبيقية للدولة الليبية، المتمثلة في نتائج وتوصيات البحث، وذلك من خلال مساهمة البحث في توفير المعلومات الحديثة والدقيقة والشاملة عن الاسباب الرئيسية أو المباشرة والاسباب الثانوية أو غير المباشرة وراء تفشي ظاهرة الفساد بكل اشكاله في كافة مفاصل مؤسسات الدولة الليبية، وبالتالي مساعدة صنّاع القرار على مستوى الدولة في اتخاذ القرارات الرشيدة تجاه معالجة الظاهرة.
2. فائدة علمية للمكتبة العربية كدراسة سابقة لدراسات لاحقة، علاوة على القيمة العلمية التي قد يضيفها البحث إلى مجال البحث العلمي حول تحليل ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا من حيث الاسباب والآثار والعلاج، من خلال ما تم تحقيقه من نتائج وتوصيات وكذلك مقترحات بحوث مستقبلية التي قد تكون حافزاً لبعض المهتمين والباحثين على مواصلة البحث في مواضيع ذات علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع البحث.
3. فائدة شخصية للباحث من خلال تنمية مهاراته الفكرية والتنظيمية والتقنية وغيرها من المهارات التي اكتسبها من خلال العمل في مراحل البحث المتعددة، إضافة إلى زيادة رصيده من البحوث العلمية.

منهجية البحث

أسلوب البحث

قام الباحث بإتباع المنهج الوصفي في البحث مستخدماً طريقتين من طرق

هذا المنهج هما:

1. طريقة البحث التحليلي: بهدف وصف المشكلة وتحليلها من أجل معرفة مدى وجود العلاقات الناشئة من تفاعل متغيرات البحث من عدمها، وكذلك معرفة قوة هذه العلاقة - في حالة وجودها - بين المتغيرات المستقلة (الاسباب المحتملة الرئيسية والثانوية) والمتغير التابع (المشكلة)، وأيضاً معرفة النتائج المترتبة على وجود العلاقة أو عدمها بين المتغيرين (نتائج اختبار الفرضيات) معتمداً في هذه التحليلات على وسائل التحليل الإحصائي المختلفة التي تتفق وطبيعة البحث.

2. طريقة البحث المسحي: بهدف التعرف على آراء واتجاهات الجمهور العام (مجتمع البحث) في مدينة مصراتة من كافة شرائح المجتمع تجاه اسباب تفشي ظاهرة الفساد الاداري في القطاع العام، حيث اعتمد الباحث في منهجية المسح الميداني على استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة البحث المختارة.

مجتمع البحث والعينة المختارة

استناداً إلى طبيعة مشكلة البحث وفرضياته واهدافه حدد الباحث مجتمع البحث بالجمهور العام في بمدينة مصراتة، وحتى يتسنى للباحث تحليل وبحث هذا المجتمع الكبير في تعداده وشرائحه قرر اختيار عينة من افراد المجتمع (الجمهور العام) على اساس العينة العشوائية البسيطة الطبقيية غير النسبية بعد استشارة الاساتذة المختصين في علم الإحصاء، وبلغ حجم العينة التي أخضعت للتحليل والبحث (279) فرداً من كافة شرائح المجتمع بمدينة مصراتة.

جدول رقم (3): استمارات الاستبيان الموزعة والمستخدمه

البيان	الاستمارات الموزعة	الاستمارات المفقودة غير المرجعة	الاستمارات المستبعدة غير المستوفاه	الاستمارات المستخدمة
العدد	335	29	27	279
النسبة	%100	%8.66	%8.06	%83.28

صدق وثبات أداة البحث

قام الباحث بعرض صحيفة الاستبيان على بعض الاساتذة المهتمين بالبحث العلمي والمعالجة الاحصائية للتحقق من مدى صدق وملائمة محتويات فقرات الاستبيان، حيث تمت

بعض التعديلات على بعض الفقرات، وتم تحليل المصدقية Reliability Statistics لقياس الاتساق والثبات والتناسق بين فقرات الاستبيان (المتغيرات) باستخدام معامل Cronbach's Alpha وكانت درجة الموثوقية مقبولة احصائيا وقيمتها = (0.818). للفقرات المحددة في الاستبيان، وقام الباحث بإجراء بحث اختباري على عينة حجمها (18) فرداً من مجتمع البحث للتعرف على درجة وضوح وفهم فقرات الاستبيان من جهة نظر المبحوثين قبل الشروع في استخدامه، ولقد تم تقدير فترات الثقة عند مستوى (0.95) أي أن (ألفا) ورمزها $(\alpha) = (0.05)$ والتي من خلالها سيتم تحديد منطقتي القبول والرفض للفرضيات، وهي تعرف بنسبة الخطأ الذي قد يحدث عند تعميم نتائج العينة المختارة على مجتمع البحث ككل.

أسلوب التحليل الإحصائي

تم استخدام مقياس ليكرث Lickrt Scale ذو الأوزان أو الدرجات الثلاثة (موافق، لا أدري، غير موافق) للتقييم والمفاضلة، والمتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، ومستوى الدلالة Sig. أو (p - value)، وارتباط سبيرمان Spearman Correlations، وهي إحدى تطبيقات برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) أو ما يعرف ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، يعتبر من أكثر اختبارات الدلالة استخداماً في معرفة ما إذا كان هناك علاقة بين متغيرات البحث أو خلاف ذلك.

حدود البحث

1. حدود الموضوع:

محددة في دراسة وتحليل ظاهرة الفساد من حيث المفهوم والاسباب والآثار والمكافحة وفقاً لما جاء في ادبيات الموضوع (الإطار النظري)، وكذلك معرفة اتجاهات الجمهور العام تجاه اسباب تفشي ظاهرة الفساد الاداري في مؤسسات القطاع العام بالدولة الليبية (الإطار الميداني).

2. حدود المكان:

بالنسبة للحدود المكانية فان البحث تناول اتجاهات الجمهور العام من كافة شرائح المجتمع في مدينة مصراتة تجاه الظاهرة.

3. حدود الزمن:

الحدود الزمنية للبحث فهي محددة بفترة إنجاز البحث ألا وهي من تاريخ 01 / 08 / 2020 م إلى تاريخ 12 / 12 / 2020 م.

البحوث السابقة

1. (بحث الفيتوري والمعداني، 2003)، بحث نظري وعنوانه الفساد الإداري في القطاع العام: مفهومه وأسبابه وآثاره السلبية، في مؤتمر الإدارة العامة في ليبيا: الواقع والطموحات، تنظيم مركز بحوث العلوم الاقتصادية، وخلص البحث الى جملة من النتائج منها ما يلي: (الفيتوري والمعداني، 2003، 33)

- إن نسبة (47%) من جرائم الفساد كانت بسبب إساءة استعمال السلطة.
 - إن نسبة (37%) من جرائم الفساد كانت بسبب الإهمال وعدم صيانة المال العام.
 - إن نسبة (14%) من جرائم الفساد كانت بسبب الاختلاس والكسب غير المشروع.
2. (بحث الطائي، 2003)، وعنوانه الفساد الإداري وأخلاقيات الوظيفة العامة، في مؤتمر الإدارة العامة في ليبيا: الواقع والطموحات، تنظيم مركز بحوث العلوم الاقتصادية، وخلصت نتائجه الى أن اسباب الفساد الإداري في ليبيا يمكن ترتيبها حسب أهميتها في التأثير على النحو التالي: (الطائي، 2003، 27)

- الابتعاد عن تعاليم الدين الاسلامي.
 - عدم وجود رقابة فاعلة.
 - ضعف المرتب والظروف المعيشية الصعبة.
 - عدم وجود القدوة الحسنة في العمل.
 - الشعور بعدم العدالة في توزيع الثروة بين افراد المجتمع.
 - تخلف المجتمع وتقاطع الاعراف القبلية مع قواعد وقيم العمل الرسمية.
3. (بحث السكارنة، 2010)، وعنوانه أخلاقيات العمل وأثرها على الفساد الإداري، بحث ميداني على وزارة المياه الأردنية، منشور في مجلة البصائر جامعة البتراء، وتوصل البحث الى النتائج التالية: (السكارنة، 2010، 23)

- هناك علاقة بين أخلاقيات الوظيفة العامة وزيادة نسب حدوث الفساد الإداري في المؤسسات الحكومية الأردنية.

- هناك علاقة بين الرضا الوظيفي والالتزام بأخلاقيات الوظيفة العامة.
- غياب أخلاقيات الإدارة سبب في تفشي ظاهرة الفساد في القطاعين العام والخاص.
- 4. (بحث بحر، 2011)، وعنوانه الفساد الإداري: المسببات والعلاج، بحث تطبيقي على المستشفيات الكبرى في فلسطين، منشور في مجلة جامعة الأزهر بقطاع غزة: سلسلة العلوم الإنسانية، وخلص البحث الى النتائج التالية: (بحر، 2011، 46)
- إن الوضع الاقتصادي والسياسي والتنشئة الاجتماعية السيئة تلعب دوراً أساسياً في وجود الفساد الإداري.
- إن القوانين والانظمة غير الواضحة ساعدت على وجود الفساد الإداري.
- الجميع ينظرون الى الفساد الإداري من منظور واحد وليس هناك للاختلاف في الجنس أو المؤهل أو الخبرة أو السن أي تأثير على هذه النظرة.
- 5. (بحث المرابط، 2016)، وعنوانه الشفافية الإدارية ودورها في مكافحة الفساد الإداري، بحث ميداني على الشركات الليبية العامة والخاصة في مجال التأمين، وخلص الى نتائج أهمها ما يلي: (المرابط، 2016، 245)
- وجود التزام بممارسة الشفافية الإدارية بدرجة مقبول لدى الإداريين والقياديين ممن يشغلون مناصب إدارية في شركات التأمين.
- وجود تطبيق للشفافية في شركات التأمين بدرجة متوسطة بكل مجالاتها مجتمعة ومنفردة.
- وجود علاقة ارتباط قوية بين أبعاد الشفافية الإدارية وبين مكافحة الفساد.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تطبيق الشفافية حسب متغيرات نوع الشركة عامة أو خاصة على محور ضعف الشفافية.
- 6. (بحث الفيتوري ومليطان، 2017)، وعنوانه أخلاقيات العمل الوظيفي وأثرها على الفساد الإداري: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الحكومية في مدينة مصراتة، الندوة العلمية الأولى، أخلاقيات العمل الوظيفي: الواقع والتطلعات، تنظيم كلية الاقتصاد والتجارة، جامعة المرقب، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج مفادها ان هناك اسباب قد ترفع من احتمالية حدوث الفساد الإداري في المصارف الحكومية منها ما يلي: (الفيتوري ومليطان، 2017، 30)
- مرتبات الموظفين بالمصارف لا تتناسب وتكاليف الحياة اليومية.

- لا يوجد بالمصارف انظمة للمساءلة، أو انها ليس بالمستوى المطلوب.
 - المعاملات الادارية بالمصارف لا تتسم بالشفافية والوضوح.
 - تعامل بعض الموظفين بالمصارف مع العملاء بنوع من التمييز والمحاباة.
 - استغلال المنصب الاداري لإنجاز المصالح الشخصية.
7. (بحث بن يوسف، 2019)، وعنوانه دور ديوان المحاسبة في الحد من الفساد في المؤسسات العامة الليبية، بحث ميداني على ديوان المحاسبة الليبي في المنطقة الغربية، وكان يهدف الى التعرف على الاجراءات المتبعة من قبل الديوان لمواجهة الفساد، وكذلك التعرف على فعالية القوانين والتشريعات المعمول بها للحد من الفساد، وحجم ونوع البناء المؤسسي للديوان ودوره في دعم جهود مكافحة الفساد، وكان مجتمع البحث من المراجعين العاملين بديوان المحاسبة في ليبيا، ومن أبرز النتائج ما يلي: (بن يوسف، 2019، 188)
- يوجد دور رقابي لديوان المحاسبة في الحد من الفساد.
 - توجد بعض الاساليب والطرق الاحصائية غير معمول بها أثناء القيام بالرقابة.
 - توجد بعض القوانين بحاجة للتعديل والتكيف بم يتناسب مع نوع وحجم العمل الرقابي.
 - البناء المؤسسي للديوان بحاجة للتطوير وتوفير المزيد من الامكانيات بما يتناسب مع حجم العمل الرقابي.
- وفي ختام جزئية عرض البحوث السابقة، يمكن القول إن ما يميز هذا البحث عن البحوث السابقة يمكن حصره في النقاطتين التاليتين:
1. دراسة وتحليل وتفسير آراء الجمهور العام المكون من كل شرائح المجتمع الليبي، من موظفين وتجار وطلاب وعمال وحرفيين وغيرهم، وليس كما جاء في البحوث السابقة التي تناولت دراسة وتحليل شريحة محددة من الموظفين في مؤسسات صناعية أو خدمية.
 2. تعدد مداخل دراسة وتحليل الظاهرة، حيث وصلت الى (14) مدخلاً أو سبباً محتملاً وراء المشكلة البحثية واخضعت جميعها للقياس والاختبار، وليس كما جاء في البحوث السابقة حيث المداخل محدودة جداً.
- وهذا التميز والاختلاف في تحليل الظاهرة قد يعكس مفهوم الاصاله البحثية، ويمثل قيمة مضافة من هذا البحث الى البحوث السابقة.

مفهوم الفساد الإداري

ورد في الأدب الإداري تعريفات كثيرة لمصطلح الفساد الإداري، من مداخل وأبعاد مختلفة، منها إدارية ومالية وقانونية واجتماعية وأخلاقية، وفقاً للخلفية العلمية والعملية للباحث أو المهتم، لذا يمكن عرض أهم هذه التعريفات على النحو التالي:

1. الفساد الإداري هو انحراف عن قواعد العمل الملزمة والمعتمدة في الجهاز الإداري في الدولة. (نجم، 2000، 217)

2. الفساد الإداري هو استعمال السلطة العامة المرتبطة بالوضع الوظيفي كوسيلة للمنفعة الشخصية أو لصالح مجموعة عن طريق خرق القانون. (شنتا، 1999، 45)

3. الفساد الإداري هو استغلال الموظفين الحكوميين مديرين وتنفيذيين بشكل فردي أو جماعي للسلطات الممنوحة لهم لتحقيق مصالح شخصية. (المرابط، 2005، 21)

4. الفساد الإداري هو استخدام سيئ لسلطة أو تمن عليها موظف سواء كان يعمل في مؤسسة عامة أو خاصة لضعف أو خلل في نظامه القيمي. (الطائي، 2003، 13)

5. الفساد الإداري هو الانحراف المتعمد في تنفيذ العمل الإداري. (رضا، 2011، 85)

6. هو الانحراف الإداري أو الوظيفي الذي يصدر عن الموظف العام إثناء تأدية العمل بمخالفة التشريع القانوني وضوابط القيم الفردية. (الوادي، 2014، 65)

7. هو سلوك مخالف للمعايير القانونية والأخلاقية ضد الصالح العام يصدر من شخص أو هيئة عامة أو خاصة. (معبرة، 2011، 34)

وبناءً على ما تقدم عرضه من تعريفات لمصطلح الفساد الإداري كما وردت في أدبيات علم الإدارة التي صدرت خلال العشرين سنة الماضية، يمكن القول إنها متفقة إلى درجة كبيرة في تعريف الفساد الإداري، رغم اختلاف المنظار الذي ينظر منه كل باحث إلى ظاهرة الفساد في المجتمع، وهذا الاتفاق في مفهوم الفساد جاء متناغماً ومتناسقاً مع تعريف البنك الدولي الذي نص على أنه (سوء استخدام الوظيفة العامة لتحقيق مصالح خاصة).

وفي ختام هذه الجزئية يمكن للباحث أن يقدم تعريفه الشخصي لمصطلح الفساد الإداري على أنه: انحراف سلوكي في منظومة الاخلاق للفرد واستغلاله لسلطته في الوظيفة العامة أو

الخاصة لتحقيق اهداف ومكاسب غير مشروعة.

أسباب الفساد الإداري

تناول الادب الاداري مسببات الفساد وهي عديدة ومتنوعة، ومتواجدة بشكل أو بآخر في كل المجتمعات النامية والمتقدمة، وفقاً لقوة منظومة الفساد في المجتمع، ويمكن عرض هذه المسببات من مداخل مختلفة للباحثين والكتّاب، حيث يرى أحدهم إن الاسباب يمكن حصرها في النقاط التالية: (العكيلي، 2009 ، 15)

1. انحلال البناء القيمي وضعف الضوابط الاخلاقية في مؤسسات الدولة والمجتمع عموماً.
2. الظروف الاقتصادية والاجتماعية الصعبة التي توجه الناس الى الافراط في الفردية.
3. غياب آليات المساءلة الدستورية والبرلمانية والرقابة الداخلية، وإن وجدت فهي غير فاعلة.
4. اختلال موازين توزيع الثروة على أفراد المجتمع، والشعور بالغبن لدى غالبية الناس.
5. عدم كفاءة ونزاهة وسوء اختيار القيادات الادارية وكبار المسؤولين من وزراء ووكلاء.
6. انعدام الشفافية في مؤسسات القطاع العام والقطاع الخاص.
7. الرواتب غير المجزية لموظفي القطاع العام.

وهناك من الباحثين من يرى إن العوامل الشخصية والتنظيمية والبيئية هي مسببات الفساد الاداري في المجتمعات، وفقاً للتحليل التالي: (العامري والغالي، 2010 ، 166)

1. العوامل الشخصية: تشير الدراسات الى ان هناك علاقة بين بعض الخصائص الفردية والممارسات الفاسدة في المؤسسات العامة والخاصة، من بينها ما يلي:
- العمر: قد تكون احتياجات الموظف الشاب كثيرة مع قلة دخله لكونه موظف حديث التعيين، مما يدفعه الى ممارسات ادارية فاسدة.
 - مدة الخدمة: قد يكون كبار الموظفين ممن تكون مدة خدمتهم طويلة على دراية تامة بأساليب إخفاء الممارسات الادارية الفاسدة، ويساعد هذا الامر على ارتكابها.
 - المستوى الدراسي: المجتمع الذي يسهل الحصول فيه على شهادات علمية غير قانونية، يكون أفراد هذا المجتمع أكثر ميلاً لممارسة الفساد الاداري.
 - الجنس: لا توجد دراسات قاطعة تشير الى وجود علاقة بين الجنس والفساد الاداري، ومسألة كون الرجال أكثر فساداً من النساء أو العكس تحتاج لمزيداً من البحث.

- المهنة والتخصص: قد تكون حالات الفساد الاداري أكثر وضوحاً لدى الاداريين في الوظائف الحكومية عنها في الوظائف الفنية، وذلك يرجع الى ان الاداريين أكثر احتكاكاً وتعاملاً مع الناس في انجاز المعاملات.
- 2. العوامل التنظيمية: تتعدد الاسباب التنظيمية التي تقف وراء الفساد الاداري في المنظمات الحكومية والخاصة، منها ثقافة المنظمة، حجم المنظمة، النظام الرقابي، العلاقة مع المسؤولين في الادارة العليا، طبيعة عمل المنظمة، الهياكل التنظيمية، البطالة المقنعة، مدى الاستقرار الوظيفي.
- 3. العوامل البيئية: تقف هذه العوامل وراء حالات الفساد الاداري أو تساهم في تعزيزها بسبب تعددها وتعقدها وتشابكها، وهي تشمل العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والثقافية.
- ويضيف باحث اخر حول مسببات الفساد الاداري، معتمداً في التحليل وبشكل كبير على التنظيم الداخلي للمنظمة، قائلاً إن الاسباب يمكن حصرها في الاتي: (رضا، 2011، 111)

 1. تضخم الهياكل التنظيمية، وخلق وحدات وانشطة من اجل افراد وليس حاجة العمل.
 2. غياب الوضوح في الاختصاصات والانشطة للوحدات والاجهزة الادارية.
 3. عدم وجود توصيف وظيفي يحدد مسؤوليات كل وظيفة وشروط شغلها.
 4. عدم وجود أدلة إجرائية موثقة، وكذلك الدورة المستندية الطويلة.
 5. انتشار البيروقراطية والروتين والرتابة في العمل والسلطات الفردية.
 6. ضياع هيبة القانون وضعف العقوبات الرادعة للفساد.
 7. التسبب الاداري وضعف انتاجية الموظف العام.
 8. ضعف تطبيق مبدأ الثواب والعقاب في العمل.
 9. ضعف أنظمة الرقابة الادارية والمالية.
 10. سوء اختيار القيادات الادارية.

هذا ويمكن القول إن البنك الدولي حدد مجموعة من الأسباب لظهور الفساد الاداري، أبرزها النقاط التالية: (صبيح، 2016، 46)

 1. تهميش دور الاجهزة الرقابية.
 2. وجود البيروقراطية في مؤسسات الدولة.

3. ضعف مؤسسات المجتمع المدني وتهميش دورها.
 4. توفر البيئة الاجتماعية والسياسية الملائمة لظهور الفساد.
 5. وجود فراغ في السلطة ناتج عن الصراع من اجل السيطرة على مؤسسات الدولة.
- وهناك من يرى إن عوامل البيئة القانونية والتشريعية وعوامل البيئة السياسية بالإضافة الى غياب الوازع الديني، وانعدام الوطنية لدى الموظفين، وعدم نزاهة واستقلال الجهات التشريعية والرقابية على مستوى الدولة، وكذلك ضعف الانظمة الرقابية على مستوى المؤسسات، من أهم مسببات الفساد المالي والاداري، (الشويرف وحيدر، 2013، 166) ويعزز هذا الرأي باحث آخر قائلاً إن هناك عدة أسباب أدت الى انتشار هذه الظاهرة الاجرامية الخطيرة، ولعل أهمها وجود وسط اجتماعي لا يستهجن هذه الظاهرة ولا ينبذ مرتكبيها، والسلبية المنتشرة لدى أفراد المجتمع، وضعف الوازع الديني، وروح الانتماء والحس الوطني، وتغليب المصلحة الخاصة على المصلحة العامة، إلى جانب عوامل أخرى، كالعوامل الاقتصادية والسياسية. (السيوي، 2017، 31)

وفي ختام عرض مسببات الفساد الاداري كما جاءت في الادبيات، يرى الباحث إن الاسباب كثيرة ومتنوعة، قد تكون ناشئة من ضعف البيئة الداخلية للمنظمة وخاصة نظامها الرقابي، أو من البيئة الخارجية العامة التي تعمل فيها المنظمة، وما تتضمنه من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والقانونية والثقافية والاخلاقية السائدة في المجتمع، كما يرى الباحث إن الاسباب الرئيسية يمكن حصرها في غياب الوازع الديني والاخلاقي، وغياب الرادع القانوني، وضعف الاجهزة الرقابية، وغياب الشفافية، والاختيار السيء للقيادات الادارية.

3.2 آثار الفساد الإداري

إن الفساد الاداري مضر بهيبة الدولة وما تمثله من رمزية ودلالة وطنية وسيادية وحضارية، ومشوه لصورة الدولة في أذهان الناس الذين يعتبرونها الحارس الامين على مصالحهم، ومدمر للبنيان المؤسساتي المتمثل في الاجهزة والادارات العامة والمنظمات الانتاجية والخدمية المختلفة، كما يززع الثقة لدى الجمهور في الدولة ومؤسساتها الاقتصادية نتيجة ممارسة بعض الموظفين العموميين لسلوكيات فاسدة مستغلين في ذلك الوظيفة العامة كوسيلة لتلك السلوكيات. (البياتي، 2010، 66)

للفساد آثار مدمرة تطال كل مقومات الحياة ، حيث يستنزف الاموال والوقت والطاقات ويعرقل أداء وانجاز الوظائف والخدمات وضعف الاستثمار وهروب الاموال خارج البلاد، وما ينتج عنه من قلة فرص العمل وزيادة البطالة والفقر ، مما يترتب عليه تأخر وتعثر مسيرة التنمية ، والدولة التي يستشري فيها الفساد لا تحظى باحترام الدول والمؤسسات الدولية، كما ان الفساد يعتبر مؤشر لتآكل شرعية النظام السياسي ويقتل احساس الثقة في السلطة السياسية ومصداقية الحكومة والانتماء للهوية الوطنية، وبالتالي فإن الفساد يشكل منظومة تخريب تسبب مزيداً من التأخر في عملية البناء والتقدم على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي، (إسماعيل ، 2014 ، 68) ربما أخطر ما ينتج عن ممارسات الفساد هو ذلك الخلل الجسيم الذي يصيب أخلاقيات العمل وقيم المجتمع ، مما يؤدي الى شيوع حالة ذهنية لدى الافراد تبرر الفساد وتجد له من الذرائع ما يبرر استمراره ويساعد في اتساع نطاق مفعوله في الحياة اليومية، حيث يلاحظ أن الرشوة والعمولة والسمسرة أخذت تشكل تدريجياً نظام الحوافز الجديد في المعاملات اليومية، وعندما تتفاقم آثار الفساد مع مرور الزمن تصبح الدخول الخفية الناجمة عن الفساد هي الدخول الاساسية التي تفوق أحياناً في قيمتها الدخول الرسمية ، وبالتالي يتقبل الفرد نفسياً فكرة التفريط التدريجي في معايير أداء الواجب الوظيفي. (رضا ، 2011 ، 121)

إن آثار الفساد وإضراره ومخاطره في الظروف الاستثنائية أو الطارئة أعظم وأشد منها في الظروف العادية، فالحروب والكوارث الطبيعية والازمات الاقتصادية تعتبر بيئة مشجعة ومواتية لتنفسي الفساد الاداري، ففي الازمات تشح الموارد وتضيق خلالها سبل العيش وترتفع فيها الاسعار ويندنى المستوى المعيشي لذوي الدخل المحدود وعلى رأسهم الموظفين، الذين تضعف مقاومتهم للفساد بسبب معاناتهم الشخصية والعائلية في ظل التضخم وتدهور القيمة الشرائية لمرتباتهم الثابتة. (الوادي ، 2014 ، 240)

آثار الفساد الاداري الداخلي قد يكون مصدره خارجي، فالفساد قد يكون عابراً للحدود ومصدره شركات متعددة الجنسيات ومنظمات دولية حكومية وغير حكومية ، حيث تمارس العديد من الشركات العالمية الكبرى التي تمتد عبر الحدود، العديد من السلوكيات التي تشكل صوراً للفساد الخارجي، كالجوء للضغط على الحكومات من أجل فتح الاسواق لمنتجاتها أو من أجل الحصول على عقود امتياز لاستغلال الموارد الطبيعية أو إقامة البنى التحتية ، كما قد تلجأ

الى اساليب الرشوة للمسؤولين في المناصب العامة لضمان الحصول على هذه الامتيازات أو لتصرف بضائع فاسدة أو غير مطابقة للمواصفات. (السكرانة، 2011 ، 37)

وتقول منظمة الشفافية الدولية في تقرير عام 2019 حول آثار الفساد إن قيمة الرشوة سنوياً توازي (4) تريليون دولار، وإن الرشوة فقط في المشتريات الحكومية تقدر بحوالي (400) مليار يورو، وإن جرائم الاموال من أكثر الجرائم نمواً في العالم، وتقدر سنوياً بحوالي (500) مليار يورو، ويضيف البنك الدولي في تقرير عام 2019 في هذا الشأن إن تكلفة الفساد على الاقتصاد العالمي تبلغ حوالي (1.5) تريليون دولار سنوياً.

وفي ختام هذه الجزئية يمكن للباحث حصر آثار الفساد الاداري في المجتمع ومؤسساته المختلفة، وذلك في النقاط التالية:

1. خلل وإضعاف قواعد ونظم العمل الرسمية في الدولة.
2. تهديد القيم السامية والاخلاق النبيلة في المجتمع.
3. إهدار حق المواطن والمجتمع في التنمية والرفاهية.
4. تكوين الشلل الفاسدة وطرده الافراد الاكفاء النزيهين.
5. ضياع سيادة وهيبة الدولة وقوتها محلياً ودولياً.
6. ترسيخ ثقافة الفساد وقبوله كأمر طبيعي في المعاملات.
7. خلل في أخلاقيات العمل وقيم الوظيفة العامة.
8. تشويه بيئة أو مناخ جذب الاستثمار المحلي والاجنبي.
9. توقف الدعم والمساعدات الاجنبية لسوء سمعة الدولة.
10. هجرة الكفاءات والعقول الوطنية خارج البلاد لعدم تقديرها.
11. اختلال ميزان العدالة الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع.
12. انتشار الجريمة بسبب انهيار القيم وغياب قوة تطبيق القانون.

آليات مكافحة الفساد الإداري

جاء في ادبيات الادارة الكثير من الوسائل والآليات والاستراتيجيات التي تهدف الى محاربة الفساد الاداري، حيث قال أحد الباحثين إن الفساد يمكن معالجته من خلال اتخاذ التدابير والاصلاحات التالية: (رضا ، 2011 ، 207)

1. الإصلاح السياسي: وهو محور الارتكاز للإصلاح الاداري والقضاء على الفساد.

2. الإصلاح الإداري: وهو التنظيم والادلة الاجرائية ونحسين الدور القابي للدولة.
3. الإصلاح الاجتماعي: وهو التعليم ونبذ الفردية في الوظيفة وتدریس القيم والأخلاقیات.
4. الإصلاح القانوني: وهو تفعيل وتطبيق القانون وتطوير النظم والتشريعات الحالية.
5. الإصلاح الوطني الشامل: وجود وثيقة إصلاح وطني شاملة يتعهد الجميع على العمل بها وتفعيلها واتخاذ الخطوات اللازمة للتغيير المجتمعي الشامل.

إن استراتيجية مكافحة الفساد تعتمد على عناصر اساسية متمثلة في المحاسبة والمساءلة والشفافية والنزاهة، وهذه العناصر يمكن تحليلها على النحو التالي: (السكرانة، 2011، 87)

1. المحاسبة: وهي خضوع الأشخاص في كل المستويات الوظيفية الذين يتولون المناصب العامة للمساءلة القانونية والإدارية والأخلاقية عن نتائج أعمالهم، امام رؤسائهم الذين في الغالب هم يشغلون قمة الهرم في المؤسسة إبي الوزراء ومن هم في مراتبهم الذين يكونون مسؤولين امام السلطة التشريعية التي تتولى الرقابة على اعمال السلطة التنفيذية.
2. المساءلة: وهي واجب المسؤولين عن الوظائف العامة تقديم تقارير دورية عن نتائج اعمالهم ومدى نجاحهم في تنفيذها، وحق المواطن في الحصول على المعلومات اللازمة عن اعمال الادارات العامة (النواب والوزراء والموظفين العموميين)، للتأكد من أن هذه الاعمال تتفق مع القيم الديمقراطية ومع تعريف القانون لوظائفهم، وهذا يشكل أساساً لاستمرار اكتسابهم للشرعية والدعم من الشعب.
3. الشفافية: وهي وضوح ما تقوم به المؤسسة ووضوح علاقتها مع المواطنين ذوي الصلة بنشاط المؤسسة، وعلنية الاجراءات والغايات والاهداف، وهذا ينطبق على الاعمال والمؤسسات الحكومية وكذلك المؤسسات الاخرى غير الحكومية.
4. النزاهة: وهي منظومة القيم المتعلقة بالصدق والامانة والاخلاص والمهنية في العمل، ورغم التقارب بين مفهومي الشفافية والنزاهة إلا أن الثاني يتصل بقيم أخلاقية معنوية بينما يتصل الأول بنظم وإجراءات عملية.

ويضيف ذات الباحث ان استراتيجية مكافحة الفساد الإداري تتطلب جملة من الوسائل المتنوعة التي يمكن حصرها في الآتي :

1. تبني نظام ديمقراطي يقوم على مبدأ فصل السلطات وسيادة القانون.
2. بناء جهاز قضائي مستقل وقوي ونزيه، ويلتزم الجميع باحترام احكامه.

3. تفعيل القوانين ذات العلاقة بمكافحة الفساد على جميع المستويات الوظيفية.
4. تطوير دور الرقابة والمساءلة للهيئات التشريعية من خلال الادوات البرلمانية.
5. تعزيز دور هيئات الرقابة العامة كمراقب الدولة أو دواوين الرقابة المالية والادارية.
6. التركيز على البعد الاخلاقي في محاربة الفساد في القطاع العام والقطاع الخاص.
7. إعطاء الحرية للصحافة ومنح الصحفيين الحصانة للقيام بدورهم في نشر المعلومات.
8. تنمية الدور الجماهيري في مكافحة الفساد من خلال برامج التوعية من الآفة ومخاطرها وتكلفتها على الوطن والمواطن.

ويضيف باحث اخر قائلاً إن مقاومة الفساد الاداري ترقى إلى مرتبة الواجب الوطني والديني، وقد تكون فردية خاصة أو جماعية عامة، بدأً من الأسرة والمدرسة وصولاً إلى كافة أجهزة الدولة، وقد تكون التدابير اللازمة في معالجة الفساد وقائية سابقة وقد تكون قمعية مرافقة ولاحقة. (المرابط ، 2016 ، 144)

وفي إطار محاربة الفساد الاداري في المجتمع الليبي، ورد في التقرير السنوي لديوان المحاسبة الليبي لعام 2018م وهو التقرير الاخير، في الفصل التاسع المعنون بسياسات مكافحة الفساد بالصفحة رقم (84)، إن ملف مواجهة الفساد من أولى أولوياته بدايةً من المواطن العادي والموظف العمومي بكافة القطاعات والمستويات وكذلك المؤسسات الاهلية والرسومية وانتهاءً بسلطات الدولة الامنية والتنفيذية والقضائية والتشريعية لتحمل مسؤولياتها في مكافحة الفساد وعلى الأخص ما يلي:

1. وضع استراتيجية قومية لمحاربة الفساد.
2. العمل على فرض سيادة القانون واناظ الأحكام الرادعة.
3. تحري الكفاءة والنزاهة عند التكليف بالمناصب السيادية والحكومية.
4. ارساء وتعزيز الممارسات الفعالة التي تمنع الفساد وعلى الاخص نظم الحوكمة والرقابة الداخلية والاستفادة من تقارير الاجهزة الرقابية في تحقيق المساءلة والمحاسبة.
5. اصدار وتحديث تشريعات مكافحة الفساد ومنها ما يتعلق بضوابط منع تعارض المصالح، والافصاح عن الممتلكات، وحق الحصول على المعلومة لذوي المصلحة.
6. التعاون البناء بين كافة المؤسسات والمنظمات المحلية والدولية فيما يتعلق بمكافحة الفساد.
7. ابداء الجدية عند التحري وضبط ممارسات الفساد والتعامل بحزم وتشدد مع جرائم الفساد.

8. وضع برامج تنقيفية وتوعوية طويلة الامد لتغيير ثقافة المجتمع وتغيير البيئة الليبية من بيئة راعية للفساد الى بيئة طاردة لمزاولته.

في ختام جزئية مكافحة الفساد الاداري يمكن للباحث أن يقول إن مسألة محاربة الفساد صعبة جداً ولكنها ليست مستحيلة، يمكن من خلال تكاثف الجهود وصدقها من الفرد والمجتمع والمؤسسات والدولة جعل مستويات أو معدلات الفساد منخفضة ومقبولة، لان القضاء على الفساد نهائياً في المجتمع في الوقت الحاضر امراً عجزت عنه أكبر الدول وأكثرها تطوراً.

إن المجتمعات الاسلامية للأسف تعاني من آفة الفساد بدرجة كبيرة جداً مقارنة بالمجتمعات الاخرى، رغم ان الدين الاسلامي أمر بالإصلاح ونهى عن الفساد في (50) آية من القرآن الكريم، ورغم كثرة التشريعات والنصوص القانونية في مكافحة الفساد، لان الفساد أصبح سلوك حياة وثقافة مجتمع للأسف، وهذا يعني إن الخلل في النفوس وليس الخلل في النصوص، وهذا يتطلب جهداً كبيراً ووقتاً طويلاً وتخطيطاً استراتيجياً جاداً، إضافة الى إرادة سياسية حقيقية في محاربة هذه الآفة الخطيرة.

ويمكن للباحث ان يضيف ايضاً إن هناك جملة من التدابير يمكن اتخاذها في معالجة ظاهرة الفساد الاداري وجعلها في أقل حدود ممكنة، هي على النحو التالي:

1. إجراء البحوث العلمية الجادة لمعرفة الأسباب الرئيسية للفساد، حتى يمكن وضع الاستراتيجيات الصحيحة الموجهة للأسباب المحددة دون غيرها، كسباً للوقت والمال والجهد، الذي قد تتطلبه العملية العلاجية.

2. إيجاد قوة لتطبيق احكام القانون ومعاينة الفاسدين بأشد العقوبات دون رحمة، حتى يكونوا عبرة للآخرين في عدم القيام بالممارسات الفاسدة.

3. نشر الاحكام الصادرة من المحاكم في قضايا الفساد بين أوساط الموظفين، للعلم والردع، وكذلك النشر في كافة الوسائل الاعلامية للتشهير بالفاسدين وعبرة للآخرين.

4. حسن اختيار القادة الاداريين وخاصة في أعلى هرم وظائف الدولة، لأنه إذا صلحت الادارة صلح كل شيء وإذا فسدت الادارة فسد كل شيء.

5. إعداد وتنفيذ حملات وبرامج تنقيفية وتوعوية وتعليمية وفق استراتيجية طويلة الاجل في الثقافة والتعليم، بهدف إحداث تغيير إيجابي مع مرور الزمن في ثقافة المجتمع تجاه مفهوم الفساد والممارسات الفاسدة، بالاعتماد على كافة الوسائل لتحقيق هذا الهدف الاستراتيجي.

6. متابعة تنفيذ تقارير الاجهزة الرقابية والضبطية المختلفة على مستوى الدولة أو في المؤسسات فيما يتعلق بالفساد الاداري، وكذلك حماية العاملين في تلك الاجهزة ودعمهم مادياً ومعنوياً، لضمان توفير المناخ السليم للعمل الرقابي والضبط.
7. تشكيل وزارة للتنمية الادارية تعنى بالقضايا الوظيفية على مستوى الدولة، مثل استراتيجيات الاصلاح الاداري ومكافحة الفساد، وسياسات أخلاقيات الوظيفة العامة وقيم العمل، وشؤون الهياكل التنظيمية والملاكات الوظيفية وبطاقات الوصف والتوصيف الوظيفي، وبرامج التدريب والتطوير، والادلة والانظمة واللوائح ذات العلاقة بالوظيفة العامة... الخ.
8. تفعيل وبحزم قرارات الذمة المالية قبل الدخول للعمل أو الخدمة، وإلزام كل المسؤولين في كل المستويات بتعبئة الاقرارات حتى يمكن محاسبتهم ومساءلتهم عند ارتكابهم جرائم فساد، من خلال تطبيق مقولة (من أين لك هذا؟).

وصف وتوصيف خصائص العينة المختارة

هذه الجزئية تناولت خصائص عينة البحث المختارة من الجمهور العام بعد أن تم توزيعها وفقاً للمتغيرات الواردة في صحيفة الاستبيان والتي تضمنت الجنس والعمر والتعليم والعمل، وذلك وفقاً للجدول التالية:

جدول رقم (4): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	ذكر	أنثى	الإجمالي
التكرار	223	56	279
النسبة	%79.93	%20.07	%100

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى إن نسبة شريحة الذكور في العينة المختارة من الجمهور العام هي (79.93%)، وإن نسبة شريحة الإناث في العينة المختارة هي (20.07%) فقط، ويرى الباحث إن هذه التوزيع عادل ومنطقي، على اعتبار إن الاتصال والتواصل مع العنصر النسائي في المجتمع المسلم المحافظ صعباً نسبياً، إضافة الى إن علاقة الرجال بظاهرة الفساد الاداري أكبر من النساء بحكم حجم المهام المناط بها الرجال واهميتها.

جدول رقم (5): توزيع العينة حسب العمر

العمر	أقل من (40)	من (40) الى (60)	أكثر من (60)	الإجمالي
التكرار	63	191	25	279
النسبة	%22.58	%68.46	%8.96	%100

تشير بيانات الجدول رقم (05) إلى أن النسبة الأكبر المشاركة في البحث كانت من نصيب افراد الجمهور العام الذين اعمارهم تتراوح ما بين (40) سنة و(60) سنة، وهي تمثل (68.46%) من حجم العينة المختارة، ونرى ان هذه الفئة العمرية قد تكون الأقرب من التقييم الواقعي، لأنها الأكثر معايشةً واستخداماً وإدراكاً وتركيزاً في قضايا ظاهرة الفساد الاداري، مما يجعل نتائج هذا البحث أكثر قبولا وموضوعية.

جدول رقم (6): توزيع العينة حسب التعليم

المؤهل العلمي	دون الجامعة	مؤهل جامعي	ما بعد الجامعة	الإجمالي
التكرار	87	177	15	279
النسبة	%31.18	%63.44	%5.38	%100

تشير بيانات الجدول رقم (06) إلى أن مفردات العينة المختارة الأكثر مشاركة في عملية التقييم هي من حملة المؤهلات الجامعية، حيث وصلت النسبة إلى (63.44%) من حجم العينة، وهذا يؤكد على وجود المعرفة والقدرة والدراية الكاملة لدى عضو العينة المستهدف تجاه اسئلة الاستبيان، مما يجعل إجابات المبحوثين وآراءهم أكثر دقة وموضوعية وقبول.

جدول رقم (7): توزيع العينة حسب جهة العمل

جهة العمل	موظف	تاجر	حرفي	طالب	متقاعد	الإجمالي
التكرار	133	73	25	28	20	279
النسبة	%47.67	%26.16	%8.96	%10.04	%7.17	%100

تشير بيانات الجدول رقم (07) إلى أن شريحة الموظفين في العينة المختارة هي الأكثر مشاركة في العملية البحثية الميدانية، حيث وصلت النسبة إلى (47.67%) من حجم العينة المختارة، مقارنة بالشرائح الأخرى المكونة للجمهور العام وفقاً لجهة العمل، وهذه الفئة قد تكون هي الأكثر احتكاكاً وتعاملاً وإدراكاً نسبياً لظاهرة الفساد الاداري بالمقارنة مع الفئات الأخرى، نظراً لطبيعة عمل الوظيفة العامة وحجم الفساد المرتبط بها، مما يجعل عملية توجه المبحوثين تجاه الظاهرة أكثر دقة وواقعية وقبول.

العرض والتحليل الإحصائي للبيانات المجمعة

جدول رقم (8) مقياس ليكرث الثلاثي للإجابات

الخيارات	موافق	لا أدري	غير موافق
رقم افتراضي	1	2	3

الجدول رقم (8) يتضمن مقياس ليكرث الثلاثي للخيارات المتاحة للإجابة عن أسئلة الاستبيان، وكذلك الأرقام الافتراضية وفق متطلبات المعالجة الإحصائية للبيانات المجمعة من المبحوثين، وصولاً لنتائج معززة.

جدول رقم (9): عرض وتفسير إجابات العينة المختارة على أسئلة الاستبيان تجاه الظاهرة

الرمز	الإجابات فقرات الاستبيان	موافق		لا أدري		غير موافق		-----		-----	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	متوسط حسابي	انحراف معياري	الاتجاه العام	ترتيب السبب الأقوى
H	ظاهرة الفساد الإداري موجودة فعلاً وبدرجة كبيرة جداً في واقع مؤسسات الدولة الليبية.	265	95	5	1.8	9	3.2	1.08	0.375	موافق	---
Q1	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى الابتعاد عن تعاليم وقيم الدين الإسلامي.	229	82.1	10	3.6	40	14.3	1.32	0.712	موافق	3
Q2	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى غياب الأجهزة الرقابية والضبطية في الدولة.	190	68.1	10	3.6	79	28.3	1.60	0.899	موافق	8
Q3	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى عدم القدرة على المساءلة وتنفيذ القانون.	254	91	8	2.9	17	6.1	1.15	0.501	موافق	1
Q4	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى قلة المرتبات للعاملين في القطاع العام.	82	29.4	19	6.8	178	63.8	2.34	0.904	غير موافق	---
Q5	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى وجود رؤساء فاسدين في الإدارة العليا.	215	77.1	12	4.3	52	18.6	1.42	0.786	موافق	4
Q6	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى عدم وجود عدالة في توزيع الثروة بين أفراد المجتمع.	76	27.2	28	10	175	62.7	2.35	0.881	غير موافق	----
Q7	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى تخلف المجتمع وغياب أخلاقيات الوظيفة العامة وقيم العمل.	213	76.3	12	4.3	54	19.4	1.43	0.797	موافق	6
Q8	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى غياب الدولة الفاعلة والقوية في مؤسساتها.	246	88.2	8	2.9	25	9	1.21	0.587	موافق	2
Q9	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى عدم وجود تشريعات قانونية في مكافحة الفساد.	61	21.9	26	9.3	192	68.8	2.47	0.830	غير موافق	---
Q10	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى الاختيار السيء عند تعيين الموظفين والمدراء.	81	29	18	6.5	180	64.5	2.35	0.901	غير موافق	---
Q11	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى عدم الالتزام بتعبئة إقرارات الذمة المالية للموظف في بداية الخدمة.	210	75.3	20	7.2	49	17.6	1.42	0.773	موافق	5
Q12	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى غياب الشفافية ومنع نشر المعلومات للجمهور العام.	207	74.2	10	3.6	62	22.2	1.48	0.835	موافق	7
Q13	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى ضعف مؤسسات المجتمع المدني وتهميش دورها.	74	26.5	16	5.7	189	67.7	2.41	0.881	غير موافق	---
Q14	تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى فشل الدولة في سياسات وبرامج الإصلاح الإداري.	112	40.1	25	9	142	50.9	2.11	0.950	غير موافق	---

* الفقرة الأولى رمز (H) تمثل مشكلة البحث المحددة في الإطار العام للبحث.
* الفقرات الأخرى من (Q1) إلى (Q14) تمثل فرضيات البحث المحددة في الإطار العام للبحث (الأسباب المحتملة).

يلاحظ من الجدول رقم (9) ما يلي:

1. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة من مجتمع البحث (الجمهور العام) بشأن الفقرة التي رمزها (H) يساوي (1.08)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث الثلاثي المحدد في الجدول رقم (8)، حيث نجد ان نسبة (95%) من الجمهور العام يرون إن ظاهرة الفساد الاداري موجودة فعلاً وبدرجة كبيرة جداً في واقع مؤسسات الدولة الليبية، وهذا الاتجاه يؤكد إن مشكلة البحث حقيقية، ويعزز ما تبناه الباحث في تحليل فقرة مشكلة البحث المحددة في الإطار العام للبحث (خطة البحث).
2. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q1) يساوي (1.32)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (82.1%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى الابتعاد عن تعاليم وقيم الدين الاسلامي، وهذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الثالث في قائمة الأسباب الثمانية، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.
3. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q2) يساوي (1.60)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (68.1%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى غياب الاجهزة الرقابية والضبطية في الدولة، وهذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الثامن والاحير في قائمة الأسباب الثمانية، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.
4. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q3) يساوي (1.15)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (91%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى عدم القدرة على المساءلة وتنفيذ القانون، وهذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الأول في قائمة الأسباب الثمانية، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.
5. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q4) يساوي (2.34)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو عدم الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث

نجد أن نسبة (63.8%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى قلة المرتبات للعاملين في القطاع العام، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (29.4%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود المشكلة، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

6. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q5) يساوي (1.42)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد أن نسبة (77.1%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى وجود رؤساء فاسدين في الإدارة العليا، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الرابع في قائمة الأسباب الثمانية، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

7. المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q6) يساوي (2.35)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو عدم الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد أن نسبة (62.7%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى عدم وجود عدالة في توزيع الثروة بين أفراد المجتمع، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (27.2%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود المشكلة، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

8. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q7) يساوي (1.43)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد أن نسبة (76.3%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى تخلف المجتمع وغياب أخلاقيات الوظيفة العامة وقيم العمل، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه السادس في قائمة الأسباب الثمانية، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

9. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q8) يساوي (1.21)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد أن نسبة (88.2%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى غياب الدولة الفاعلة والقوية في مؤسساتها، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود

المشكلة وترتيبه الثاني في قائمة الأسباب الثمانية، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

10. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q9) يساوي (2.47)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو عدم الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (68.8%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى عدم وجود تشريعات قانونية في مكافحة الفساد، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (21.9%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود المشكلة، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

11. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q10) يساوي (2.35)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو عدم الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (64.5%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى الاختيار السيء عند تعيين الموظفين والمدراء، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (29%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود المشكلة، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

12. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q11) يساوي (1.42)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (75.3%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى عدم الالتزام بتعبئة إقرارات الذمة المالية للموظف في بداية الخدمة الوظيفية، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الخامس في قائمة الأسباب الثمانية، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

13. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q12) يساوي (1.48)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (74.2%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى غياب الشفافية ومنع نشر المعلومات للجمهور العام، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه السابع في قائمة الأسباب الثمانية، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

14. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q13) يساوي (2.41)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو عدم الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (67.7%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى ضعف مؤسسات المجتمع المدني وتهميش دورها، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (26.5%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود المشكلة، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

15. إن المتوسط الحسابي لإجابات العينة المختارة بشأن الفقرة التي رمزها (Q14) يساوي (2.11)، وهذا يعني إحصائياً ميل الاتجاهات نحو عدم الموافقة وفقاً لمقياس ليكرث، حيث نجد ان نسبة (50.9%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى فشل الدولة في سياسات وبرامج الاصلاح الاداري، وهي نسبة أكبر إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (40.1%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود المشكلة، اعتماداً على قيمة المتوسط الحسابي للإجابات.

جدول رقم (10): اختبار الفرضيات بتحليل معامل الارتباط سبيرمان

نتيجة الاختبار للفرضيات	مستوى المعنوية للمشاهد (p _ value)	معامل الارتباط سبيرمان	الفرضيات (المشكلة والسبب المحتمل)
قبول الفرضية الأولى	.008	.655	Q1, H
قبول الفرضية الثانية	.042	.478	Q2, H
قبول الفرضية الثالثة	.000	.689	Q3, H
رفض الفرضية الرابعة	.230	.072	Q4, H
قبول الفرضية الخامسة	.012	.636	Q5, H
رفض الفرضية السادسة	.333	.064	Q6, H
قبول الفرضية السابعة	.037	.511	Q7, H
قبول الفرضية الثامنة	.001	.681	Q8, H
رفض الفرضية التاسعة	.457	.058	Q9, H
رفض الفرضية العاشرة	.523	.044	Q10, H
قبول الفرضية الحادية عشر	.018	.626	Q11, H
قبول الفرضية الثانية عشر	.039	.498	Q12, H
رفض الفرضية الثالثة عشر	.606	.039	Q13, H
رفض الفرضية الرابعة عشر	.616	.030	Q14, H

يلاحظ من الجدول رقم (10) ما يلي:

1. إن الارتباط بين المتغيرين (Q1 , H) جيد وقيمته تساوي (0.655) تقريباً (66%)، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.008)، وهي قيمة أصغر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً رفض الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، وقبول الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1)، وهذا يعني أيضاً وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الأول (السبب المفترض أو المحتمل الأول)، وبناءً على هذا التحليل يتم قبول الفرضية الأولى التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الإداري والابتعاد عن تعاليم وقيم الدين الاسلامي.
2. إن الارتباط بين المتغيرين (Q2 , H) متوسط وقيمته تساوي (0.478) تقريباً (48%)، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.042)، وهي قيمة أصغر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً رفض الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، وقبول الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1)، وهذا يعني أيضاً وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الثاني (السبب المفترض أو المحتمل الثاني)، وبناءً على هذا التحليل يتم قبول الفرضية الثانية التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وغياب الاجهزة الرقابية والضبطية في الدولة.
3. إن الارتباط بين المتغيرين (Q3 , H) جيد وقيمته تساوي (0.689) تقريباً (69%)، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.000)، وهي قيمة أصغر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً رفض الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، وقبول الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1)، وهذا يعني أيضاً وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الثالث (السبب المفترض أو المحتمل الثالث)، وبناءً على هذا التحليل يتم قبول الفرضية الثالثة التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وعدم القدرة على المساءلة وتنفيذ القانون.

4. إن الارتباط بين المتغيرين (H , Q4) ضعيف جداً وقيمته تساوي (0.072) تقريباً (07%) فقط، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.230)، وهي قيمة أكبر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً قبول الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0) ، ورفض الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1) ، وهذا يعني أيضاً عدم وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الرابع (السبب المفترض أو المحتمل الرابع)، وبناءً على هذا التحليل يتم رفض الفرضية الرابعة التي تنص على إن هناك علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري وقلة المرتبات للعاملين في القطاع العام .
5. إن الارتباط بين المتغيرين (H , Q5) جيد وقيمته تساوي (0.636) تقريباً (64%)، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.012)، وهي قيمة أصغر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً رفض الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، وقبول الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1) ، وهذا يعني أيضاً وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الخامس (السبب المفترض أو المحتمل الخامس)، وبناءً على هذا التحليل يتم قبول الفرضية الخامسة التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري ووجود رؤساء فاسدين في الإدارة العليا .
6. إن الارتباط بين المتغيرين (H , Q6) ضعيف جداً وقيمته تساوي (0.064) تقريباً (06%) فقط، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.333)، وهي قيمة أكبر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً قبول الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، ورفض الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1) ، وهذا يعني أيضاً عدم وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل السادس (السبب المفترض أو المحتمل السادس)، وبناءً على هذا التحليل يتم رفض الفرضية السادسة التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري والشعور بعدم وجود عدالة في توزيع الثروة بين أفراد المجتمع.

7. إن الارتباط بين المتغيرين (Q7 , H) جيد وقيمته تساوي (0.511) تقريباً (51%)، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.012)، وهي قيمة أصغر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً رفض الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، وقبول الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1)، وهذا يعني أيضاً وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل السابع (السبب المفترض أو المحتمل السابع)، وبناءً على هذا التحليل يتم قبول الفرضية السابعة التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري وتخلف المجتمع وغياب أخلاقيات الوظيفة وقيم العمل.

8. إن الارتباط بين المتغيرين (Q8 , H) جيد وقيمته تساوي (0.681) تقريباً (68%)، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.001)، وهي قيمة أصغر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً رفض الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، وقبول الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1)، وهذا يعني أيضاً وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الثامن (السبب المفترض أو المحتمل الثامن)، وبناءً على هذا التحليل يتم قبول الفرضية الثامنة التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري وغياب الدولة الفاعلة والقوية في مؤسساتها.

9. إن الارتباط بين المتغيرين (Q9 , H) ضعيف جداً وقيمته تساوي (0.058) تقريباً (06%) فقط، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.457)، وهي قيمة أكبر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً قبول الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، ورفض الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1)، وهذا يعني أيضاً عدم وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل التاسع (السبب المفترض أو المحتمل التاسع)، وبناءً على هذا التحليل يتم رفض الفرضية التاسعة التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري وعدم وجود تشريعات قانونية في مكافحة الفساد.

10. إن الارتباط بين المتغيرين (Q10 , H) ضعيف جداً وقيمته تساوي (0.044) تقريباً (04%) فقط، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي

(.523)، وهي قيمة أكبر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً قبول الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h_0) ، ورفض الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h_1) ، وهذا يعني أيضاً عدم وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل العاشر (السبب المفترض أو المحتمل العاشر)، وبناءً على هذا التحليل يتم رفض الفرضية العاشرة التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري والاختيار السيء عند تعيين الموظفين والمدراء.

11. إن الارتباط بين المتغيرين (H , Q11) جيد وقيمه تساوي (.626) تقريباً (63%)، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (.018)، وهي قيمة أصغر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً رفض الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h_0) ، وقبول الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h_1) ، وهذا يعني أيضاً وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الحادي عشر (السبب المفترض أو المحتمل الحادي عشر)، وبناءً على هذا التحليل يتم قبول الفرضية الحادية عشر التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري وعدم الالتزام بتعبئة إقرارات الذمة المالية للموظف قبل دخوله للخدمة.

12. إن الارتباط بين المتغيرين (H , Q12) جيد وقيمه تساوي (.498) تقريباً (50)، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (.039)، وهي قيمة أصغر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً رفض الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h_0) ، وقبول الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h_1) ، وهذا يعني أيضاً وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الثاني عشر (السبب المفترض أو المحتمل الثاني عشر) ، وبناءً على هذا التحليل يتم قبول الفرضية الثانية عشر التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الفساد الإداري وغياب الشفافية ومنع المعلومات من الوصول للجمهور والاعلام ومؤسسات المجتمع المدني.

13. إن الارتباط بين المتغيرين (Q13 , H) ضعيف جداً وقيمته تساوي (0.039) تقريباً (4% فقط، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.606)، وهي قيمة أكبر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً قبول الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0)، ورفض الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1)، وهذا يعني أيضاً عدم وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الثالث عشر (السبب المفترض أو المحتمل الثالث عشر)، وبناءً على هذا التحليل يتم رفض الفرضية الثالثة عشر التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وضعف مؤسسات المجتمع المدني وتهميش دورها.

14. إن الارتباط بين المتغيرين (Q14 , H) ضعيف جداً وقيمته تساوي (0.030) أي (3% فقط، وإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد أو ما يعرف (p _ value) تساوي (0.616)، وهي قيمة أكبر من قيمة (ألفا) والتي رمزها (α) وتساوي (0.05)، وهذا يعني إحصائياً قبول الفرض الصفري أو ما يعرف بالفرض العدم ورمزه (h0) ، ورفض الفرض البديل أو ما يعرف بالفرض النظري ورمزه (h1)، وهذا يعني أيضاً عدم وجود علاقة بين المتغير التابع (المشكلة) والمتغير المستقل الرابع عشر (السبب المفترض أو المحتمل الرابع عشر)، وبناءً على هذا التحليل يتم رفض الفرضية الرابعة عشر والاخيرة التي تنص على إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وفشل الدولة في سياسات وبرامج الاصلاح الاداري.

نتائج البحث

من خلال المعالجة الاحصائية للبيانات المجمعة من العينة المختارة من مجتمع البحث المتمثل في الجمهور العام بكل شرائحه في مدينة مصراتة، بهدف معرفة الاسباب المباشرة وغير المباشرة وراء تفشي ظاهرة الفساد الاداري في مفاصل الدولة الليبية، تم الوصول الى النتائج العلمية التالية:

1. إن نسبة (95%) من الجمهور العام يرون إن ظاهرة الفساد الاداري موجودة فعلاً وبدرجة كبيرة جداً في واقع مؤسسات الدولة الليبية، وهذا الاتجاه يؤكد إن مشكلة البحث حقيقية،

- ويعزز ما تبناه الباحث في تحليل فقرة مشكلة البحث المحددة في الإطار العام للبحث (خطة البحث)، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (1) من الجدول رقم (9).
2. إن نسبة (91%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى عدم القدرة على المساءلة وتنفيذ القانون، وهذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الأول في قائمة الأسباب الثمانية، وهذا يعني إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وعدم القدرة على المساءلة وتنفيذ القانون، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (4) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (3) من الجدول رقم (10).
3. إن نسبة (88.2%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى غياب الدولة الفاعلة والقوية في مؤسساتها، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الثاني في قائمة الأسباب الثمانية، وهذا يعني إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وغياب الدولة الفاعلة والقوية في مؤسساتها، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (9) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (8) من الجدول رقم (10).
4. إن نسبة (82.1%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى الابتعاد عن تعاليم وقيم الدين الاسلامي، وهذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الثالث في قائمة الأسباب الثمانية، وهذا يعني إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الإداري والابتعاد عن تعاليم وقيم الدين الاسلامي، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (2) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (1) من الجدول رقم (10).
5. إن نسبة (77.1%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى وجود رؤساء فاسدين في الادارة العليا، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الرابع في قائمة الأسباب الثمانية، وهذا يعني إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري ووجود رؤساء فاسدين في الادارة العليا، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (6) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (5) من الجدول رقم (10).

6. إن نسبة (75.3%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى عدم الالتزام بتعبئة إقرارات الذمة المالية للموظف في بداية الخدمة الوظيفية، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الخامس في قائمة الأسباب الثمانية، وهذا يعني إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وعدم الالتزام بتعبئة إقرارات الذمة المالية للموظف قبل دخوله للخدمة، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (12) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (11) من الجدول رقم (10).
7. إن نسبة (76.3%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى تخلف المجتمع وغياب أخلاقيات الوظيفة العامة وقيم العمل، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه السادس في قائمة الأسباب الثمانية، وهذا يعني إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وتخلف المجتمع وغياب أخلاقيات الوظيفة وقيم العمل، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (8) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (7) من الجدول رقم (10).
8. إن نسبة (74.2%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى غياب الشفافية ومنع نشر المعلومات للجمهور العام، لذلك هذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه السابع في قائمة الأسباب الثمانية، وهذا يعني إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وغياب الشفافية ومنع المعلومات من الوصول للجمهور والاعلام ومؤسسات المجتمع المدني، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (13) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (12) من الجدول رقم (10).
9. إن نسبة (68.1%) من الجمهور العام يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى غياب الاجهزة الرقابية والضبطية في الدولة، وهذا العنصر هو أحد أسباب وجود المشكلة وترتيبه الثامن والاخير في قائمة الأسباب الثمانية، وهذا يعني إن هناك علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين الفساد الاداري وغياب الاجهزة الرقابية والضبطية في الدولة، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (3) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (2) من الجدول رقم (10).
10. إن نسبة (63.8%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى قلة المرتبات للعاملين في القطاع العام، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة

الذين يرون خلاف ذلك وهي (29.4%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود الظاهرة، وهذا يعني ليس هناك علاقة بين الفساد الإداري وقلة المرتبات للعاملين في القطاع العام، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الإحصائي للفقرة رقم (5) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (4) من الجدول رقم (10).

11. إن نسبة (62.7%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى عدم وجود عدالة في توزيع الثروة بين أفراد المجتمع، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (27.2%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود الظاهرة، وهذا يعني ليس هناك علاقة بين الفساد الإداري والشعور بعدم وجود عدالة في توزيع الثروة بين أفراد المجتمع، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الإحصائي للفقرة رقم (7) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (6) من الجدول رقم (10).

12. إن نسبة (68.8%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى عدم وجود تشريعات قانونية في مكافحة الفساد، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (21.9%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود الظاهرة، وهذا يعني ليس هناك علاقة بين الفساد الإداري وعدم وجود تشريعات قانونية في مكافحة الفساد، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الإحصائي للفقرة رقم (10) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (9) من الجدول رقم (10).

13. إن نسبة (64.5%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى الاختيار السيء عند تعيين الموظفين والمدراء، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (29%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود الظاهرة، وهذا يعني ليس هناك علاقة بين الفساد الإداري والاختيار السيء عند تعيين الموظفين والمدراء، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الإحصائي للفقرة رقم (11) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (10) من الجدول رقم (10).

14. إن نسبة (67.7%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الإداري في ليبيا يرجع إلى ضعف مؤسسات المجتمع المدني وتهميش دورها، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (26.5%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود الظاهرة، وهذا يعني ليس هناك علاقة بين الفساد الإداري وضعف مؤسسات المجتمع المدني

وتهميش دورها، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (14) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (13) من الجدول رقم (10).

15. إن نسبة (50.9%) من الجمهور العام لا يرون إن تفشي ظاهرة الفساد الاداري في ليبيا يرجع الى فشل الدولة في سياسات وبرامج الاصلاح الاداري، وهي نسبة أكبر إذا ما قورنت بنسبة الذين يرون خلاف ذلك وهي (40.1%)، ولذلك هذا العنصر ليس سبباً في وجود الظاهرة، وهذا يعني ليس هناك علاقة بين الفساد الاداري وفشل الدولة في سياسات وبرامج الاصلاح الاداري، وهذه النتيجة هي نتاج التحليل الاحصائي للفقرة رقم (15) من الجدول رقم (9)، والفقرة رقم (14) من الجدول رقم (10).

توصيات البحث

1. الاصلاح السياسي: لأنه هو محور الارتكاز الاساسي في الاصلاح الشامل، وصناعة الدولة القوية القادرة على إنفاذ القانون، والقضاء على الفساد بكل أشكاله، وخلق إرادة سياسية جادة في مكافحة الفساد، ووضع وتنفيذ استراتيجية وطنية للحد من هذه الآفة.
2. الاصلاح الاجتماعي: من خلال تقوية الوازع الديني والولاء والحس الوطني، وزرع قيم العمل وأخلاقيات الوظيفة العامة، وتصحيح العادات الاجتماعية الخاطئة، وتوعية أفراد المجتمع من مخاطر الفساد وآثاره السلبية من خلال الوسائل التعليمية والتدريبية والاعلامية.
3. الاصلاح القضائي: من خلال دعم وتحفيز الاجهزة القضائية للقيام بدورها في المساءلة وابقاع العقاب الرادع على مرتكبي جرائم الفساد، حتى يكونوا عبرة لغيرهم، وتفعيل وتطبيق القانون بعدالة دون تحيز أو محاباة، فلا اصلاح حقيقي بدون اصلاح قضائي.
4. الاصلاح الاداري: من خلال سلسلة من الاجراءات على مستوى المؤسسات والدولة، تتضمن الاتي:

- إعادة الهيكلة الإدارية للهيئة الوطنية لمكافحة الفساد، ودعمها حتى تتمكن من القيام بمهامها بالصورة المطلوبة، وفي ذات الوقت مساءلتها في حالة التقصي.
- الاهتمام بالقيادات الادارية المؤهلة والنزيهة والقادرة والراغبة في إحداث التغيير والقضاء على الفساد، وتطبيق مبدأ وضع الشخص المناسب في المكان المناسب.
- تفعيل وتطوير أنظمة الشفافية والمساءلة والادارة الرشيدة (الحوكمة) في كل مؤسسات الدولة، ودعم الاجهزة الرقابية والضبطية حتى تتمكن من تجفيف منابع الفساد.

5. اتخاذ الاجراءات الادارية الكفيلة لإرجاع الاموال الليلية المنهوبة والمهربة للخارج، والتنسيق والتعاون الدولي للقبض على مرتكبي جرائم الفساد الهاربين للخارج ومحاكمتهم محلياً.

المراجع

1. إسماعيل، محمد الصادق، (2014)، الفساد الاداري في العالم العربي، القاهرة، المجموعة العربية للنشر والتدريب.
2. بحر، عطية، (2011)، الفساد الاداري: المسببات والعلاج، بحث تطبيقي على المستشفيات الكبرى في فلسطين، منشور في مجلة جامعة الازهر بقطاع غزة: سلسلة العلوم الانسانية، العدد (2)، يوليو.
3. بن يوسف، يوسف صالح، (2019)، دور ديوان المحاسبة في الحد من الفساد في المؤسسات العامة الليبية، بحث ميداني على ديوان المحاسبة الليبي في المنطقة الغربية، رسالة ماجستير غير منشورة، الاكاديمية الليبية فرع مصراتة.
4. البياتي، فارس رشيد، (2010)، الفساد المالي والاداري في المؤسسات الانتاجية والخدمية، عمان، دار أيلة للنشر والتوزيع.
5. رضا، هاشم حمدي، (2011)، الاصلاح الاداري، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع.
6. السكارنة، بلال، (2010)، أخلاقيات العمل وأثرها على الفساد الاداري، بحث ميداني على وزارة المياه الاردنية، منشور في مجلة البصائر جامعة البتراء، العدد (2)، مايو.
7. السيوي، هشام أحمد، (2017)، جرائم الفساد الاداري والمالي في الشركات العامة وطرق الوقاية منها ومواجهتها، مجلة البحوث الاكاديمية، أكاديمية مصراتة، العدد (10)، سبتمبر.
8. شتا، السيد علي، (1999)، الفساد الاداري ومجتمع المستقبل، الاسكندرية، مكتبة الاشعاع.
9. الشويرف، امحمد، وحيدر، رمضان، (2013)، أسباب الفساد المالي والاداري من وجهة نظر مراجعي ديوان المحاسبة الليبي، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، جامعة المرقب، العدد الثاني.
10. صبيح، أحمد مصطفى، (2016)، الرقابة الادارية والمالية ودورها في الحد من الفساد الاداري، القاهرة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع.

11. الطائي، ميسر زهير، (2003)، الفساد الاداري وأخلاقيات الوظيفة العامة، مؤتمر الادارة العامة في ليبيا: الواقع والطموحات، تنظيم مركز بحوث العلوم الاقتصادية بينغازي، 11-12 من شهر اكتوبر، طرابلس.
12. العامري، محسن، والغالبي، منصور، (2010)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الاعمال، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
13. العكيلي، رحيم حسن، (2009)، الفساد: تعريفه وأسبابه وآثاره ووسائل مكافحته، مجلة الدراسات القانونية، جامعة بغداد، العدد (23)، اكتوبر.
14. الفيتوري، أشرف، والمعداني، نورا، (2003)، الفساد الاداري في القطاع العام: مفهومه وأسبابه وآثاره السلبية، مؤتمر الادارة العامة في ليبيا: الواقع والطموحات، تنظيم مركز بحوث العلوم الاقتصادية بينغازي، 11-12 من شهر اكتوبر، طرابلس.
15. الفيتوري، الصادق، ومليطان، عبد المجيد، (2017)، أخلاقيات العمل الوظيفي وأثرها على الفساد الاداري: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الحكومية في مدينة مصراتة الندوة العلمية الأولى، أخلاقيات العمل الوظيفي: الواقع والتطلعات، تنظيم كلية الاقتصاد والتجارة، جامعة المرقب، 26-27 من شهر يوليو، مدينة الخمس.
16. المرابط، عبد الله الفيتوري، (2005)، الشفافية الادارية وتأثيرها على سلوك وكفاءة العاملين، رسالة ماجستير غير منشورة، اكااديمية الدراسات العليا، طرابلس.
17. المرابط، عبد الله الفيتوري، (2016)، الشفافية الادارية ودورها في مكافحة الفساد الاداري، بحث ميداني على الشركات الليبية العامة والخاصة في مجال التأمين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عبد المالك السعدي، طنجة، دولة المغرب.
18. معابر، محمود محمد، (2011)، الفساد الاداري وعلاجه في الشريعة الاسلامية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
19. نجم، عبود نجم، (2000)، أخلاقيات الادارة في عالم متغير، القاهرة، مكتبة المنظمة العربية للتنمية الادارية.
20. الوادي، محمود حسين، (2014)، تنظيم الادارة المالية: من اجل ترشيد الانفاق الحكومي ومكافحة الفساد، ط (2)، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع.
21. التقارير السنوية لديوان المحاسبة الليبي لعامي 2017 و2018 م.

22. التقرير السنوي لهيئة الرقابة الادارية في ليبيا لعام 2017 م.
23. التقرير السنوي لمنظمة الشفافية الدولية لعام 2019 م.
24. تقرير البنك الدولي لعام 2019 م.

الفساد الإداري في منظمات القطاع العام كأحد الممارسات الخاطئة تجاه المستهلك

أ. شادية أحمد الشحمي

مدير إدارة الشؤون الإدارية والمالية بمركز مصراتة التخصصي لعلاج القلب والشرابين والأوعية الدموية

Shadiaahmed645@gmail.com

الملخص

هدفت هذه الدراسة النظرية إلى تسليط الضوء على الفساد الإداري بصفة خاصة في منظمات القطاع العام الليبي وأضراره على المستهلك، لمعرفة خطورة تفشي هذه الممارسة الخاطئة بحق المستهلك. تم استخدام المنهج الوصفي من خلال الكتب، والمقالات، والدوريات، والأبحاث التي تناولت الموضوع قيد الدراسة، وذلك بالتطرق إلى مفهوم الفساد الإداري، وخصائصه، والأشكال التي يأتي عليها، والآثار أو النتائج المترتبة على ممارسته، وأسبابه، وأخيراً عرض الإصلاحات التي من شأنها الحد من توسع هذه الظاهرة في المنظمات العامة الليبية كحق من حقوق المستهلك. أكدت نتائج الدراسة بأن هناك عدة أسباب قوية جعلت من الفساد الإداري متوسع في قطاعات الدولة وهو الوضع السياسي الحالي الذي تمر به الدولة الليبية بعدم الاستقرار والانفلات الأمني، بالإضافة إلى عزوف بعض الخبرات والكفاءات الليبية عن تولي مناصب قيادية أو استبعادها، كذلك سياسات التعيين والاختيار لا تتم بأسلوب علمي وقواعد محددة وثابتة، وانتشار المحاباة والوساطة في هذا الاختيار، كما أنه لضعف أنظمة الرقابة الداخلية دور كبير في انتشار الفساد الإداري. أوصت الدراسة بتفعيل آليات وقوانين مكافحة الفساد الإداري والعمل على تحسين وتطوير إدارات القطاع العام المختلفة من أجل رفع معدلات الكفاءة والفاعلية في الأداء، وتقديم سلعة وخدمة أفضل للمستهلك.

الكلمات الدالة: الفساد الإداري، منظمات القطاع العام، المستهلك.

المقدمة

تواجه منظمات القطاع العام بكافة مكوناته عدة تحديات تقف ضد ما قد تتبناه هذه المنظمات من أهداف نهضوية واسعة، ومن أبرز هذه التحديات الفساد الإداري الذي أصبح متغلغلاً داخل هذه المنظمات، الأمر الذي أصبح عائقاً خطيراً أمام تحقيق الأهداف التي تسعى إليها أي منظمة لتصل إلى إرضاء المستهلكين وربما إسعادهم باعتبارهم الشريحة الأكبر في أي مجتمع.

تهدف هذه الدراسة النظرية إلى بيان خطورة تفشي الفساد الإداري بمختلف صورته داخل المنظمات العامة الليبية، وأثر ذلك على المستهلك، من خلال عرض وتحليل المحاور الرئيسية التالية:

1. مفهوم الفساد الإداري، وخصائصه، والأشكال والصور التي يأتي عليها.
 2. أسباب الفساد الإداري في منظمات القطاع العام والآثار والنتائج المترتبة عليه.
 3. الإصلاحات التي تؤدي إلى محاربة الفساد الإداري في منظمات القطاع العام تجاه المستهلك.
- وتم الاعتماد في إعداد هذه الدراسة على ما تناولته الأدبيات الحديثة في حقل الإدارة العامة حول مفهوم الفساد الإداري وأخلاقيات الموظف العام وكيفية محاربة هذا الفساد، وذلك بهدف الوصول إلى عدد من الاستنتاجات والتوصيات التي من الممكن أن تعمل على زيادة الوعي العام بخطورة هذه الظاهرة، ومعرفة السبلات الخطيرة التي تؤثر على المجتمع الليبي كافةً.

مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة حسب وجهة نظر الباحثة في أن ظاهرة الفساد الإداري داخل منظمات القطاع العام أصبحت تشكل عائقاً أساسياً أمام المشاريع التطويرية لهذه المنظمات، ويؤثر تأثيراً سلبياً كبيراً يُلقي بظلاله على المجتمع بكامله لا سيما مستوى الخدمات والسلع التي يحتاجها المستهلك، بل إنه أصبح ثقافة متداولة ومرغوبة من العديد من الأطراف سواء كانت هذه الأطراف داخل المنظمات العامة أو تتعامل معها، بل إنه جعل من ليبيا في مقدمة الدول التي يتوسع بها الفساد بكافة أنواعه لاسيما الإداري منه بحسب تقرير المنظمة الدولية للفساد سنة 2016م ، فقد احتلت ليبيا المرتبة (170) من واقع (176) دولة على مستوى العالم (الشريجي، المايل، 2018م: 223).

أهداف الدراسة

بُنيت هذه الدراسة النظرية على عدة أهداف يمكن إيجازها كالتالي:

1. إلقاء الضوء على الفساد الإداري في منظمات القطاع العام وما يشكله من خطورة تجاه المستهلك الليبي، من خلال عرض وتحليل ما تناوله الأدب الإداري في هذا المجال.
2. اقتراح جملة من التوصيات التي من شأنها المساعدة في نشر الوعي الثقافي لدى المستهلك الليبي، وتنمية المجتمع والمحافظة على موارده ومقدراته والارتقاء بمستوى خدمات القطاع العام الليبي.

أهمية الدراسة

تسعى هذه الدراسة النظرية إلى الفائدة العلمية المضافة للمكتبة العربية كدراسة سابقة لدراسات وأبحاث لاحقة، بالإضافة إلى كون هذه الدراسة قد تكون حافزاً لبعض المهتمين على مواصلة البحث في مواضيع ذات علاقة بأخلاقيات الموظف العام التي من ضمنها ممارسته للفساد الإداري، أيضاً تسليط الضوء على ثقافة الفساد الإداري التي أصبحت متشعبة ومنتشرة داخل منظماتنا العامة، وكيفية تغيير هذه الثقافة بغية الرفع من مستوى جودة منتجات القطاع العام لصالح المستهلك الليبي الكريم.

منهجية الدراسة

اتبعت الباحثة في هذه الدراسة النظرية المنهج الوصفي، من خلال التطرق إلى مفهوم الفساد الإداري بشكل خاص، ومن ثم التطرق إلى خصائصه وأشكاله، وأسباب الفساد الإداري في منظمات القطاع العام والآثار الناتجة عنه والتي تؤثر على المستهلك، وذلك من خلال الكتب والمراجع والمؤتمرات العلمية والدراسات التي تناولت الموضوع قيد الدراسة، وكل هذه تعتبر مصادر ثانوية اعتمدت عليها الباحثة في جمع المعلومات.

حدود الدراسة

اقتصرت حدود الدراسة على كونها دراسة نظرية فقط تسلط الضوء على ظاهرة الفساد الإداري داخل منظمات القطاع العام سواء كانت خدمية أو إنتاجية، تجاه المستهلك الليبي.

الدراسات السابقة

تنوعت الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع الفساد بأنواعه داخل مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية، والصناعية، في جميع الدول سواء كانت نامية أو متقدمة، نظراً لما يشكله

من خطر يشمل المجتمع كافةً. لذلك فضلت الباحثة التنوع في عرض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الفساد وخاصة الفساد الإداري محل الدراسة، فهناك دراسات متعددة من ليبيا وغيرها من الدول الأخرى، وسيتم التركيز على عرض نتائجها التي لها صلة بالدراسة الحالية:

• دراسة (الشهبي، وآخرون، 2019م): كانت دراسة ميدانية بعنوان "مدى توافر آليات حوكمة الشركات للحد من الفساد المالي والإداري بقطاع التأمين"، دراسة تطبيقية على قطاع التأمين ببنغازي، وتم استخدام صحيفة استبيان ووزعت على عينة من مدراء الإدارات والماليين والمراجعين، وخلصت الدراسة إلى ضرورة تدعيم تطبيق آليات حوكمة الشركات بكافة القطاعات وليس قطاع التأمين فقط في ليبيا، كأحد الطرق للحد من انتشار ظاهرة الفساد المالي والإداري. (الشهبي وآخرون، 2019م: 183).

• دراسة (عبدو، هميلة، 2019م): تناولت الدراسة موضوع "واقع أخلاقيات العمل في مواجهة الفساد الإداري" دراسة حالة جامعة سبها من وجهة نظر الأكاديميين والإداريين بها، وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج منها، أن أكثر أخلاقيات العمل مساهمةً في مواجهة الفساد الإداري هي متابعة ومراقبة القادة الإداريين للأعمال المكتيبة وواجبات الموظفين باستمرار أثناء أدائهم لأعمالهم، وذلك لضمان التزام الموظفين بالأخلاقيات العامة الوظيفية. (عبدو، هميلة، 2019م: 93).

• دراسة (المائل، الشرجي، 2018م): كانت دراسة بعنوان "واقع الفساد المالي والإداري في ليبيا الآثار وسبل مكافحته"، وكانت مشكلة الدراسة محاولة معرفة الواقع للفساد المالي والإداري في ليبيا بناءً على التقارير الصادرة من الجهات ذات العلاقة بمكافحة الفساد في الدولة الليبية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة بأن الأسباب الحقيقية للفساد ترجع إلى الانقسام السياسي الحاصل في الدولة الليبية الآن، وأن أهم التوصيات التي قدمتها هذه الدراسة هي العمل بمبادئ الإدارة الرشيدة والتي ينبغي الاهتمام بمكوناتها. (المائل، الشرجي، 2018م: 221).

• دراسة (الحداد، الشهبي، 2018م): عنوانها "أنظمة الرقابة الداخلية كأداة لمنع الفساد المالي والإداري بالمستشفيات الليبية"، تبنت الدراسة المنهج الاستنباطي للوصول إلى النتائج، باعتمادها على صحيفة الاستبيان، حيث تمثل مجتمع الدراسة في الإدارة العليا بالمستشفيات العامة ببنغازي والجهات الرقابية، ووصلت إلى نتائج منها، أن توفر مقومات الرقابة الداخلية

في المستشفيات العامة ببغداد كان له أثر كبير في الحد من انتشار الفساد الإداري والمالي.
(الحداد، الشهبي، 2018م:49).

• دراسة (جوسيم، 2018م): والتي جاءت بعنوان " أثر الفساد الإداري والمالي على عملية التنمية الاقتصادية"، وكانت دراسة استطلاعية لمنسوبي المعهد التقني في العراق، ووصلت إلى مجموعة من التوصيات والنتائج أهمها أن غياب الشفافية في نشر المعلومات عن ممارسي الفساد الإداري والمالي في مفاصل الدولة، ساهم في مضاعفة هذا الفساد، وضرورة وضع استراتيجية شاملة للحد من توسعه وانتشاره. (جوسيم، 2018م: 107).

• دراسة (زهرة، سورية، 2013م): الدراسة كانت بعنوان " الفساد الإداري في الجزائر"، وجاءت هذه الدراسة بمشكلة إلى أي مدى يمكن مكافحة الفساد الإداري، وهل الإصلاح الإداري والمبادرات الوطنية والدولية تعمل عملها في مكافحة الفساد الإداري في الجزائر، وخلصت الدراسة إلى ضرورة تفعيل التعاون الدولي فيما يتعلق بمكافحة هذه الظاهرة، والاستفادة من تجارب الدول الناجحة في مكافحة الفساد الإداري. (زهرة، سورية، 2013م: 93).

بناءً على الدراسات المبينة سلفاً، فإن الفساد خاصةً الإداري منه مشكلة تواجه منظمات القطاع العام ويعتبر تحدياً كبيراً أمامها في رحلة التغيير والتطوير في مجال أعمالها. وبما أن أغلب الدراسات السابقة اعتمدت بشكل كبير على الاستبيان في الوصول إلى نتائجها، بالإضافة إلى أن العينات كانت معظمها من موظفي القطاع العام بمختلف مستوياتهم، فسوف تكون هذه الدراسة نظرية معتمدة على دراسة وتحليل ما جاء في أدبيات الموضوع، وأيضاً الاعتماد على نتائج التقارير الصادرة عن الجهات المسؤولة في ليبيا عن مكافحة الفساد سواء على الصعيد المحلي أو الصعيد الدولي، فإن ليبيا احتلت المركز 170 من أصل 176 في ترتيب الدول المنتشر فيها الفساد بمختلف أنواعه، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة ستوضح الآثار السلبية التي يعانيها المستهلك من ضعف جودة السلع والخدمات المقدمة إليه من منظمات القطاع العام في الدولة الليبية واقتراح آليات معالجتها.

مفهوم الفساد الإداري في منظمات القطاع العام، وخصائصه، والأشكال التي يأتي عليها

مفهوم الفساد الإداري في منظمات القطاع العام

لقد تعددت وجهات النظر في إعطاء تعريف شامل وكامل للفساد الإداري، وذلك باعتبار مصطلح مطاط وواسع. فهناك من يرى أن الفساد الإداري هو مجموعة من الانحرافات الإدارية والوظيفية والتنظيمية لتلك المخالفات التي تصدر عن الموظف أو الشخص المسؤول أثناء تأديته لمهام وظيفته، والتي تتعلق بصفة أساسية بالعمل وبحسن انتظامه (الزبيدي، 2017م: 27).

ويرى باحث آخر بأنه سلوك يقوم به الموظف العام بغرض كسب مصالح شخصية، وله آثار كبيرة على الدولة (إسماعيل، 2014م: 19)، ويضيف باحث آخر بأن الفساد الإداري هو الخلل بشرف ومهنية الوظيفة العامة والقيم والمعتقدات التي يؤمن بها الشخص (راضي، 2013م: 22). وأخيراً يضيف باحث بقوله إن الفساد الإداري هو سلوك منحرف عن الواجبات الأساسية للعمل، ينجم عنه حصول صاحب السلطة على مصالح شخصية على حساب المصلحة العامة (هاشم، 2011م: 29).

وبناءً على ما تم عرضه من تعريفات لمصطلح الفساد الإداري يمكن للباحثة أن تعرف الفساد الإداري تجاه المستهلك بأنه عبارة عن مجموعة الأعمال المخالفة للقوانين والممارسات واللوائح الإدارية، وللقيم الأخلاقية للوظيفة العامة، والتي تؤثر سلباً على كفاءة وفاعلية أداء منظمات القطاع العام، وهذا ينعكس بدوره على جودة المنتجات الحكومية سواء كانت خدمة أو سلعة التي يحتاجها المستهلك.

خصائص الفساد الإداري في منظمات القطاع العام

للفساد الإداري عدة خصائص أو صفات يتميز بها، يمكن تعميمها على أي نوع من أنواع الفساد التي يتعرض لها المستهلك (جمال الدين، 2015م):

- السرية: عادة ما يتم الفساد بشكل سري وكنماني في جميع ترتيباته وإجراءاته ومفاوضاته واتفاقاته.
- تعدد الأطراف: حيث يشترك عادةً أكثر من طرف للحصول على مصلحة متبادلة.
- خيانة الثقة: إذ ينطوي الفساد على الخيانة في الثقة التي من المفترض أن تكون متوافرة في صاحب السلطة العامة.

- الإخلال بالواجبات والمسؤوليات: إذ يعتر الفساد عن انتهاك الواجبات والمسؤوليات المتعلقة بأداء الأعمال وخرق القوانين وعدم الالتزام بها.
- 1. تحقيق المصلحة الخاصة على حساب المصلحة العامة: وذلك بأن يحصل مرتكب الفساد على مصلحة أو منفعة لذويه على حساب المصلحة العامة للجميع.
- 2. الارتباط بحالات الأزمات والكوارث: تعتبر الأزمات السياسية والإدارية والطبيعية والكوارث بيئات مواتية للفساد، مثل الحروب التي تسوء فيها الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والبطالة والفقر، ومن ثم صعوبة مقاومة الفساد بشتى صورته.
- 3. تباين أنماط الفساد: تختلف أنماطه تبعاً لاختلاف الجهات التي يحدث فيها، حيث يختلف نمط الفساد في المنظمات الإنتاجية عنه في الجهات الحكومية الإدارية.

أشكال الفساد الإداري:

- ينطوي تحت هذا المعنى صور عديدة للفساد الإداري، وقد يكون المستهلك طرف من الأطراف المستفيدة أو المتضررة (صاحب، 2018م: 6-7):
4. الرشوة: أي الحصول على أموال أو أي منفعة أخرى من أجل تنفيذ عمل أو الامتناع عن تنفيذه مخالفة للأصول.
 5. المحسوبية: أي تنفيذ أعمال لصالح فرد أو جهة ينتمي لها الشخص مثل حزب أو عائلة أو منطقة... الخ، دون أن يكونوا مستحقين لها.
 6. الوساطة: أي التدخل لصالح فرد ما، أو جماعة دون الالتزام بأصول العمل والكفاءة اللازمة، مثل تعيين شخص في منصب معين لأسباب تتعلق بالقرابة أو الانتماء الحزبي رغم كونها غير كفؤ أو مستحق.
 7. نهب المال العام: وهو الحصول على أموال الدولة والتصرف بها من غير وجه حق تحت مسميات مختلفة.
 8. التزوير: يتم ذلك عن طريق التلاعب والتحريف للمستندات أو الوثائق الرسمية بقصد التضليل والحصول على مكاسب خاصة مادية ومعنوية، ولمنع الحقوق عن أصحابها.
 9. الاختلاس: وهو خيانة الموظف العام للأمانة المادية، النقدية أو العينية في عهده.
 10. العمولات مقابل الصفقات: العمولة هي مقدار من المال يمثل نسبة مئوية من قيمة عقد أو صفقة يحصل عليها الموظف بالتوقيع نيابة عن مؤسسته لصالح الطرف الآخر المستفيد.

11. التهرب الضريبي: أي اللجوء إلى الحيل للتهرب من الضرائب المستحقة دون الخضوع للمساءلة القانونية، وأيضاً التهرب الضريبي غير المشروع بوسائل الغش والتزوير والرشاوي للهروب من الضرائب المستحقة.

12. قبول الموظفين للهدايا والإكراميات من أصحاب المصالح: وهذه تعتبر من التصرفات الغير مقبولة، وقد يختلف البعض حول مدى خطورتها لأنها تؤدي إلى الفساد دون الشعور بارتكاب هذا الذنب.

أسباب الفساد الإداري في منظمات القطاع العام، والآثار أو النتائج المترتبة عليه

أسباب الفساد الإداري في منظمات القطاع العام

تتعدد أسباب الفساد الإداري وتختلف باختلاف الأفراد والمنظمات والدولة التي تقع فيها هذه الظاهرة ويمكن تحديد أسباب الفساد الإداري في ثلاث مجموعات هي: (العبادي، الخفاجي، 2011م: 11-12)

1. الأسباب التنظيمية: تتضح هذه الأسباب من خلال اتباع أسلوب المركزية والبيروقراطية، وضعف أجهزة الرقابة وفسادها، وتخلف الإجراءات الإدارية وعدم مواكبتها للتطورات المختلفة التي يحتاجها المجتمع، فضلاً عن ضعف سياسات التوظيف وعدم الأخذ بنظرية وضع الرجل المناسب في المكان المناسب.

2. الأسباب الفردية: تعود إلى طبيعة الفرد وقيمه الأخلاقية التي اكتسبها من المجتمع الذي يحيط به أو من العادات والتقاليد وتربيته التي نشأ عليها في البيت، تنتج عنها سلوكيات خاطئة مثل الطمع، الذي يدفع الفرد إلى الانحراف عن الأخلاقيات المثالية العامة.

3. الأسباب البيئية: وهي تعد من أهم أسباب الفساد الإداري، والتي تتشكل من عوامل رئيسية وهي: العوامل الاقتصادية التي يتدنى فيها مستوى دخل الفرد عن المستوى المعيشي المطلوب، نتيجة لضعف هيكله الأجور والمرتبات في الدولة، وعدم تحقيق العدالة في توزيع الناتج القومي فيها، مما يدفع بعض الأفراد إلى الاتجاه إلى وسائل غير شرعية لتحقيق مكسب خاص بهم. عوامل اجتماعية ودينية التي تكون سبب مهم لحضور أسباب الفساد الإداري أو غيابها. وهناك العوامل السياسية وذلك عندما تقوم الانتماءات والولاءات للأقليات، بالتأثير على القرارات الإدارية وتصبح فتوية على حساب المصلحة العامة.

الآثار أو النتائج المترتبة عن الفساد الإداري

نظراً لتشعب وتوسع ظاهرة الفساد الإداري داخل منظمات القطاع العام، التي تعتبر حجر الأساس لتكوين أي مجتمع ناجح، واستغلال المنصب العام، والإخلال بالأنظمة والقوانين المعمول بها، كل هذا وأكثر ينتج عنه آثاراً سلبية تؤثر على المستهلك بشكل أو بآخر. ومنها (المحيشي، 2019م: 5-6):

1. قد يؤدي الفساد الإداري في الكثير من منظمات القطاع العام إلى خلق علاقة سيئة بين الموظفين ورؤسائهم في العمل، تقوم هذه العلاقة على الاستبداد بالسلطة من قبل الرؤساء، وتركيز سلطة اتخاذ القرار في أيدي قليلة من الأفراد، مما ينتج عن ذلك عدم المرونة في مواجهة المواقف وحلها، الأمر الذي يؤدي إلى التعطيل والبطء في تقديم الخدمات للمستهلك.
2. يؤدي الفساد الإداري إلى نقص الكفاءات الإدارية والخبرات المطلوبة في منظمات القطاع العام، وعدم مراعاة الموضوعية في توفير الميزات والمؤهلات المطلوبة عند التعيين وكذلك عند اتخاذ القرارات والاعتماد على علاقات القرابة أو الصداقة، مما ينتج ضعف جودة الخدمات التي يحتاجها المستهلك.
3. يؤدي الفساد الإداري في كثير من الأحيان إلى افتقاد أسس العدالة والموضوعية في تعامل منظمات القطاع العام مع المستهلكين.
4. يسبب الفساد الإداري في ضياع أموال الدولة وهدرها، بدلاً من استخدامها في إقامة المشروعات النهضوية التي تخدم المستهلكين، وبالتالي نقص حصتهم من الناتج المحلي الإجمالي.
5. يساهم الفساد الإداري في ارتفاع معدلات الجريمة، ويخلق مجتمعاً تكون فيه المنظمات التشريعية والقضائية والتنفيذية غير فاعلة، مما يجعل أصحاب الفساد قادرين على التهرب من المحاسبة والعقاب على حساب حقوق المستهلك في هذه المنظمات.
6. يقود الفساد الإداري على التشكيك في فاعلية القانون عند المستهلك، وبالتالي نقص الثقة والأمانة إلى جانب تهديد منظمات القطاع العام بالانهيار والانتهاز.

الإصلاحات التي تؤدي إلى محاربة الفساد الإداري في منظمات القطاع العام تجاه المستهلك جاءت الأبحاث والدراسات المعنية بمكافحة الفساد بصفة عامة، بعرض الكثير من الإصلاحات التي قد تحد من خطورة الفساد وتهديده للسلم والأمن القومي والمحافظة على دور

منظمات القطاع العام في تقديم أفضل ما يمكن لطالب الخدمة العامة، وتحاول الباحثة في هذه الدراسة تسليط الضوء أكثر على الإصلاحات أو سبل مكافحة الفساد الإداري في منظمات القطاع العام التي تحدث اتجاه المستهلك الليبي. ومن هذه الإصلاحات ما يلي:

1. تحسين وتطوير القوانين والتنظيمات المعنية بمكافحة الفساد الإداري في منظمات القطاع العام تجاه المستهلك الليبي، وسبل الوقاية منه لمواكبة تطور هذه الظاهرة.

2. تشجيع التعاون الدولي المشترك بين ليبيا والهيئات الدولية المعنية بمكافحة الفساد، لتأهيل العناصر الوطنية الليبية وزيادة قدرتها في الجهات الخاصة بمكافحة الفساد في ليبيا. (الشيخ، 2019م).

3. عقد ندوات ودورات للتوعية الشاملة لموظفي القطاع العام، لتبيان الآثار السلبية والمدمرة لظاهرة الفساد الإداري، والواجب الوطني يتطلب الوقوف بوجهها، والإخبار عن المفسدين، وتقديمهم للعدالة ليكون رادعاً لهم ولغيرهم لترك هذا الطريق، فضلاً عن الخطوات والمراحل التي تتضمنها سعياً للوصول إلى إقناع الموظفين بدورها في تحسين الأداء المطلوب تجاه المستهلك.

4. التثقيف للمستهلك الليبي عن طريق مؤسسات المجتمع المدني، أو الملتقيات في المدارس والجامعات والأماكن العامة، ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، بضرورة وعي المستهلك واكتسابه مهارات لاختيار السلع والخدمات وكيفية استخدامها.

5. الدعوة إلى البناء السليم لأسس الأداء التنظيمي في منظمات القطاع العام، بالاعتماد على تطبيق التقنيات الحديثة، بالشكل الذي يظهر مدى توافق وانسجام الأهداف الرئيسية والفرعية المرسومة مع الاستراتيجية التي تتبناها هذه المنظمات في ظل التطورات والتغيرات السريعة في البيئة المالية والرقابية والاقتصادية، الأمر الذي ينعكس على ما يتطلبه المستهلك من ارتفاع في مستوى الخدمات المقدمة من منظمات القطاع العام.

6. المساهمة في توعية المستهلك الليبي من خلال حقه في الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة حول المنتج والخدمة الذي يختارها.

7. تبسيط وتسريع الإجراءات للمعاملة الإدارية، حيث أن الفساد الإداري في جانب منه يرتبط بالبيروقراطية الإدارية، وتدعيم اللامركزية وتبني الإدارة بالأهداف ونظام الإدارة

الإلكترونية، لأن من حق المستهلك الحصول على السلع والخدمات بسهولة ويسر دون شرط أو قيد.

8. نشر الوعي الثقافي بخطورة ممارسة الفساد الإداري تجاه المستهلكين عن طريق وسائل الإعلام المرئية والمسموعة ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

9. وضع إجراءات تأديبية خاصة بمخالفات الفساد الإداري وجزاء رادع لها، وضمان تعويض المستهلك في حال تضرره من السلع والخدمات التي يحصل عليها في منظمات القطاع العام. (منظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك، 2017م).

استنتاجات الدراسة

وصلت الباحثة إلى عدة استنتاجات فيما يخص تأثير الفساد الإداري على حقوق المستهلك، من خلال البحث في الأدبيات والدراسات المتعلقة بوجود مخالفات في الجوانب الإدارية في منظمات القطاع العام في ليبيا، ومن هذه الاستنتاجات:

1. إن الوضع الحالي الذي تمر به الدولة الليبية والمتمثل بعدم الاستقرار السياسي، يكون أحد الأسباب القوية التي ساهمت في توسع وتشعب الفساد الإداري، باستغلال شريحة كبيرة من المسؤولين والموظفين لهذا الوضع، ومخالفة القوانين والأنظمة المعمول بها.
2. عزوف الخبرات والكفاءات الإدارية عن تولي مناصب قيادية لقلّة الإمكانيات والموارد اللازمة، أو استبعاد هذه الخبرات بشكل مقصود من جهات داخل أو خارج المنظمات العامة.
3. قرارات الاختيار والتعيين لا تتم بشكل علمي حسب القواعد والقوانين الإدارية التي من المفترض العمل بها، وانتشار المحاباة والواسطة بدلاً عن هذه القوانين.
4. لا تتوفر دراسات جدية لمعرفة الربط بين متطلبات السوق ومخرجات التعليم المختلفة، وهذا الأمر يؤدي إلى ارتفاع عدد الموظفين غير المؤهلين في قطاعات محددة دون الأخرى، وبالتالي ارتفاع بند المرتبات في الدولة.
5. ضعف أنظمة الرقابة الداخلية والتنظيم الداخلي المعتمد، الذي يحدد اختصاصات الإدارات والأقسام والفروع الإدارية.
6. أصبحت ظاهرة الفساد الإداري في منظمات القطاع العام ثقافة سائدة تلقى ترحيب من قبل الأطراف المنفذة للفساد الإداري وملتقي الخدمة.

7. ضعف الولاء ونقص الخوف على المصلحة العامة سواء كان على مستوى الموظف داخل الوظيفة وربما على مستوى المستهلك نفسه، الأمر الذي ساهم في انتشار ظاهرة الفساد الإداري واستفحالها.

توصيات الدراسة

من خلال عرض استنتاجات هذه الدراسة والبحث في موضوع الفساد الإداري الممارس تجاه المستهلك، تُقدم الباحثة مجموعة من التوصيات التي من شأنها الحد من توسع ظاهرة الفساد الإداري، والنظر إلى مصلحة المستهلك، وهي كالتالي:

1. العمل على تطوير إدارات القطاع العام، من خلال تبني طرق إدارة الجودة الشاملة، لكي نصل إلى معدلات الكفاءة والفاعلية في مستوى المنتجات التي يحتاجها المستهلك من منظمات القطاع العام.

2. تفعيل آليات مكافحة الفساد الإداري التي من ضمنها المحاسبة والمساءلة، بخضوع الأشخاص الذين يتولون المناصب الإدارية على نتائج أعمالهم، والتأكيد على توافر الشفافية التي تضمن حق المستهلك في الحصول على المعلومات اللازمة عن أعمال الإدارات العامة، حتى يتم التأكد من أن عمل هؤلاء يتفق مع القيم والقوانين لوظائفهم ومهامهم الإدارية.

3. محاولة الاستفادة من تجارب الدول الناجحة في مكافحتها للفساد الإداري، ولكن بشرط أن تتوفر فيها نفس الظروف السائدة في الدولة الليبية.

4. نشر الوعي عن خطورة توسع الفساد الإداري داخل منظمات القطاع العام الذي يهدد بقاؤها وتطورها من خلال المؤتمرات والندوات المستمرة، والتي تستهدف شرائح المجتمع كافة، وإبراز دور مؤسسات المجتمع المدني في بيان أهمية وجود الفساد الإداري كممارسة خاطئة تجاه المستهلك.

الخاتمة

إن الممارسات الخاطئة المختلفة التي يتعرض لها المستهلك والتي من ضمنها الفساد الإداري في منظمات القطاع العام داخل الدولة الليبية، وصل إلى مستوى يتطلب من الجميع الوقوف، ومواجهته لكي نضمن حقوقنا كمستهلكين للمنتجات العامة سواء أكانت خدمة أم سلعة من منظمات القطاع العام ولكن أيضاً الوضع الحالي الذي تعاني منه الدولة الليبية من عدم استقرار سياسي وانفلات أمني وانقسام قد يشنت الدولة، ويكون حائلاً أمام مواجهة الفساد الإداري

المستشري في منظمات الدولة الليبية الحكومية. هذا الأمر يتطلب تكثيف الجهود من الجميع للنهوض بليبيا، ابتداءً من التوافق السياسي بين الفرقاء الليبيين، ومن ثم نشر ثقافة الوعي بالمخاطر الناتجة عن الفساد الإداري، الذي يهدد بقاء هذه المنظمات وتطويرها، وتقديم المصلحة العامة على المصلحة الخاصة وجعلها فوق الجميع، وأخيراً تفعيل قوانين مكافحة الفساد، ويجب أن يتحمل الجميع مسؤولية مكافحة الفساد الإداري، وأن تنظر كل الأطراف إلى هذه المسألة على أنها واجب وطني يجب القيام به.

المراجع:

1. الحداد، نادية راف الله، عزيزة الشهيبي، 2018م، أنظمة الرقابة الداخلية كأداة لمنع ظاهرة الفساد المالي والإداري بالمستشفيات الليبية، مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة سرت، كلية الاقتصاد، العدد الثالث.
2. الزريدي، محمد إبراهيم، 2017م، الفساد الإداري واستراتيجية مكافحة الإعلامية، دار المناهل للنشر، عمان الأردن.
3. إسماعيل، محمد الصادق، 2014م، الفساد الإداري في العالم العربي: مفهومه وأبعاده المختلفة، دار المناهل للنشر، عمان، الأردن.
4. الشرجي، عادل، المايل عبد السلام، 2018م، واقع الفساد المالي والإداري في ليبيا. الآثار وسبل مكافحته، مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة سرت، كلية الاقتصاد، المجلد الأول، العدد الثاني، مارس.
5. الشهيبي، زهرة وآخرون، 2019م، مدى توافر آليات حوكمة الشركات للحد من الفساد المالي والإداري بقطاع التأمين بنغازي، مجلة الدراسات الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة سرت، المجلد الثاني، العدد الثاني، أبريل.
6. الشيخ، نعمان، 2019م، الهيئة الوطنية لمكافحة الفساد، مؤتمر الدول الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد، النمسا، فيينا، 27-31 مايو.
7. جمال الدين، حمودي، 2015م، الفساد الإداري - خصائصه-وسائل مواجهته-الهيئات الدولية المعنية بمكافحته، العراق.

8. جويسم، مؤمل، 2018م، أثر الفساد الإداري والمالي على عملية التنمية الاقتصادية في العراق، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة الفرات، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد الثامن، العدد الثالث.
9. راضي، مازن ليلو، 2015م، الفساد الإداري في الوظيفة العامة، مركز الكتاب الأكاديمي، العراق.
10. شهري، هاشم، 2011م، الفساد الإداري والمالي وآثاره الاقتصادية والاجتماعية، دار يازوري للنشر، الأردن.
11. عبدو، محمد الطاهر، محمود هميلة، 2019م، واقع اخلاقيات العمل في مواجهة الفساد الإداري بكلية الاقتصاد والمحاسبة من وجهة نظر بعض الأكاديميين والإداريين بها، جامعة سبها، مجلة الأكاديمية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، يوليو.
12. علي صاحب، هنادي، 2018م، مفهوم الفساد المالي والإداري ومدى تأثيره على النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، جامعة القادسية، كلية الإدارة والاقتصاد، العراق.
13. مباركي، زهرة، معطى، سورية، 2013م، الفساد الإداري في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الطاهر مولاي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر.
14. منظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك، 2017م، دليل التعريف بالمنظمة، مصراتة، ليبيا.

حماية المستهلك.. قراءة في المفهوم والتطور والتجارب الإقليمية والدولية الناجحة

المكي محمد بن قبلية

صندوق موازنة الأسعار

almakibengablia@gmail.com

الملخص

ان موضوع حماية المستهلك وسائل حمايته ، بات من أهم المواضيع التي لا بد وأن توليها الحكومات والمنظمات الدولية والاهلية الغير حكومية والمتخصصة ، اهمية بالغة في ظل التطور التكنولوجي وما تشهده الساحة الاقتصادية ، من زيادة ازدحام في الاسواق ، وتنوع السلع والخدمات نتيجة الانتاج الضخم ، و انفتاح الاسواق التجارية وزيادة الطلب على المنتوجات ، مما زاد معه الاقبال على الاستهلاك من قبل فئات مختلفة من المستهلكين ، وقد ظهرت اول حركة قومية تنادي بمبدأ حماية المستهلك سنة 1899م، كحركة اجتماعية وليدة، ثم اخذت في النمو شيئاً فشيئاً فتحوّلت من جهود فردية الي جهود جماعية لمحاربة الغلاء والتضخم ، ورداءة النوعية وإعادة الحق للمستهلك الذي لم يكن يسمع له، او يلتفت الي مصالحه، وموضوع حماية المستهلك يعد حالياً من أهم الموضوعات الرئيسية في سياسات الدول المتقدمة والمتخلفة ، ومما لاشك فيه أن المواطن قد حظي بحماية منذ الازل ، وهذا ما تجلي في العديد من التشريعات القديمة والحديثة.

سيناول الباحث في هذه الورقة والمعنونة بـ((حماية المستهلك.. قراءة في المفهوم والتطور والتجارب الإقليمية والدولية الناجحة)) – الموضوع في مبحثين: يتطرق المبحث الاول الإطار نظري وتحليلي لحماية المستهلك ويشمل ثلاث مطالب هي: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك – التطور التاريخي لحماية المستهلك – الامم المتحدة وحماية المستهلك. ويتناول المبحث الثاني حماية المستهلك.. التجارب الإقليمية والدولية الناجحة وذلك في ثلاثة مطالب وهي: التجارب الإقليمية (المنظمات) الناجحة في حماية المستهلك – التجارب الدولية (الدول) الناجحة في حماية المستهلك – ليبيا.. وحماية المستهلك.

الكلمات الدالة: حماية المستهلك، التطور التاريخي، الأمم المتحدة وحماية المستهلك، التجارب الدولية،

التجارب الإقليمية، منظمات المجتمع المدني، ليبيا وحماية المستهلك، منظمة الرقيب.

المقدمة

يعد موضوع حماية المستهلك من المواضيع الهامة ، باعتبار أن أفراد أي مجتمع بحاجة إلي الشراء والاستفادة من الخدمات تلبية لرغباتهم الاستهلاكية المشروعة ، وتكمن أهميته في الحاضر والمستقبل ، كما كانت هذه الأهمية في الماضي ، وقد ظل موضوع حماية المستهلك مثار جدل كبير في كثير من الدول منذ منتصف القرن التاسع عشر ، وقد ساهم في حدة هذا الجدل سلوك بعض التجار في تركيزهم على تحقيق مصالحهم الذاتية وقصور وعي المستهلكين، وما يؤكد ذلك أن الدول تدخلت منذ القدم لحماية للاقتصاد والاستهلاك ، ففي بابل تضمن قانون (حمورابي) أحكاما تهتم بتحديد الاسعار، وكان ثمن السلع يحدد بالنقود وأحيانا بالاستناد إلي سلعة اخري مثل القمح ، كما أهتم بتحديد بدل الإيجار وأجور الموظفين (رباح 1993) ولم تهمل الشريعة الاسلامية الموضوع، فقد ورد اصطلاح الحسبة، ومعناه قيام ولي الامر أو من يمثله بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في مختلف المجالات، وقد عرفت الحسبة منذ كان الرسول صلي الله عليه وسلم يطوف في الاسواق متفقداً أمر العامة، ويوجههم وينذرهم ويناهم عن المنكر ، وهو ما سار عليه الخلفاء الراشدون، فقد ولي عمر بن الخطاب رضي الله عنه، السائب بن يزيد وعبد الله بن مسعود على الاسواق في المدينة المنورة (عبد الواحد 1995) وقد ظهرت أول حركة قومية تنادي بمبدأ حماية المستهلك في الدول الغربية في امريكا سنة 1899م، كحركة إجتماعية وليدة، ثم اخذت في النمو شيئاً فشيئاً فتحوّلت من جهود فردية الي جهود جماعية لمحاربة الغلاء والتضخم، ورداءة النوعية وإعادة الحق للمستهلك الذي لم يكن يسمع له، او يلتفت الي مصالحه (أحمد 2004) وقد اصبح العالم يحتفل باليوم العالمي لحقوق المستهلك في 15 مارس من كل عام ، وصدرت أول مجلة متخصصة في حماية المستهلك تحت عنوان ((تقارير المستهلكين)) وأصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم (248 / 39) بتاريخ 9 أبريل 1985 م بإعلان حقوق المستهلك وإصدار المبادئ التوجيهية والإرشادات التي تشكل منظومة حماية مرجعية لكل الدول والحكومات في سن القوانين واتخاذ الاجراءات. ويعد الاستهلاك ظاهرة اجتماعية مواكبة للمجتمعات منذ القدم، بحيث أن تطوره يعكس استهلاك المجتمع ويعطي صورة أولية عن مستوى التطور الحاصل فيه، لذلك يلاحظ أن سلوك الافراد يختلف حسب الفئات الاجتماعية التي ينتمون إليها، ونظرا لدور الاستهلاك في

حياة المجتمع فقد اعتنت معظم الدول بهذا الموضوع بسن قوانين خاصة تعني بتوفير الحماية القانونية اللازمة للطرف الضعيف الا وهو المستهلك (بحلول 2015).

سيناول الباحث في هذه الورقة والمعنونة بـ ((حماية المستهلك.. قراءة في المفهوم والتطور والتجارب الاقليمية والدولية الناجحة)) - الموضوع في مبحثين: يتطرق المبحث الاول إطار نظري وتحليلي لحماية المستهلك وقد قسمته لثلاث مطالب هي: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك - التطور التاريخي لحماية المستهلك - الأمم المتحدة وحماية المستهلك ويتناول المبحث الثاني حماية المستهلك.. التجارب الاقليمية والدولية الناجحة وذلك في ثلاثة مطالب وهي: التجارب الاقليمية (المنظمات) الناجحة في حماية المستهلك - التجارب الدولية (الدول) الناجحة في حماية المستهلك - ليبيا.. وحماية المستهلك.

المبحث الأول

إطار نظري وتحليلي لحماية المستهلك

إن حماية المستهلك يعد حاليا من أهم الموضوعات الرئيسية في سياسات الدول المتقدمة والمتخلفة ومما لا شك فيه أن المواطن قد حظي بحماية منذ الازل، وهذا ما تجلي في العديد من التشريعات القديمة والحديثة. أن بناء منظومة متكاملة لحماية المستهلك يستلزم أولا اعطاء تصور عن الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك والمفاهيم الأخرى المتعلقة بهذا النشاط. سيتناول الباحث في هذا المبحث الإطار النظري والتحليلي لحماية المستهلك من خلال المطالب الآتية:

- **المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك.**
- **المطلب الثاني: التطور التاريخي لحماية المستهلك.**
- **المطلب الثالث: الأمم المتحدة وحماية المستهلك.**

المطلب الأول - الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك:

يعتبر مفهوم حماية المستهلك مفهوم مركب وللإحاطة به يستلزم ان نوضح بعض المفاهيم المكونة له مثل المستهلك والاستهلاك.

1. مفهوم المستهلك: وردت تعاريف عديدة ومن زوايا مختلفة لمفهوم المستهلك وحسب المجال

أو الاختصاص الذي يتناوله فالمستهلك بالمفهوم العام هو كل من يستعمل بشكل غير مباشر السلع والخدمات ، أو الذي يفتتها لنفسه أو لغيره ، وبمعنى آخر فإن مفهوم المستهلك يشمل

كل فرد في المجتمع يسعى لإشباع حاجاته الشخصية (أو بقية أفراد عائلته) من مختلف السلع والخدمات التي يحتاجها في معيشته سواء ان وصل الي مرحلة الشراء الفعلي (التعاقد) أو لم يصل اليها وبالتالي فان كافة أفراد المجتمع يعدون من جمهور المستهلكين بما فيهم الطفل الرضيع والجنين في بطن أمه والذي يتزود باحتياجاته من خلالها (عبود2007) اما من الناحية القانونية وفي اطار نظرية العقد المدني فينظر الي المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العقد والذي يحتاج الي حماية قانونية في مواجهة الطرف الاقوى (الربيعي 2002) وفي مؤتمر حماية المستهلك المنعقد في القاهرة عام 1982 والمؤتمر المنعقد في ألمانيا في نفس السنة ورد تعريف المستهلك بأنه " هو مركز جمع الأنشطة القانونية التي اوجدها نفسه بنفسه كشريك في النظام الاقتصادي بعد ان عرف حقوقه ووزنه في السلسلة الاقتصادية ، وقد عرف المجلس الأوروبي المستهلك عندما وضع ميثاق حماية المستهلك في 17 مايو 1973 بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي تباع له أشياء أو خدمات لاستخدامه الخاص " ، كما عرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للجمعية العامة للأمم المتحدة بأنه "الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من السوق لاستعمالها" (السباتين 2002) ويعتبر الرئيس الأمريكي جون كيندي أول من نادى بالتوسع في مفهوم المستهلك عام 1962 ، وتبريره في ذلك أنه لا توجد طبقتان من المواطنين "كلنا مستهلكون" وأن كل شخص طبيعي له صفة المستهلك في مناسبات عديدة من وجوده.

2. مفهوم الاستهلاك : وردت تعاريف عديدة بمعنى الاستهلاك في المعني العام ، وهو معروف عند جميع المختصين بأنه الاستخدام أو الاستعمال أو النفاذ ، والاستهلاك عند الاقتصاديين فإنه يطلق على الاستخدام المباشر للسلع والخدمات التي تشبع رغبات الانسان وحاجاته وقد عرف البرادي الاستهلاك بالمعني الاقتصادي بأنه " تدمير أو هلاك السلع والخدمات المنتجة وذلك عن طريق الاستعمال ، وقد يتم هذا الاهلاك بعد الحصول على السلع والخدمات بوقت قصير كالمواد الغذائية أو بعد انقضاء وقت من حصول المستهلك عليها ، أو امتلاكها ومثال ذلك السلع المعمرة كالأثاث والسيارات والثلاجات ... الخ (البرادي 1976) ، وعرفه الكيالي بأنه " مصطلح اقتصادي يقصد به استخدام المنتجات واهلاكها في اشباع حاجات الانسان اشباعا مباشرا " . (الكيالي 1990)

3. مفهوم حماية المستهلك: تعددت تعريفات مفهوم حماية المستهلك ومن هذه التعريفات " حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها " (خيرى 2013) ومفهوم حماية المستهلك يقصد به حماية كل فرد من أفراد المجتمع من أي استغلال ومكافحة الغش لتأمين سلامة معاملات الافراد عند شراء احتياجاتهم من السلع والخدمات التي يتعاملون بها ، ويشير الشيخ أن مفهوم حماية المستهلك هو " عبارة عن خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني لحماية المستهلك من الغش التجاري أو استغلاله أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتكار أو الخضوع لظروف معينة " (الشيخ 2009)) ويرى Laurence ان حماية المستهلك عبارة عن الجهود التي تبذل لوضع المشتري على قدم المساواة مع البائع، كما يشير G.Armstrog & P.Kotler بأن حماية المستهلك هي انشطة ذات طبيعة منظمة ومستمرة لكل من المستهلكين والاجهزة الحكومية ، للدفاع عن حقوق المستهلكين ومصالحهم تجاه الشركات التي تقدم السلع والخدمات التي تشبع رغباتهم ومنعا للتصرفات الضارة بحقوق المستهلكين (عبود 2007) ويعرف بعض الكتاب المهتمين باقتصاديات الدول النامية حماية المستهلك بأنه الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظمات بالدولة نحو تقديم أو توفير السلع والخدمات للمستهلك باقل تكلفة مادية وجسمانية ونفسية في ظل ظروف اقتصادية واجتماعية معينة ومن خلال اطار قانوني معين يقوم باستصدار تشريعات تحمي حقوق المستهلك فرد كان ام جماعة . (عبد الهادي 1992) أما بالنسبة لبعض الباحثين الذين ينطلقون من المفهوم التسويقي ومدخله المختلفة ومزيجه فيعتبرونه العنصر الخامس في المزيج التسويقي وان حماية المستهلك تنص على: الحفاظ على حقوق المستهلكين وضمان حقوقهم على اعلى المنافع من البائعين سواء كانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات أو ناشري أفكار وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي يكون محله سلعة او خدمة او فكرة. (عبد الأمير والموسوي 2005) وحماية المستهلك تعبر عن شكل حضاري يستلزم ضرورة تطوير النظام التسويقي بما يحقق فاعلية اقتصادية واجتماعية حيث يتم تبني سبعة مبادئ أو أسس متكاملة لتحقيق منظومة وتأمينها وهي (مبدأ حرية المستهلك والمنتج - مبدأ منع حدوث الضرر - مبدأ تحقيق الحاجات الاساسية - مبدأ الكفاءة الاقتصادية - مبدأ الابتكار والتحديث - مبدأ توفير المعلومات - مبدأ حماية المستهلك). (الربيعي 2002)

المطلب الثاني - التطور التاريخي لحماية المستهلك:

إنه لمن الأهمية البالغة عند التعرض لموضوع حماية المستهلك الرجوع عبر صفحات التاريخ وتتبع مختلف المراحل التي مر بها تطور الحق في حماية المستهلك، ممعين النظر في مختلف الحضارات على مر العصور، لنبرهن على قدم هذا الحق وليس كما يقول البعض بأنه حديث النشأة ووليد عصر النهضة الحالي، وما القوانين والتشريعات الحديثة إلا لبنة أخرى تضاف الي الصرح الذي تم بناءه عبر مختلف الأزمنة في سبيل حماية المستهلك بالتعبير الحديث. (صياد 2014)

أولاً - التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة:

لقد عرفت المجتمعات وخلال مختلف عصور تطورها تدخلها من السلطة في الاقتصاد ونصوصا قانونية بغية حماية المستهلك، وبالرجوع الي النصوص والمخطوطات والنقوش الحجرية ومختلف الدراسات التاريخية عن الحضارات القديمة التي وصلت اليها، يمكن القول بان الاهتمام بحماية المستهلك قد عرفته الحضارة الفرعونية والحضارات العراقية وعرفه الاغريق والرومان منذ القدم. ويعتبر قدماء المصريين من أوائل المهتمين بوضع قواعد لحماية المستهلك وذلك منذ القرن الخمسين قبل الميلاد (50 ق.م) (السقا 1970) ومن مجموعات القوانين المصرية التي وصلت اليها قوانين الملك "حور محب" الصادر في 1330 (ق.م) وهو من أهم القوانين الجنائية الاقتصادية وقد استمر العمل بهذا القانون في مصر حتي 1012 (ق.م) ومن نصوصه الخاصة بحماية المستهلك أنه حدد السعر القانوني للفائدة، فلا يجوز اشتراط فائدة سنوية أكثر من ثلث رأس المال ولا يطالب بأكثر من ضعف الدين مهما طالت المدة وحرّم الفائدة المركبة، ومنع الاحتكار (مسكين 2016) وفي الحضارات العراقية بدأت هذه الحماية بإصدار قانون "أور نمو" والذي اصدره الملك "أور نمو" مؤسس أسرة أور الثالثة في سومر، وبدأ حكمه سنة 2050 (ق.م) ويعد من البوادر الأولى لحماية المستهلك، وهو أقدم قانون مكتشف حتي الآن ليس في العراق فحسب بل في تاريخ العالم أيضا، فقد سبق قانون "حمو رابي" بثلاث قرون، وقد عالج مواضيع متعددة (حسن 2004) فقد احتوى على مواد تتعلق بالموازين، النقود، التأمين الاجتماعي، الفائدة، ويعد قانون "حمو رابي" من أشهر القوانين في العراق القديم، فقد اهتم اهتماما بالغا بحماية المستهلك، ويحتوي على 282 مادة في معظم

فروع القانون ، وهو يتحدث عن الغش في المادة 108 ، وقد أهتم بتحديد الاسعار ، وبدل الاجار ، وحدد اجور المهن (مسكين 2016) و الاغريق اشتهر قانون "دراكون" والذي صدر في اثينا عام 621 (ق.م) وهدف الي تحقيق المساواة ، ، ثم حل محله قانون "صولون" وقد اصدره حاكم أثينا "صولون" عام 600 (ق.م) وقد خفف القانون من وطأة الحياة الاقتصادية، وقد ساوت احكامه بين طبقات الشعب، ومن تشريعاته التي تهتم بحماية المستهلك هو انه وضع نظام المقاييس، وحدد سعر الفائدة. (حسن 2004) وفي العصر الروماني فإن القانون الروماني يعد من أهم المصادر القانونية لدي بعض الدول المهمة بالقوانين ، وقد اهتم هذا القانون بتنظيم الاقتصاد، والمعاقبة على مخالفة التنظيم ومن خلال مدونة الالواح الاثني عشر التي صدرت في مدينة روما عام 45 (ق.م) نلاحظ تنظيم تموين البلاد بالسلع الغذائية ومنع الاحتكار، والحد من ارتفاع الأسعار، كما نظم مراقبة الاسواق وعهد بها الي موظف خاص سمي "المحتسب" أو "حاكم السوق" أن الرومان اهتموا أكثر من غيرهم بحماية المستهلك فقد حرموا احتكار السلع وحددوا الأسعار، وفرضوا عقوبات على المخالفين.

ثانياً - التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة:

إن موضوع حماية المستهلك من المواضيع المهمة، والتي لاقت قبولا متزايد من جميع الحكومات والافراد، لما له من اهمية في تقرير الوعي الاستهلاكي خاصة في ظل المنافسة الحادة والتطور التكنولوجي انطلاقا من مبدأ الحفاظ على المستهلك وقد عرفت المجتمعات الحديثة حماية المستهلك في الولايات المتحدة وكندا وأوروبا.

1.حماية المستهلك في الولايات المتحدة الامريكية: إن حركة حماية المستهلك ظهرت أول ما ظهرت في القرن الماضي في الولايات المتحدة الامريكية ، حيث ظهرت فكرة جمعية المستهلك في ثلاثينات القرن الماضي وتبلورت في الخمسينات ، ومن جانب آخر فقد تم اصدار مجلة تحت عنوان "تقارير المستهلكين" معبرة عن الاختبارات العلمية المتعلقة بجودة السلع الاستهلاكية الجديدة ومقارنة اسعارها ومساعدة المستهلك قدر الامكان (الشيخ 2009) وقد بدأت حركة حماية المستهلك بالرسالة التي وجهها الرئيس الامريكي "جون كندي" الي الكونغرس في 15 مارس 1962 والتي تضمنت مجموعة من الحقوق أهمها : حق الأمان - حق الاختيار - حق سماع رأي المستهلك، وقد صدر اول قانون لحماية

المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1872 بشأن الخداع والغش، وفي عام 1884 صدر قانون انشأ إدارة الرقابة الحيوانية بوزارة الزراعة للإشراف على المواصفات الصحية للحيوانات، وفي العام 1890 صدر قانون نظم صناعة الاغذية المحلية ووضع المواصفات القياسية لحماية المستهلك وفي عام 1927 أنشئت (إدارة الغذاء والدواء) وأصبحت هي المتولية تنفيذ التشريع، فقد نجحت هذه الادارة في عام 1930 في الاتصال بوزير الزراعة لوضع معايير لجودة المنتجات المحلية، بعد أن كانت هذه الصناعة في فوضى ضارة بالمستهلك ، وفي عام 1938 صدر قانون حماية المستهلك من الاعلان الكاذب والمضلل، وصدر قانون البطاقات التي تلتصق على العبوات المختلفة عام 1965، فقد بلغ عدد القوانين الصادرة والخاصة بحماية المستهلك عشرون قانوناً في الفترة ما بين 1962 و 1970. (مسكين 2016)

2. حماية المستهلك في كندا وأوروبا:

في عام 1974 نشأت اول منظمة كندية اهتمت بمساعدة المستهلكين وهي الجمعية الكندية للمستهلكين ، وقد شهدت سنوات السبعينات والثمانينات حوادث عجلت ببروز تشريعات حماية المستهلك ، ثم انتقلت حركة حماية المستهلك الي بريطانيا حيث وضع ما يعرف بتقرير "لجنة مالوني" والذي تضمن الأسس العامة لحماية المستهلك ، وانتشرت جمعيات حماية المستهلك في بريطانيا ، ثم انشئ الاتحاد الوطني لجمعيات المستهلكين والمركز الاستشاري للمستهلكين، ومن بريطانيا امتدت الحركة الي بلجيكا والنرويج والنمسا والمانيا وفرنسا وباقي دول الاتحاد الاوروبي ومن ثم الي اليابان.

المطلب الثالث: الأمم المتحدة وحماية المستهلك:

تعتبر قضية المستهلك ليست قطاعية أو محدودة بفئة بل بالإنسان بكل مراحل عمره وايضا كان ، والشرائع السماوية والوضعية والمنظمات الدولية كلها تعمل جاهدة لتلبية حقوق هذا الإنسان موضوع المستهلكية، واصبحت عالمية المطلب وانسانية الضرورة لأي مجتمع ، لهذا توجهت كل الجهود الدولية والاقليمية والمحلية من اجل تقنين وتشريع حقوق المستهلك واصدار المبادئ العامة و الارشادية بخصوص المستهلك ومنحه الحماية ، وترجع فكرة الاهتمام بحقوق المستهلك حديثا الي العام 1962 حينما اعلن الرئيس الامريكي "جون كندي" في رسالته الي

الكونغرس في 15 مارس 1962 ((إن المستهلكين وهم نحن جميعا هم اكبر مجموعة اقتصادية تؤثر وتتأثر بكل قرار اقتصادي خاص أو عام ، ومع ذلك فهم المجموعة الهامة التي لا يسمع وجهة نظرها)) و أعلن في رسالته أربعة حقوق أساسية للمستهلك هي: الحق في الأمان - الحق في المعرفة - الحق في الاختيار - الحق في الاستماع اليه. واعتبر هذا الإعلان بمثابة حق مكتسب لجمعيات المستهلك في العالم، حيث تعاونت في تكوين اتحاد دولي أطلق عليه (المنظمة الدولية لاتحادات المستهلكين) كمؤسسة اهلية غير ساعية للربح تضم 170 جمعية للمستهلك في (58) دولة، وقد أضافت المنظمة أربعة حقوق أخرى الى اعلان كندي وهي: الحق في الكفاية من الاحتياجات الاساسية - الحق في التعليم - الحق في التعويض أو الانصاف - الحق في بيئة صحية. وهي الحقوق الثمانية التي تضمنها قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (248 / 39) بتاريخ 9 أبريل 1985 م، بإعلان حقوق المستهلك وإصدار المبادئ التوجيهية والإرشادات التي تشكل منظومة حماية مرجعية لكل الدول والحكومات في سن القوانين واتخاذ الاجراءات. وفي 25 سبتمبر 2015 اتخذت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها بشأن تحويل عالمنا وقد توج ذلك بخطة التنمية المستدامة لعام 2030، وفي 22 ديسمبر 2015 اتخذت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم (186/70) والمتعلق بحماية المستهلك، حيث وسعت من حقوق المستهلك ونقحت المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك والتي يشار اليها اختصارا بالمبادئ التوجيهية ، تم عهدت الجمعية الي مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) بولاية تعزيز المبادئ التوجيهية عن طريق تشجيع الدول الاعضاء على توفير حماية للمستهلك في سياق الإمداد بالسلع والخدمات العامة والخاصة ، ومن خلال التوعية في هذا المجال يؤمل أن تنشأ مستويات أعلى من التعاون بين الاعمال التجارية والمجتمع المدني.

المبحث الثاني

حماية المستهلك.. التجارب الاقليمية والدولية الناجحة

تسعي جميع الدول والحكومات وكذلك التجمعات الاقليمية للحرص على حماية المستهلك وذلك من خلال العمل على الالتزام بتنفيذ القرارات الدولية الصادرة بالخصوص وان بحظي المواطن بحماية حقيقة لحقوقه كمستهلك، الأمر الذي يدفع ببعض المنظمات الاقليمية للاهتمام بحقوق المستهلك وحمايته حتى وان كان خارج نطاقها المكاني والجغرافي باعتباره انسان

تعرضت حقوقه للانتهاك والاعتداء عليها. وهناك تجارب اقليمية ودولية ناجحة في حماية المستهلك وسيستعرض الباحث في هذا المبحث هذه التجارب من خلال المطالب التالية:

- **المطلب الأول:** التجارب الاقليمية (المنظمات) الناجحة في حماية المستهلك.
- **المطلب الثاني:** التجارب الدولية (الدول) الناجحة في حماية المستهلك.
- **المطلب الثالث:** ليبيا.. وحماية المستهلك.

المطلب الأول: التجارب الاقليمية (المنظمات) الناجحة في حماية المستهلك:

منذ ان صدر قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (39 / 248) بتاريخ 9 أبريل 1985م بإعلان حقوق المستهلك وإصدار المبادئ التوجيهية والإرشادات التي تشكل منظومة حماية مرجعية لكل الدول والحكومات في سن القوانين واتخاذ الاجراءات. وصدور القرار رقم (186/70) وفي 25 سبتمبر 2015 والمتعلق بحماية المستهلك، حيث وسعت من حقوق المستهلك ونقحت المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك برز دور بعض المنظمات الاقليمية في الحرص على حقوق المستهلك والسعي لحمايته، ومن هذه المنظمات:

1. **مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد):** والذي عهدت اليه الجمعية العامة للأمم المتحدة بموجب قرارها رقم (186/70) في 25 سبتمبر 2015 بولاية تعزيز المبادئ التوجيهية عن طريق تشجيع الدول الاعضاء على توفير حماية للمستهلك في سياق الإمداد بالسلع والخدمات العامة والخاص وقد صدر عن المؤتمر الآتي: المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك.. هيكل الوكالة المختصة وفعاليتها - تحقيق اهداف التنمية المستدامة من خلال حماية المستهلك - دليل حماية المستهلك وهي وثائق صدرت طبعتها الجديدة في 2017 داعية الدول والحكومات وجمعيات حقوق المستهلك للالتزام بما ورد فيها وجعلها كمراجع، وهي تحوي جهود مجموعة من الخبراء الدوليين.

2. **الرابطة الدولية للمستهلكين:** وهي صوت عالمي مستقل (غير حكومية) تناضل من اجل المستهلكين، وفي عضويتها 240 منظمة في 120 بلداً، وينظر للرابطة كحركة دولية قوية للمستهلكين للمساعدة في حمايتهم وتمكينهم في كل مكان، ويعتمد المستهلك في العالم الرقمي اليوم على شبكات الاتصالات مثل الانترنت، وعلى القدرة على النفاذ للمعلومات.

3. الجمعية الأوروبية لتنسيق تمثيل المستهلك في التقييس: تتطرق الجمعية الأوروبية لتنسيق تمثيل المستهلك في التقييس بصوت المستهلك الاوروبي في أمور التقييس وتمثل مصلحة المستهلك الاوروبي في وضع المعايير الفنية، وخصوصا تلك التي وضعت لدعم تنفيذ القوانين والسياسات العامة، ويوجد كتيب تعريف بهذه الجمعية بعنوان ((ما نقوم به من أجلكم)) وهو نشرة تعريفية في 60 ثانية.

4. منظمة المستهلكين الأوروبيين: انشأت منظمات تعنى بالمستهلكين من بلجيكا ولوكسمبورج وفرنسا وهولندا وايطاليا والمانيا منظمة المستهلكين الاوروبيين في 6 مارس 1962، وبعد العمل لعدد من السنوات قررت هذه المنظمات إنشاء جمعية اوروبية مقرها في بروكسل، وتعمل منظمة المستهلكين كمظلة لأعضائها وهي كالاتحاد الأوروبي وتضم 43 منظمة، وتحظى باحترام منظمات المستهلكين الوطنية وهي تعمل على رعاية وتأمين حقوق المستهلك الاوروبي وحمايته.

5. الاتحاد العربي للمستهلك: جاء تأسيس الاتحاد العربي للمستهلك باقتراح من رئيس الجمعية الاردنية لحماية المستهلك الدكتور محمد عبيدات في عام 1998 م وهو يضم كافة الجمعيات والمنظمات التي تعني بحماية المستهلك في الوطن العربي سواء كانت حكومية أو أهلية.

المطلب الثاني - التجارب الدولية (الدول) الناجحة في حماية المستهلك:

تختلف الدول في حماية المستهلك فبعض الدول تنص دساتيرها على حماية المستهلك صراحة ويوجد بها قانون لحماية المستهلك وهيئة وطنية حكومية تتولي مهمة حماية المستهلك وبعض الدول ما تزال بعيدة عن هذا السياق، وهناك دول استطاعت ان تقدم تجارب ناجحة في حماية المستهلك. ويستعرض الباحث هنا بعض هذه التجارب:

1. فرنسا: في الأول من اغسطس 1905 صدر القانون الخاص بقمع التدليس والغش وفرض عقوبات شديدة ، و بدأت جمعيات حماية المستهلك في الظهور بشكل ملحوظ ، وفي 1973.12.27 اصدر المشرع الفرنسي قانون التوجيه التجاري والحرفي، وفي 5 يناير 1988 صدر قانون يجيز للجمعيات اللجوء للقضاء دفاعا عن مصالح المستهلكين وفي عام 1972 صدر قانون الاستهلاك وهو مصطلح يستعمل لأول مرة، وفي 10 يناير 1978 صدر قانون حماية واعلان المستهلك وقد مدد نطاق الحماية القانونية الي المنتجات

والخدمات التي تخص المستهلك ، كما صدر قانون آخر في 10 يناير 1992 متضمنا عدة نصوص في مجالات مختلفة لحماية المستهلك (مسكين 2016) وقد توج المشرع الفرنسي هذه التشريعات بإصدار مدونة الاستهلاك سنة 1993 التي جمعت كل القوانين المتفرقة وتضمنت كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك ، ان تجربة فرنسا من التجارب الناجحة اليوم في حماية المستهلك ، فالمعهد القومي لحماية المستهلك في فرنسا وهو الهيئة الحكومية التي تشرف على حماية المستهلك وقد انشئ عام 1966 وتموله الحكومة الفرنسية المتمثلة في وزارة الاقتصاد بتمويل ضخم يصل إلى (3.8 مليون يورو سنوياً) ، وهو يدعم 17 جمعية كبرى لحماية المستهلك في فرنسا وهذه الجمعيات تحصل على تمويل يقدر بـ(4.6 مليون يورو) من الحكومة وعدد أعضائها يصل لعشرات الآلاف وأكبر جمعية بها 140 ألف مشترك كما يقوم المعهد بإنتاج وتحليل وتقديم معلومات ودراسات واستقصاءات واختبارات مقارنة للسلع في الأسواق لخدمة المستهلك. يصدر المعهد مجلة تحمل اسم «60 مليون مستهلك» تقوم بالتوعية وتقديم المعلومات عن السلع في الأسواق واجراء مقارنات تشمل الأنواع والأسعار كما ان بها قسما للدراسات والأبحاث وآخر خاص بنتائج الاختبارات للسلع ويشترط في المجلة ان تكون جاذبة للمستهلك ليقوم بشرائها وللمجلة 160 منفذ بيع في المكتبات وعن طريق العضوية ويحظر فيها الاعلانات التجارية وموقعها الإلكتروني يزوره نحو 318 ألف زائر شهريا وهي ثاني أكبر مجلة في فرنسا منذ سنة 2000، وأن التجربة الفرنسية عمرها 50 سنة أي نصف قرن من الاهتمام بالمستهلك.

2. تركيا: تنص المادة 172 من الدستور التركي الصادر عام 1982 على ((تتخذ الدولة تدابير لحماية المستهلكين وتوعيتهم وتشجيع مبادراتهم لحماية أنفسهم)) وينظم القانون رقم (4077) حماية المستهلك ويوصف الغرض من هذا القانون بأنه اتخاذ تدابير لحماية الصحة والمصالح الأمنية والاقتصادية للمستهلك المتعلقة بالصالح العام وتوعية المستهلك، والتعويض عن الخسائر التي تلحق به وحمايته من الاخطار البيئية وتعزيز المبادرات الرامية الي حماية مصالح المستهلك وتشجيع المنظمات الطوعية التي ترمي الي وضع السياسات المتعلقة بالمستهلك ، ويتضمن القانون بعض الاحكام التي تهدف الي ضمان عدم الاضرار بالمستهلك واخري تتناول الانصاف والتعويض في حالة الضرر. وتتميز تجربة

تركيا بوجود محكمة المستهلك والتي تصدر قرارات وقائية مثل الإبطال الكلي أو الجزئي لعقد ما يتعارض كل أو جزء من احكامه مع مفهوم حماية المستهلك، أو يمكن تفسيرها وتطبيقها لغير صالح المستهلك ، ويجوز للمحكمة أن تامر بتوفير خدمات معينة من باب الجبر، حتى وإن لم يكن هناك شرط بهذا الشأن في العقد أو في القانون، وإذا تضرر المستهلك بطريقة أو أخرى أو عوامل بإجحاف فأن المحكمة تلزم المشتغلين بالجبر والتعويض، وزيادة في حماية العملاء وضمن التعويض فإن جميع الجهات الفاعلة في سلسلة توريد هذه المعدات مسؤولة امام المستهلكين. فالمستهلك التركي يتمتع بحماية دستورية كفلتها له المادة 172 من الدستور وتضمنها القانون الخاص بحماية المستهلك والذي عدل عام 2003 ويمكنه اللجوء للقضاء للحصول علة حقه من خلال محكمة المستهلكين المتخصصة، وتوجد في تركيا مدونة عامة لحماية المستهلك. إن التجربة التركية في حماية المستهلك تجربة دستورية قانونية قضائية.

3. تجربة سلطنة عمان: تتميز سلطنة عمان بوجود نظم وقوانين تنظم حقوق الانسان وفق للمعايير الدولية التي تدعو لها المنظمات الدولية، ومن هذه النظم والقوانين ما ينظم حرية المعلومات، ولقد حظيت قضية حماية المستهلك باهتمام كبير في السلطنة وتتشابه التجربة العمانية مع التجربة الفرنسية فقد صدر المرسوم السلطاني رقم (81) لسنة 2002 بإصدار قانون حماية المستهلك والذي ظل معمول به حتي صدور المرسوم السلطاني رقم (2014/66) في 30 نوفمبر 2014 بإصدار قانون حماية المستهلك وجاء القانون في (49) مادة، فالمادة (14) مثلاً تضمنت حقوق المستهلك وتختص الهيئة العامة لحماية المستهلك والمنشئة بالمرسوم السلطاني رقم (2011/26) الصادر في 28 فبراير 2011، القاضي بإنشائها، والمنظم عملها بالمرسوم السلطاني رقم (53) لسنة 2011، بإصدار نظام الهيئة برعاية وحماية المستهلك ولها كافة الاختصاصات متابعة التعامل مع المستهلك وقبول الشكاوي واحالتها للهيئات القضائية ومتابعة صدور الاحكام فيها وتنفيذها وتحصر على تعويض المستهلك عما لحق به من ضرر، وهي الجهة التي أصدرت اللائحة التنفيذية للقانون بالقرار رقم (2017/77) الصادر في 9 مارس 2017، والتي نظمت التعامل مع المستهلك وضمن حصوله علي حقوقه وحمايته، وتصدر الهيئة قرارات تنظيمية تعزز

من حماية المستهلك ومنها القرار رقم (2019/10) الصادر في 7 يناير، 2019 والذي يحضر عرض بيع السلع و تقديم الخدمات في المنازل والوحدات السكنية دون طلب المستهلك، ويفرض غرامة مالية في حال مخالفة ذلك ، وللهيئة مجلة فصلية تحت عنوان ((مجلة المستهلك)) وهي مجلة تتضمن مناشط الهيئة وتهدف الي توعية واعلام المستهلك بحقوقه وتحذيره من السلع المغشوشة والاعلانات الكاذبة والمضللة .وهي عضو في المنظمة الدولية للمستهلكين والاتحاد العربي للمستهلك ، وقد تحصلت على جائزة الاتحاد العالمي لريادة الاعمال لتميزها المهني في العام 2015.

4. تجربة تونس: إن فكرة حماية المستهلك ليست حديثة في البلاد التونسية، من ذلك أن الأمر العلي الصادر في 10 أكتوبر 1919، والمتعلق بزجر الغش في تجارة البضائع وتدليس مواد المعاش والمحاصيل الفلاحية والطبيعية، يمثل النواة الأولى لقانون الاستهلاك في تونس. وتتميز التجربة التونسية بوجود مجموعة من القوانين التي تهتم بالمستهلك وتضمن حمايته ومنها: القانون عدد 64 لسنة 1994 المؤرخ في 29 يوليو 1991، والمتعلق بالمنافسة والأسعار، ويتضمن أحكاما تهدف لحماية المستهلك ضد التجاوزات في طرق البيع والممارسات المخلة بالمنافسة التي ينتج عنها الزيادة في الأسعار، جاء ليضبط كذلك عدة قواعد خاصة لحماية المستهلك تتعلق بالإعلام بالأسعار وبشروط البيع. والقانون عدد 117 لسنة 1992 المؤرخ في 7 ديسمبر 1992، والمتعلق بحماية المستهلك وقد نص هذا القانون خاصة على أربعة التزامات أساسية هي: واجب السلامة - واجب النزاهة - واجب الإعلام - واجب الضمان، و تدعيما للمكاسب الحاصلة في مجال حماية المستهلك، تم إصدار القانون عدد 70 لسنة 2008 المؤرخ في 10 نوفمبر 2008، والمتعلق بإحداث المعهد الوطني للاستهلاك، وتتمثل المهام الأساسية للمعهد في تدعيم وتطوير حماية المستهلك من خلال الدراسات والبحوث التي ينجزها والتي تتناول الجوانب العلمية والاقتصادية والقانونية والاجتماعية لاستهلاك المنتجات والخدمات، وكذلك تحاليل واختبارات المقارنة التي يجريها على المنتجات، ويتولى المجلس الوطني لحماية المستهلك والمنشئ بموجب الأمر عدد 1886 لسنة 1993 المؤرخ في 13 سبتمبر 1993، والمتعلق بتسيير وتركيب المجلس الوطني لحماية المستهلك وهو الجهة المختصة بمتابعة حماية

المستهلك في تونس ويصدر نشرات توعوية واعلانات تنشر في الصحف التي تصدر في تونس ويتيح الموقع الالكتروني للمجلس للمستهلك حرية الدخول والحصول علي المعلومات وتقديم الشكاوي.

المطلب الثالث: ليبيا.. وحماية المستهلك

1. **المُشرع الليبي وحماية المستهلك:** إن حماية المستهلك تُعد حاليا إحدى أهم الموضوعات الرئيسية في سياسات الدول التي تأخذها بالحسبان لجهة ارتباط هذا النوع من الحماية بضرورات وأهداف تنمية المجتمعات، الأمر الذي دعا الدول المتقدمة والنامية وحتى تلك التي ما زالت في طور النمو إلى اعتماد تشريعات وبرامج وسياسات اقتصادية تهدف بشكل أساس إلى حماية المستهلك في تعاملاته التي تتم بشكل تقليدي أو تلك التي تتم باستخدام وسائل الاتصالات الحديثة وعلى رأسها الانترنت. وليبيا إحدى هذه الدول والتي تسعى للاندماج في المجتمع الدولي بعد عقود من الجفاء والقطيعة. وموضوع حماية المستهلك في مفهومه الضيق ((واعني به حماية المستهلك بما تعنيه الكلمة)) هو موضوع حديث العهد في بلادنا رغم وجود قوانين تهتم بالمواطن بشكل مباشر كالقانون رقم (106) لسنة 1973 بإصدار القانون الصحي والقانون رقم(13) لسنة 1989 بشأن الرقابة على الاسعار والقانون رقم (5) لسنة 1990 بشأن المواصفات والمعايير القياسية ، ووجود جهات حكومية تهتم بحماية المستهلك كمركز الرقابة على الاغذية والادوية والذي يتولى مهمة التفتيش على البضائع والسلع الموردة من الخارج، وهذا يضمن الناحية الصحية للمستهلك وقد انشي قسم الارشاد وحماية المستهلك سابقا وتولي القسم التوعية والارشاد والتوجيه من خلال المطويات والنشرات التي كان يصدرها وله جناح خاص في معرض طرابلس الدولي وحاليا تتولي إدارة التفتيش وحماية المستهلك وهي إحدى الادارات بوزارة الاقتصاد طبقا لقرار مجلس الوزراء رقم (59) لسنة 2012 باعتماد الهيكل التنظيمي واختصاصات وزارة الاقتصاد وتنظيم جهازها الاداري والمعدل بالقرار رقم (368) لسنة 2013 والصادر في 11 يوليو 2013 والمنشور في الجريدة الرسمية (العدد الثالث ، السنة الثالثة، بتاريخ 23 ابريل 2014) وتختص هذه الادارة بمجموعة من الاختصاصات التي حددها القرار (18) اختصاص وتعمل بقرارات ومناشير تصدرها للأقسام التابعة لها بمراقبات الاقتصاد والتي

تقوم بدور ايجابي في حماية المستهلك من خلال التفتيش الدوري بالتعاون مع جهاز الحرس البلدي والاصحاح البيئي. ولا يوجد قانون ينظم حماية المستهلك في ليبيا حتى اليوم وتجدر الاشارة الي ان المشرع الليبي لم يهمل هذا الجانب فقد نصت المادة الخامسة عشر من مشروع الدستور الليبي المعد من الهيئة التأسيسية لصياغة مشروع الدستور والمعتمد (بالجلسة رقم 74 المنعقدة بمقر الهيئة بمدينة البيضاء بتاريخ 29 يوليو 2017 م) على أسس الاقتصاد "تعمل الدولة على إقامة اقتصاد متنوع يحقق الرفاهية، والرخاء، ورفع مستوى العيشة، وضمان حق المبادرة، ويقوم على تنوع مصادره، وعلى معايير الشفافية، والجودة، والمساءلة، والتوازن بين الكفاية الاقتصادية، والعدالة الاجتماعية، والتنافسية، وحماية حقوق المستهلك والمنتج، كما تعمل الدولة على تشجيع الاستثمار الخاص، والعام والمشارك بما يُلبّي حاجات المجتمع ويحقق التنمية الشاملة". ولإن الدستور في القانون هو أسمى القوانين ومصدرها فان المشرع الليبي سيجد امامه المادة الخامسة عشر من الدستور وستكون المرجع المقبل الذي يتم الاعتماد عليه ومراعاته.

2. المؤسسات والجمعيات الخاصة بحماية المستهلك:

• **المؤسسات والهيئات الحكومية:** ادارة التفتيش وحماية المستهلك بوزارة الاقتصاد وهيئة مكافحة الفساد، وجهاز الحرس البلدي ومركز الرقابة على الاغذية والادوية والمركز الوطني للمعايير والمواصفات القياسية هي الجهات حكومية التي تُعنى بحماية المستهلك وتعمل من خلال اللوائح والقرارات المنظمة لها ومن خلال العمل الميداني على ضمان حماية المستهلك وردع المخالفين واحالتهم للقضاء.

• **منظمات المجتمع المعني وجمعيات حماية المستهلك:** تعتبر منظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك، من المنظمات الرائدة في هذا المجال وهي الوحيدة حتى اليوم في بلادنا فلا توجد منظمات غير حكومية تعني بحماية المستهلك، هي منظمة مجتمع مدني تعنى بحقوق المستهلك ونشر الوعي الثقافي العام، تأسست بتاريخ 01-01-2017م، تحت (رقم اشاري 03321) وتتمتع المنظمة بالشخصية الاعتبارية والذمة المالية والإدارية المستقلة ولها نظام أساسي ولوائح ونظم وإجراءات داخلية. المنظمة الوحيدة حتى اليوم في هذا المجال وهي منظمة تهدف إلى: المساعدة في نشر الوعي الثقافي العام لدى المستهلك حول السلع والخدمات وعلاقتها

بصحته وسلامته و المساهمة في توعية المستهلك للتأكد من ملائمة المواد المستهلكة للمعايير والمواصفات القياسية الليبية والدولية والاشتراطات البيئية، وخاصة الأغذية والأدوية والتيفن من أنها غير ممنوعة التداول في بلد المنشأ ولا تُسبب أضرار بصحة المستهلك وسلامته والمساهمة في توعية المستهلك بمضار الدعايات والإعلانات التجارية المضللة بأساليب الغش والتحايل و تلقي ودراسة الشكاوى المقدمة من المستهلكين والتحقق منها والعمل على ايجاد الحلول المناسبة لها بما في ذلك اتباع الطرق الودية لحل النزاع والالتجاء الى الجهات القضائية المختصة في حالة تعذر الوصول الى حل ودي.و المساهمة في تنمية المجتمع والمحافظة على موارده ومقدراته والارتقاء بمستوى خدماته وعرض النتائج التي تتوصل إليها المنظمة بما يتيح للمستهلك الاطلاع عليها والاستفادة منها والاسترشاد بها وزيادة معرفته بها في إشباع حاجاته الاستهلاكية ولها رسالة و غاية واضحة تكمن في السعي للرفع من وعي المستهلك وحمائته وتعريفه بحقوقه، والموائمة بين منتجي ومزودي السلع والخدمات، والمستهلكين من خلال التوعية والتنقيف المتبادل، تحقيقاً للجودة المطلوبة واتباعاً للأخلاقيات المهنية. ولها رؤية وطموح في أن تكون من المنظمات الرائدة في مجال حماية المستهلك ومرجعية يعتمد عليها، على المستوى المحلي والاقليمي. وادراكاً من المنظمة بأهمية تقنين حماية المستهلك قامت المنظمة بالتعاون مع كلية القانون مصراته باقتراح مشروع قانون حماية المستهلك منذ انشائها وإعلان اشهارها سنة 2017م، وهذا يدل على جدية المنظمة في العمل على حماية المستهلك في ليبيا واللاحق بالدول الأخرى وأن تكون تجربتنا بعد سنوات من التجارب الناجحة والرائدة في حماية المستهلك.

وختام القول: لم تلق قضية حماية المستهلك من الاهتمام والرعاية ما تلقاه اليوم في مختلف دول العالم ، حيث احتلت حماية المستهلك مكانا بارزا ومهما بين مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يتم طرحها في المؤتمرات والاجتماعات الدولية ولقد حازت هذه القضية على اهتمام ورعاية علمية من الكتاب والمفكرين والباحثين، وحماية المستهلك من الموضوعات الهامة وبصفة خاصة في الوقت الحاضر الذي تزايدت فيه الآفات كالفساد والغش والتدليس والاحتيال واصبحت هذه الظواهر تشكل خطرا على حياة الانسان لذلك وجبت حمايته خصوصا انه الطرف الضعيف.

المصادر والمراجع:

أولاً - الموسوعات:

1. البراوي، راشد، الموسوعة الاقتصادية، دار النهضة، القاهرة 1976.
2. الكيالي، عبد الوهاب، موسوعة السياسة، الدار العربية للدراسات والنشر بيروت، لبنان 1991 الجزء الثالث.

ثانياً - الكتب:

1. أحمد، محمد محمد، حماية المستهلك في الفقه الاسلامي، الدار العربية، بيروت، لبنان 2004.
2. حسن، أحمد ابراهيم، أصول تاريخ النظم القانونية والاجتماعية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، مصر 2004.
3. رباح، غسان، تاريخ القوانين والنظم الاجتماعية، 1993.
4. السقا، محمود، تاريخ القانون المصري، مكتبة القاهرة الحديثة، 1970.
5. عبد الهادي، أحمد، حماية المستهلك في الدول النامية.. مدخل بيئي، مكتبة الجامعة، بنها مصر، 1992.
6. عبد الواحد، عطية، حماية المستهلك من منظور اسلامي، مطبعة الايمان، مصر، 1995.

ثالثاً - الدوريات:

1. الربيعي، ليث، دور بحوث مركز السوق ومنظمات المجتمع المدني في حماية المستهلك، مجلة دراسات قانونية، بيت الحكمة، بغداد 2002.
2. عبود، سالم محمد، حقوق المستهلك ومنهجية حمايته، نشرة صددى المستهلك، جامعة بغداد، 2007.
3. عبد الامير، سمير، الموسوي، دور منظمات حماية المستهلك في معالجة الآثار السلبية للخصوصية، مركز بحوث السوق، جامعة بغداد، 2005.

رابعاً - الرسائل الجامعية:

1. بحلول، جلول دواجي، الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الالكترونية، رسالة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر 2015.

2. صياد، الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2014.

3. مسكين، حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور والواقع، رسالة ماجستير، جامعة الطاهر مولاي سعيدة، 2016.

خامساً - تقارير ومواقع الكترونية:

1. خيرى، صبري محمد خليل، حماية المستهلك: فلسفتها والياتها في الفكر الاقتصادي

الاسلامي المقارن، موقع الدكتور صبري محمد خليل خيرى على شبكة الانترنت، 2013.

2. السباتين، خالد، تقرير حول الحماية القانونية للمستهلك، الهيئة الوطنية المستقلة لحقوق المواطن، فلسطين، 2002.

3. الشيخ، الداوي، تحليل اليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، 2009.

تأثير شكل الغلاف على رضا المستهلك

(دراسة ميدانية عن شركة النسيم للصناعات الغذائية 2020 م)

أ.وائل سليمان الصغير

رئيس مجلس إدارة منظمة الرقيب الليبية لحماية المستهلك

wael4096@gmail.com

المخلص

تعد عمليتي التعبئة والتغليف للمنتجات من أهم العناصر التي تحدد قيمة المؤسسة في البيئة التنافسية، كما أنها الطريقة الأرخص والأسرع والأسهل من حيث تكيف المنتج، وجعله أكثر ملائمة لمتطلبات الأسواق. إذ شهدت صناعة التعبئة والتغليف تطوراً كبيراً خاصة من ناحية التصميمات الغلافية والمواد المستعملة في تصميم العبوة، والدافع وراء كل ذلك هو الاهتمام المتزايد بدراسة السلوك الاستهلاكي للزبائن من أجل تحقيق رضاهم عن السلعة والمؤسسة.

كما أن التوجه نحو الاهتمام بالتعبئة والتغليف جاء مصاحباً لتطور المفهوم التسويقي، الذي يقوم بتمييز منتجات الشركة عن منافسيها، حيث يسهم التمييز بين المنتجات في رفع نسبة مبيعات المؤسسة؛ بسبب زيادة ولاء المستهلك للمنتج وتفضيلهم له.

يدرس هذا الدراسة علاقة تعبئة وتغليف المنتجات بالمستهلك وتأثيرها عليهم وعلى سلوكهم الشرائي، وذلك من خلال دراسة علاقة تمييز وتبين المنتجات من حيث التعبئة والتغليف بالمستهلك وسلوكه الشرائي، وأهميتها بالنسبة للمستهلك، ودراسة أثر المنتجات الجديدة على عملية شراء المستهلك من حيث التعبئة والتغليف للمنتج، وذلك من خلال توزيع استبيان يطرح مجموعة من الأسئلة على زبائن ومستهلكي منتجات "شركة النسيم للصناعات الغذائية"، منها السؤال عن رأي المستهلك حول تصميم المنتجات، ومدى موافقتها لتوقعاتهم، وهل يعد الغلاف عاملاً أساسياً في نجاح السلعة المميزة؟ وغيرها من الأسئلة، ويعد التساؤل الرئيسي الذي يطرحه الاستبيان هو (ما مدى تأثير شكل الغلاف على رضى المستهلك؟) كدراسة ميدانية "بشركة النسيم للصناعات الغذائية"، وخلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها وافقت منتجات شركة النسيم توقعات المستهلكين ونالت رضاهم.

الكلمات الدالة: المستهلك، سلوك المستهلك، التغليف، التصميم، الرغبة، الرضا.

المقدمة

يُعد التطور الذي يشهده العالم في شتى الميادين، منها الاقتصادية والتجارية والتكنولوجية، من أهم العوامل التي أدت إلى ظهور حاجات ورغبات جديدة يسعى المستهلك لإشباعها وتلبيتها، إضافة إلى ظهور العولمة وازدياد حجم المبادلات التجارية بين الدول، حيث دفعت كل هذه التحولات والتطورات السريعة على كل المستويات غالبية المؤسسات الإنتاجية إلى تحسين نوعية إنتاجها من حيث الجودة والشكل والحجم... إلخ

ومع ازدياد شدة المنافسة التجارية، اضطرت المؤسسات الإنتاجية بضرورة الاهتمام بوضع استراتيجيات وبرامج تسويقية فعّالة تضمن لها بقاء حصتها السوقية أو تسويقها من جهة، وتحقيق متطلبات ورغبات المستهلك من جهة أخرى، وبشكل يتوافق مع أذواق وميول المستهلك، ويُعد سوق سلع الاستهلاك النهائي من أهم الأسواق تأثيراً على سلوك المستهلك وتصرفاتهم الاستهلاكية، خاصة مع التنوع الكبير في المنتجات والسلع المعروضة، وهنا يأتي دور المنتج بعناصره المختلفة؛ ليحقق هذا المكسب، وذلك عن طريق أهم مكون من مكوناته وهو الغلاف، حيث يُعد الغلاف وسيلة فعّالة تربط بين المنتج والمستهلك، ولكي تحقيق أهداف الطرفين، يجب الاهتمام بماهية التصميم والجمال، مركزين على الناحية الترويجية للغلاف، وتفصيل مساهمته في جذب المستهلكين واقناعهم بشراء المنتج.

كذلك، يجب عدم إهمال الدور التقليدي والمتمثل في الجانب التقني لهذا الغلاف، والذي يمثل أيضاً عنصر مهم من العناصر المؤثرة على الاتجاه العام للسلوك الشرائي للزبائن. يعتمد نجاح المنتج من حيث تثبيت مركزه في السوق وزيادة مبيعاته على خمس أركان وهي تبعا لأهميتها (السلعة، الغلاف، الإعلان، السعر والترويج).

يشدد بعض العلماء على أهمية التعبئة والتغليف وتأثيره على المستوى اللاشعوري لزبون من خلال تحول أو انتقال الإحساس، ويروا بأن التغليف أو التعبئة تمثل المرتبة الثانية في برنامج التسويق بعد نوعية المنتج التي تحتل المرتبة الأولى.

يُعد الغلاف الصورة المرئية المعبرة عن السلعة، ويساعد على التعرف عليها خاصة فيما يخص السلع الاستهلاكية أو السلع ذات الاستهلاك الواسع، حيث أصبح الغلاف عاملاً نفسياً وأداة تسويقية مهمة، بعد ما كان دوره يقتصر على الحماية للمنتج.

فيساعد الغلاف على بيع المنتجات وجذب أكبر عدد من المستهلكين بالتأثير عليهم من حيث الألوان والرسومات واسم الماركة المكتوبة عليه؛ لذلك نجد أن المنتجون اعطوا اهتماما كبيرا في طريقة تصميم الغلاف بشكل يتناسب مع الخصائص السلوكية للفرد المستهدف، وبمستوى لا يقل عن اهتمامهم بنوعية المنتج في حد ذاته.

مشكلة الدراسة

أثر الانفتاح الاقتصادي الذي تشهده الأسواق الليبية على كل المستويات، الأمر الذي جعل الشركات الإنتاجية وخاصة المنتجة للسلع الاستهلاكية النهائي في حاجة ماسة إلى إيجاد استراتيجيات تسويقية فعالة تدير بها مركزها التنافسي على مستوى الأسواق المحلية، وتحافظ بها على حصتها السوقية الحالية في ظل الصراع على البقاء ومنافسة المنتجات والسلع المستوردة. وعلى صعيد الشركات ذات الصناعات الغذائية، فهي بدورها تعيش غياب المناخ التنافسي؛ بسبب تشابه السلع المطروحة على المستهلكين من حيث تقاربها في الجودة، والسعر، والشكل والحجم، إضافة إلى عدم معرفة الشركات لخصائص السلوك الاستهلاكي لأفراد سوقها المستهدفون.

لذلك يستلزم على تلك الشركات التأقلم مع هذه التغيرات، وذلك باللجوء إلى تصميم أغلفة لمنتجاتها تساعدها على إبقاء حصتها في السوق وتوسيعها إن أمكن ذلك، مع الأخذ بالمستهلك بعين الاعتبار كمحور وركيزة أساسية تستند عليها هذه الشركات في تصميم الأغلفة بما يضمن لها ولاء زبائنهما.

ولكن لا يتحقق ذلك إلا إذا حظي المستهلك الليبي بالقدر الكافي من الدراسات العلمية من الناحية التسويقية والاجتماعية والنفسية، التي لها تأثير مباشر في تصميم أغلفة المنتجات، وعليه يجب على الشركة أن تأخذ بعين الاعتبار التغليف كوسيلة مباشرة للوصول إلى المستهلك، وذلك بالسعي إلى تحسين نوعية الغلاف من خلال إعطائه مظهرا جديدا يعكس صورة المنتج والمؤسسة في آن واحد، والتركيز على مدى قدرة الغلاف في إقناع المستهلك بمستوى جودة المنتج وتناسبه مع سعره.

ولذا يمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما تأثير شكل الغلاف على رضا المستهلك؟

وينتفع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية هي كالتالي:

• هل للمستهلك إمكاني تمييز وإدراك الفروق بين منتج معين والمنتجات المنافسة الأخرى؟ مستندا في ذلك على مواصفات غلافه (لونه، حجمه، شكله، موضع العلامة، البيانات والمعلومات، مدة الصلاحية).

• هل العبوات الحالية تؤدي دورها الترويجي في التأثير على المستهلك إلى جانب الدور الوقائي للسلعة من التلف؟

• هل يؤخذ أثناء تصميم العبوة باقتراحات ورغبات المستهلكين من حيث الحجم واللون والشكل والمعلومات التي يحملها الغلاف كالبيانات والعلامة؟

• ما مدى قدرة هذا الغلاف في التأثير على استمالات المستهلك نحو منتج الشركة وتكرار الشراء عليه؟

فرضية الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة يمكن صياغة الفرضية الرئيسية للبحث على النحو التالي: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين شكل الغلاف ورضا المستهلك.

ومن الفرضية الرئيسية يمكن صياغة جملة من الفرضيات الفرعية هي كالاتي:

• هناك دلالة إحصائية بين إدراك المستهلك لمنتجات الشركة والمنتجات المنافسة من خلال الغلاف.

• هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تصميم العبوة ورغبة المستهلك في الشراء.

• هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أثر الغلاف واستمالات المستهلك في الشراء وتكرار الشراء.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في محاولة الوصول إلى تصميم غلاف يزيد من نسبة مبيعات الشركة من خلال التأثير على السلوك الشرائي، وانطلاقاً من متغير خصائص المستهلك النهائي يجب الدراسة عن كيفية تصميم الغلاف الملائم والفعال، الذي يشبع الحاجات والرغبات الكاملة للمستهلكين النهائيين.

إضافة إلى مجموعة من الأهداف الثانوية وهي على النحو التالي:

• إبراز أهمية التغليف من جانبها التقني والفني.

• الاهتمام بترويج المبيعات عن طريق التصميم المناسب للغلاف.

- إرضاء المستهلك بشكل يتناسب مع أهداف الشركة ومتطلبات المستهلك من جهة.
- تفعيل الغلاف كآلة من آليات تكيف الشركة مع سوقها التي تستهدف إرضاء رغبات المستهلك.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

- معرفة وفهم السلوك الاستهلاكي والشرائي لدى المستهلك النهائي اتجاه تغليف السلع؛ من أجل تصميم برنامج تسويقي مناسب وناجح، وذلك من خلال تصميم غلاف جذاب ومؤثر في السلوك الشرائي للمستهلك.
- محاولة تكييف مواصفات تصاميم الأغلفة مع خصائص السلوك الاستهلاكي بالنسبة لزبون النهائي من جهة، والإنتاج الاستهلاكي بالنسبة للمنتج السلعي من جهة أخرى.
- تحديد وفهم الاتجاه العام للسلوك الاستهلاكي والشرائي، ومدى تفاعله وتأثره بأساليب وطرق التغليف الحالية والمستقبلية.
- معرفة مدى استجابة المستهلك لتأثير غلاف المنتج.
- مدى احترام الغلاف للمواصفات والتشريعات الخارجية به.
- المحافظة على صورة الشركة وعلى علامتها التجارية من خلال السعي نحو مواجهة المنافسة، ورفع نسبة المبيعات.
- ومن الأهمية الخاصة بالباحث كدراسة تحقق له التفوق الوظيفي في مجال عمله لفهم طبيعة تأثير شكل الغلاف على رضا المستهلك.
- والأهمية العملية يستفيد منها الأكاديميين والباحثين في مجال التسويق ومعرفة تأثير شكل الغلاف على رضا المستهلك.

منهجية الدراسة

منهج الدراسة

تم الاعتماد في هذا الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وهو منهج وسط يهدف إلى شرح أبعاد تصميم الغلاف وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك، وذلك عن طريق وصف وتشخيص ظاهرة الدراسة.

مجتمع الدراسة والعينة المختارة

تم طرح التساؤلات على عينة من المجتمع الليبي، والتي تمثل في عينة عشوائية بسيطة طبقية من زبائن شركة النسيم للصناعات الغذائية من مجموع جمهور المستهلكين في مدينة مصراتة وكان حجم العينة المختارة من مجتمع الدراسة (107) "مائة وسبعة مستهلك" زبون. تم توزيع الاستبيان على عدد من المستهلك المستهلكين لمنتجات شركة النسيم داخل مدينة مصراتة، واستعمل الاستبيان اليدوي، حيث سلّم للمستهلك بشكل مباشر، وتم تعبئته مباشرة أيضاً، ثم استرجع منهم بعد عملية التعبئة.

مصطلحات الدراسة

1. سلوك الزبون (المستهلك): يُعرف سلوك المستهلك بأنه السلوك الفردي والجماعي الذي يرتبط بتخطيط واتخاذ قرارات شراء السلع والخدمات واستهلاكها.
أي التصرف الذي يبرزه شخص ما نتيجة دافع داخلي أو خارجي، حيث تحركه منبهات داخلية أو خارجية حول أشياء ومواقف تشبع حاجاته وتحقق أهدافه.
2. المستهلك: (الزبون): هو الشخص الذي يشتري أو لديه القدرة على شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع؛ بهدف إشباع الحاجات والرغبات الشخصية أو العائلية.
3. التصميم: مجموعة من التقنيات الفنية والهندسية التي تضمن على المنتج شكل جمالي (لون، شكل، حجم، إلخ) يزيد من قيمته، ويكون أداة اتصال يسمح بجذب المستهلك والتأثير على سلوكه الشرائي، حيث يحوله من منتج حيادي إلى منتج معبر.
4. التغليف: هو فن وعلم وتقنية إغلاق وحماية المنتج بغرض التوزيع أو التخزين أو البيع أو الاستخدام.
5. الحاجة في علم التسويق: هي شعور مادي أو معنوي (قد يكون ضروري للبقاء أو غريزي) يحفز الإنسان على العمل وبذل النشاط؛ من أجل الحصول على السلع والخدمات التي يمكن أن تشبع هذا الشعور إشباع كلياً أو جزئياً.
6. الرغبة: تكون أقل ضرورة من الحاجة ولا يعتمد بقاء الإنسان عليها، ولكن قد تتغير الرغبة لتصبح حاجة حسب تقيد المعطيات.
7. الرضا: هو شعور الفرد (المستهلك) بأنه تحصل على منافع أ وقيم أو استخدامات من السلعة أو الخدمة مساوية أو أكبر مما كان يتوقع مقابل ما أنفقه من ثمن.

مفهوم التغليف

ينفق سنويا على نشاط التعبئة ما يقارب من (50 مليار دولار) في العالم وهو تقريبا ذات المبلغ المنفق على الإعلان.

تغليف المنتج: هو علم وفن وتقنية حماية المنتجات؛ لأجل الاحتواء، والنقل، والتخزين، وعرض المعلومات الخاصة به.

إن التغليف هو وسيلة الاتصال الأولى والأكثر حميمية التي تربط المستهلك بالمنتج في اللحظات الحاسمة من قرارات الشراء، حيث يدفع التغليف المستهلك إلى اتخاذ قرار الشراء أو رفضه في الثواني الأخيرة، فتغليف المنتج لا يؤدي دور الحماية له فحسب وإنما له دور تواصل من خلال ملاحظة المستهلك له.

ويمكن تمييز ثلاث مستويات للتغليف:

• التغليف الأولي: وهو الذي يحتوي على المنتج والذي نجده في اتصال مباشر به (عبوة مباشرة).

• التغليف الثانوي: وهو حاوية إضافية للمنتج أو هو الذي يجمع عدة وحدات من المنتج؛ لجعلها في وحدة مباعه.

• تغليف الشحن: وهو التغليف الضروري لتخزين ومناولة ونقل المنتج.

وهكذا نجد أن التغليف هو أحد الأبعاد الأساسية المكونة لمفهوم المنتج؛ لأنه يفرز صورته الذهنية لدى المستهلك ويعطيه التصور الكامل للمحتويات، وبالتالي يلعب دوراً مهماً من حيث التأثير على السلوك الشرائي للمستهلك ودفعه للقيام بعملية الشراء. (قاسم، 2013)

أهمية التغليف

يسهلّ الغلاف الجيد والمميز في التعرف على المنتج من بين المنتجات المنافسة في الأسواق، وبالتالي يسهم في خلق طلب خاص على المنتج، وذلك بالاتصال مع الجمهور.

وقد أشار (kotler2010) إلى أهمية التغليف مبينا أن الشركات اليوم تسعى إلى الاعتماد على التغليف الجيد وتطويره.

وتكمن أهمية الغلاف في خلق وتعزيز ثقة وتقدير المستهلكين اتجاه الشركة وعلامتها التجارية، ويأتي غلاف المنتج في المستوى الثاني من حيث الأهمية وجذب المستهلكين بعد المنتج نفسه من حيث.

أصبحت عملية التغليف والتصميم كامله ومهمة في تسويق منتجات المستهلكين المتعددة الاشكال، حيث لها دور رئيسي في إيصال فوائد المنتج إلى المستهلك، كما أن تغليف المنتج مرتبط أيضاً بالمستحضرات الأخرى للمزيج التسويقي. (قاسم، 2013) بالإضافة إلى ذلك:

- يسهم الغلاف الجيد في التعبير عن جودة المنتج.
 - يعطي الغلاف الجذاب والمبتكر الشركة فرصة الحصول على أماكن جيدة وملحوظة من قبل المستهلك على رفوف المتاجر التي يباع فيها المنتج.
 - يزيد الغلاف الجيد من قيمة المنتج عن طريق إمداد المستهلك بالمعلومات المتعلقة به والمتمثلة في (شرح الفوائد التي يحتويها، تاريخ الصلاحية والانتهاه فيه، طريقة الاستخدام السليم له وسعره).
 - يقوم التغليف بالتأثير على سلوك المستهلك الشرائي ودفعه للشراء من خلال تغليف أكبر من منتج في حزمة واحدة أو عدد من الوحدات من المنتج نفسه؛ مما يدفع المستهلك إلى الشراء بغرض التوفير.
- حيث أن التغليف المتعدد لأنواع معينة من المنتجات يزيد من الطلب عليها من قبل المستهلكين، كما أنه يجعل المنتج سهل الحمل والتخزين ويخفض من سعره أحياناً. وبالتالي فإن للتغليف أهمية بالغة تبدأ من منتج السلعة مروراً بالموزع أو الوكيل وانتهاء بالمستهلك النهائي (قاسم، 2013).

وظائف التغليف في الأسواق

حماية المنتجات

تزداد أهمية حماية المنتج عند ممارسة التسويق؛ لأن المنتج ينقل إلى مسافات بعيدة وبشكل متكرر وتكون قناة التوزيع طويلة، كما أنه يتعرض لظروف مناخية متنوعة، والتغليف يحمي المنتج مما يتعرض له أثناء النقل والتحميل والتفريغ، حيث تراعى طول المسافة التي يقطعها المنتج؛ كي يصل إلى حيث الطلب عليه دون تأثير مكوناتها الأساسية بهذه التحضيرات ومن محاولات العبث والسرقة.

وقد تختلف نوع الحماية التي يحتاجها المنتج من سوق لآخر، مثلاً يختلف نوع التغليف الذي نحتاجه في دولة ذات مناخ حار ورطب عنه في منطقة باردة أو أكثر جفافاً؛ لذلك لا بد من جمع

بيانات كافية حول كيفية تخزين المنتج والجو المحيط به حتى يمكن بالتالي تحديد التغليف المناسب. (قاسم، 2013)

ترويج المنتجات

يستخدم التغليف كأداة لترويج المنتجات وصورة المنظمة في الأسواق، ومع زيادة حدة المنافسة أصبح التغليف أكثر من مجرد غلاف للسلعة، فقد أصبح أداة لجذب الانتباه ووصف المنتج وتمييزه والحث على الشراء.

تستخدم الأغلفة صور وألوان وأشكال ومواد مختلفة ومتنوعة؛ بغرض محاولة التأثير على المستهلكين وسلوكهم الشرائي اتجاه المنتجات التي تطرحها الشركات في الأسواق.

إن استخدام الألوان يجذب انظار واهتمام المستهلك بالمنتج، ويعطي له قيمة عند عرضه في المتاجر المختلفة. (قاسم، 2013)

الملائمة

تتمثل الملائمة في سهولة التعامل مع المنتج وإظهار التصميم المناسب؛ لحماية المنتج والأسعار الفعالة فيخدم الغلاف الجيد من جهة الموزع من حيث إمكانية عرض المنتج بسهولة داخل المتجر حتى يسهل للمشتري رؤيته وحمله وفحصه، مع الحرص على وضع السعر على المنتج بكفاءة، وتغليفه بطرق معينة تؤدي إلى تقليل الخسائر متأخرة التجزئة الناتجة عن الكسر أو التلف.

أما بالنسبة للمستهلك فيجب أن يكون الغلاف سهل الحمل والنقل ومناسبا ومتينا وعليه جميع المعلومات التي يحتاجها، حيث يسعى المستهلكون الحصول على فوائد عديدة من الغلاف منها (طريقة حفظ المنتج، سهولة الاستخدام والحمل والفتح وإعادة الإغلاق، إعادة استخدام العبوة لأغراض أخرى) (قاسم، 2013).

تسهيل عمليات إعادة تصنيع الغلاف وتشكيل الآثار البيئية السلبية لاستخدامه

إن أحد أهم أشكال التغليف اليوم هو انسجامه مع البيئة حيث برزت في السنوات الأخيرة قضية حماية المستهلك والبيئة؛ لذلك اهتمت الكثير من الشركات بدراسة المشاكل البيئية التي قد تنجم عند استخدام الغلاف وكيفية التخلص منها، وما يمكن أن تسببه الأغلفة الفارغة من احتمالات التلوث البيئي، الأمر الذي جعل العديد من الشركات التفكير في وضع آليات تمكن من إعادة تصنيع الأغلفة مره أخرى.

فأصبح التغليف من الوظائف المهمة في برنامج حماية المستهلك، والذي يتضمن تطوير عبوات ذات أغشية مقاومة لعمليات الفتح غير المشروع بقصد العبث بمحتويات العبوة. (سرحان، 2107)

استراتيجية التعبئة والتغليف

إن التعبئة والتغليف تُعد عملية ذات أهمية كبيرة لجميع الأطراف سواء بالنسبة للمنتج البائع والمستهلك، وتكمن من خلال الوظائف المتعددة والمتداخلة للعبوة والغلاف، وعليه لا بد من اختيار الغلاف بشكل دقيق ويتلاءم مع متطلبات كل الأطراف السابقة. (سرحان، 2107)

تندرج هذه العملية ضمن ما يعرف بإستراتيجية التعبئة والتغليف منها:

1. تصميم الغلاف والعبوة.
2. العوامل الواجب مراعاتها عند تصميم عبوة وغلاف المنتج:
 - طبيعة المنتج.
 - الهدف من التغليف.
 - تكلفة الغلاف.
 - العوامل البيئية والموارد المتاحة.
 - التشريعات الحكومية.
 - حجم وشكل العبوة.
 - الرسوم والصور والألوان.
 - الجوانب الثقافية.
 - اختيارات التغليف.
3. سياسات التعبئة والتغليف في الأسواق الداخلية:
 - تعدد العبوات أو تماثلها لجميع المنتجات.
 - عبوة واحدة لعدد من الوحدات.
 - استعمال الغلاف بعد استعمال المنتج.
 - غلاف لكل منتج.
 - تغيير الغلاف.
4. سياسة المنتج في الأسواق الدولية.

اتجاهات صناعة مواد التعبئة والتغليف

تغيرت صناعة مواد التعبئة والتغليف بالتداخل والتسيب؛ ويرجع هذا إلى طبيعة المنتج المراد تغليفه، فطبيعة المنتج لها تأثير كبير على اختيار نوع المادة التي يصنع منها الغلاف، ويراعى في ذلك الوظائف التسويقية والتقنية التي تسعى الشركة إلى تحقيقها. فكل مادة امتيازات ومساوئ، ومن هنا يجب مراعاة المحيط البيئي الذي أصبح من أهم الاعتبارات المتخذة من طرف الشركة في تحديد طبيعة ونوع المادة المستعملة في التغليف، واتباعا للتشريعات والقوانين الحكومية والمعايير الدولية. (سرحان، 2017)

العوامل المؤثرة في اختيار خامات التعبئة والتغليف

هناك عدد من العوامل تؤثر في اختيار خامات التغليف، ومن هذه العوامل ما يلي:

- الموارد.
- تصميم الغلاف.
- المظاهر البيئية.
- المستحضرات الاجتماعية.
- التطورات التكنولوجية.

التوجهات الحديثة للتعبئة والتغليف

تعتمد التوجهات الحديثة للتعبئة والتغليف على التقليل من النفقات، والتقليل من الفقد والتلف، وسهولة المناولة، وتغير العادات الشرائية لدى المستهلكين، والاستجابة للتطورات دراسة المضامين التقنية الاقتصادية ذات العلامة القيمة المضافة لتغليف في الدول النامية. الاجتماعية والاقتصادية للزبائن، فتهدف البرامج الدولية للتعبئة والتغليف إلى تطوير عالم التغليف على المستوى العالمي من خلال اعتمادها على عدة مشاريع منها ما يلي:

- إيجاد طرق ووسائل امتلاك الفاقد الغذائي من خلال تحسين التغليف.
- إيجاد توجهات عامة علمية اقتصادية؛ لاعتماد سياسات وطنية في التغليف وعلاقته بالحفاظ على البيئة.
- إصدار مجموعة من الدراسات والأبحاث التوجيهية التقريبية لتقنيات وأساليب تعبئة وتغليف المواد.

• تأهيل القوى العاملة من خلال إعداد دورات تدريبية تأهيلية للعديد من الأمور ذات العلاقة، ومن ضمنها التعريف بالمبادئ الاستراتيجية لتقنيات تغليف المواد الغذائية وأساليبها.

(سرحان، 2017)

مفهوم رضا المستهلك (الزبون)

هناك العديد من التعاريف التي تناولت مفهوم رضا المستهلك ونذكر منها:

• تعريف Dubois-Kotler 2010 على انه شعور العميل الناتج عن المقارنة بين خصائص المنتج مع توقعاته

• تعريف كل من Coll-Zeithmal على أنه الحكم على جودة المنتج الناتج عن المقارنة بين توقعات العمل للخدم والأداء.

• تعريف الباحث من خلال التعريفات السابقة نستنتج

• رضا المستهلك هو إدخال السعادة النفسية من خلال توفير احتياجاته حسب الرغبة والشعور بمرحلة الإشباع.

مفهوم المستهلك (الامام، 2013)

• يعد مفهوم المستهلك من أهم المرتكزات التي تستند عليها إدارة العلاقة مع المستهلك وهو على أن المستهلك يعد المحور الأساسي للأنشطة التي تتعلق ببقاء المؤسسة فهناك عدة تعاريف نذكر منها.

• هو المستخدم النهائي لخدمات المؤسسة وتأثرت قراراته بعوامل داخلية مثل (الشخصية والمعتقدات والأساليب والدوافع والذاكرة) وبموامل خارجية مثل (الموارد وتأثيرات العائلة وجماعة التفضيل والأصدقاء).

• وهو ذلك الشخص الداخلي والخارجي والذي يقتنى منتج المؤسسة من السوق الصناعي أو الاستهلاكي لتحقيق حاجاته ورغباته أو رغبات عائلته عن طريق الشراء أو المبالاة.

أنواع المستهلك (الامام، 2013)

إن الأسلوب الذي يتعامل به موظفو المؤسسة مع المستهلك يعد الأساس الذي تستند عليه المؤسسة الناجحة حيث يتطلب فهم وإدراك أنواع المستهلك وفهم السلوك الإنساني ومن أنواع المستهلك الأكثر شيوعا نجد الآتي:

• المستهلك السلبي.

- المستهلك المغرور.
- المستهلك المتردد.
- المستهلك الغضبان.
- المستهلك المفكر.
- المستهلك العنيد.
- المستهلك المتشكك.

مفهوم سلوك المستهلك الشرائي

سلوك المستهلك يعرف بأنه مجموعة من الأفعال والتصرفات التي يقوم بها المستهلك النهائي لشراء السلع والخدمات بغرض الاستهلاك الشخصي ويشكل مجموعة المستهلك النهائيين ما نطلق عليه (سوق المستهلك) والذي يتكون من جميع الأفراد الذين يقومون بشراء أو طلب السلع والخدمات بغرض استهلاكها بصورة شخصية.

العوامل المؤثرة في المستهلك الشرائي للمستهلك

- العوامل الثقافية.
- العوامل الاجتماعية.
- العوامل الشخصية.

مراحل اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك

- الشعور بالحاجة.
- الدراسة عن المعلومات.
- تقييم المعلومة.
- اتخاذ قرار الشراء.
- تقييم ما بعد الشراء.

معايير إدراك الرضا (محي الدين، 2017)

يوجد ثلاث معايير أساسية لأدراك الرضا:

- الرضا الشخصي.

- الرضا المرتبط لا يركز فقط على المعايير الشخصية وإنما يتغير كذلك حسب الحاجات ففي بعض الأحيان نجد زبونين يستعملان نفس السلعة وفي نفس الشروط ولكن ردود الأفعال تكون مختلفة تماما.
- الرضا التطوري يتطور عبر الزمن من خلال مستويين مختلفين الأول يتمثل في الاحتياجات والثاني دورة استعمال المنتج
- **مراحل الاهتمام بالمستهلك (محي الدين، 2017)**
- إقناع المستهلك بالخدمة المتاحة أو السلعة المتوفرة.
- دراسة احتياجات المستهلك لتلبية هذه الاحتياجات.
- تصميم السلعة أو الخدمة حسب المواصفات التي يريدها المستهلك.
- تنوع السلع أو الخدمات لتلبي أذواق واحتياجات المستهلك.
- إسعاد المستهلك.

نبذة مختصرة عن شركة النسيم للصناعات الغذائية

شركة النسيم للصناعات الغذائية اسم اقترن بالنجاح والتفوق والريادة في أحد أهم المجالات الصناعات الغذائية الآن وهي صناعة الألبان ومنتجاتها ولعل أهم ما يميزه هو أصالة جوهره وجودة مضمونه فالتطور الكبير الذي تشهده صناعة الألبان والمثلجات في ليبيا هو برهان حي على نجاح شركة النسيم في تحقيق رؤيتها طوال السنوات الماضية في كافة الجوانب العمليات التشغيلية والإنتاجية والتسويقية والذي كان كفيلا بجعل اسم النسيم للصناعات الغذائية قرينا للأسرة الليبية في كل وقت وحين.

وذلك نتاج جهد سواعد شابة لأكثر من 1500 موظف يعملون بالشركة مدعومين بأحدث وسائل التقنية الصناعية العالمية وبخبرات دولية متنوعة وتتميز منتجات شركة النسيم للصناعات الغذائية بكونها متنوعة لتناسب مختلف الأذواق ومناسبة لكل الأعمار.

إن جودة منتجات النسيم دليل على نجاح إستراتيجيتها الطموحة وما تحصلها على علامة الجودة الليبية وشهادتي الايزو 9001-22000 إلا تعزيز الثقة التي اكتسبتها هذه المنتجات التي دخلت الآن مرحلة التسويق الإقليمي بجودة تنافسية حقيقية تحت لواء موعد مع الجودة.

وتشتمل شركة النسيم على خطوط إنتاجية لتصنيع الزبادي بجميع أنواعه شدا و2نايس بمربي الفاكهة يوتى فروتى وكذلك خطوط إنتاج اللبن الحامض وشراب الزبادي ومصنع

العصير ومصنع المياه ومصنع الجبن ومصنع الحليب ومصنع المتلجات والبسكويت وهذا كله من أجل أن ترتقي هذه المنتجات إلى أذواق المستهلك والمستهلكين في أحسن صورة وبأفضل طعم وبالسعر المناسب.

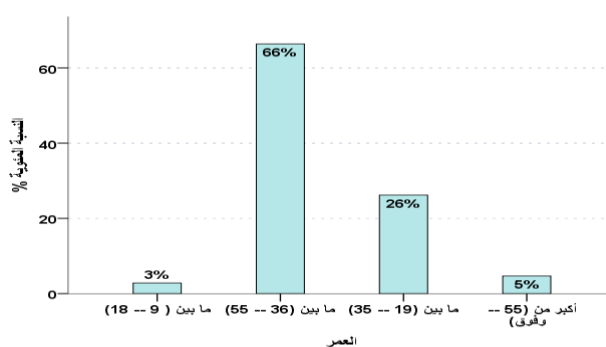
عرض خصائص العينة المختارة

جدول رقم (1): توزيع العينة حسب العمر

العمر		
النسبة %	التكرار	
2.8	3	ما بين (9 -- 18)
26.2	28	ما بين (19 -- 35)
66.4	71	ما بين (36 -- 55)
4.7	5	أكبر من (55)
100	107	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (1) أن 66.4% من أفراد عينة الدراسة كانت أعمارهم ما بين 36 و55 سنة، بينما 2.8% من أفراد عينة الدراسة كانت أعمارهم من 9 إلى 18 سنة. والشكل التالي يوضح ذلك.

مدرج رقم (1): توزيع العينة حسب العمر

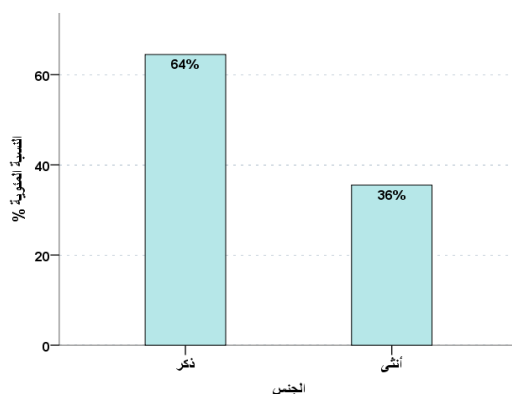


جدول رقم (2): توزيع العينة حسب الجنس

النسبة %	التكرار	جنس العينة
64.5	69	ذكر
35.5	38	أنثى
100	107	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (2) أن 64.5% من أفراد عينة الدراسة كانوا ذكورا، بينما 35.5% كانوا إناثا، ويوضح الشكل التالي أفراد عينة الدراسة مقسمين حسب الجنس.

مدرج رقم (2): توزيع العينة حسب الجنس

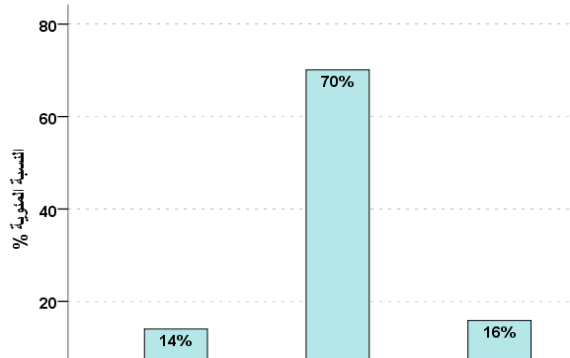


جدول رقم (3): توزيع العينة حسب التعليم

المستوى التعليمي		
النسبة %	التكرار	
14	15	ثانوي أو أقل
70.1	75	جامعي
15.9	17	دراسات عليا
100	107	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (3) أن 70.1% من أفراد عينة الدراسة كان مستواهم العلمي جامعي، بينما كان 14% مستواهم العلمي ثانوي أو أقل، والشكل التالي يبين أفراد عينة الدراسة مقسمين حسب المستوى التعليمي.

مدرج رقم (3): توزيع العينة حسب التعليم

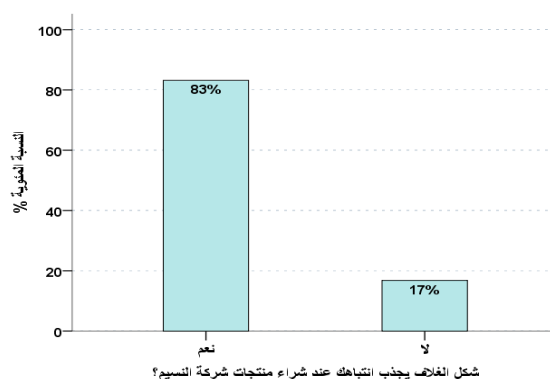


التحليل الإحصائي للبيانات المجمعة بواسطة chi squared test

جدول رقم (4)

شكل الغلاف يجذب انتباهك عند شراء منتجات شركة النسيم؟		
النسبة %	التكرار	الاجابة
83.2	89	نعم
16.8	18	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 47.11		مستوى المعنوية = 0.000

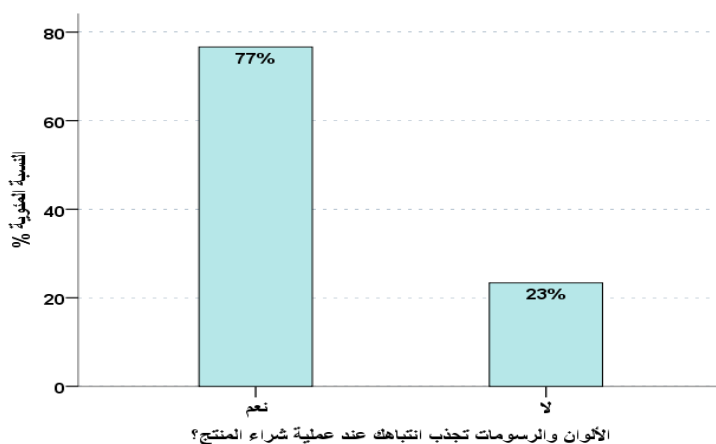
يتبين من خلال الجدول رقم (4) أن 83.2% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ "نعم" على السؤال "شكل الغلاف يجذب انتباهك عند شراء منتجات شركة النسيم؟"، بينما 16.8% كانوا قد أجابوا بـ "لا"، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعنى قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين شكل الغلاف وشراء منتجات شركة النسيم، ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (5)

الألوان والرسومات تجذب انتباهك عند عملية شراء المنتج؟		
النسبة %	التكرار	الاجابة
76.6	82	نعم
23.4	25	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 30.36		مستوى المعنوية = 0.000

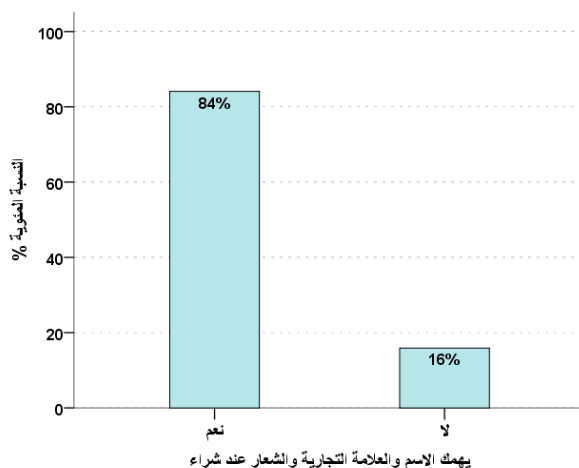
يتبين من خلال الجدول رقم (5) أن 76.6% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ " نعم " على السؤال "الألوان والرسومات تجذب انتباهك عند عملية شراء المنتج؟"، بينما 23.4% كانوا قد أجابوا بـ " لا "، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعنى قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين الالوان والرسومات وشراء منتجات شركة النسيم، ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (6)

يهمك الاسم والعلامة التجارية والشعار عند شراء؟		
النسبة %	التكرار	
84.1	90	نعم
15.9	17	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 49.80		مستوى المعنوية = 0.000

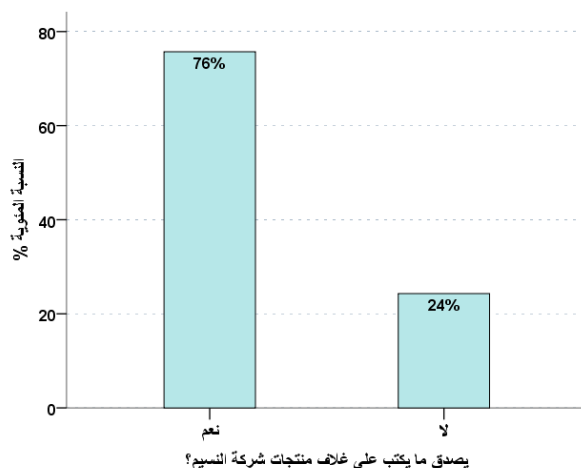
يتبين من خلال الجدول رقم (6) أن 84.1% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ " نعم " على السؤال " يهتمك الاسم والعلامة التجارية والشعار عند شراء؟"، بينما 15.9% كانوا قد أجابوا بـ " لا "، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعنى قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين الاسم والعلامة التجارية وشراء منتجات شركة النسيم، ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (7)

يصدق ما يكتب على غلاف منتجات شركة النسيم؟		
النسبة %	التكرار	
75.7	81	نعم
24.3	26	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 28.27		مستوى المعنوية = 0.000

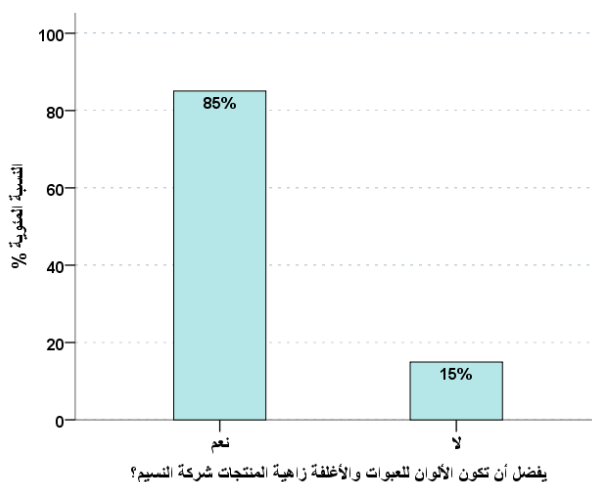
يتبين من خلال الجدول رقم (7) أن 75.7% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ "نعم" على السؤال "يصدق ما يكتب على غلاف منتجات شركة النسيم؟"، بينما 24.3% كانوا قد أجابوا بـ "لا"، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعني قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين معلومات الغلاف وشراء منتجات شركات النسيم، ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (8)

يفضل أن تكون ألوان عبوات وأغلفة منتجات شركة النسيم زاهية؟		
النسبة %	التكرار	
85	91	نعم
15	16	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 52.57		مستوى المعنوية = 0.000

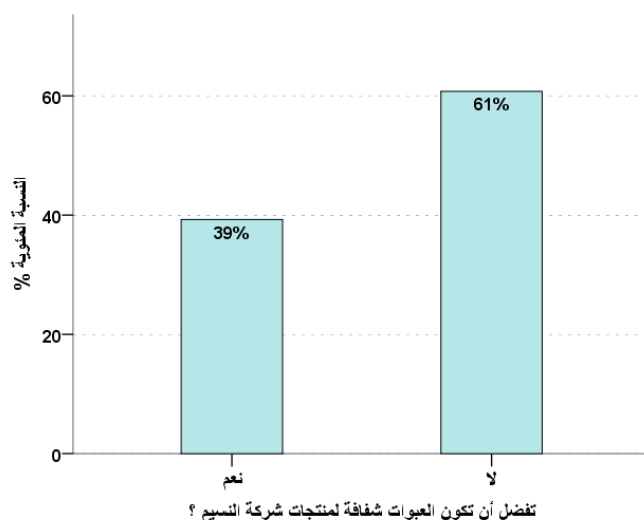
يتبين من خلال الجدول رقم (8) أن 85% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ " نعم " على السؤال " يفضل أن تكون ألوان عبوات وأغلفة منتجات شركة النسيم زاهية؟"، بينما 15% كانوا قد أجابوا بـ " لا"، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعنى قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين الالوان الزاهية للعبوة وشراء منتجات شركة النسيم ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (9)

تفضل أن تكون عبوات منتجات شركة النسيم شفافة؟		
النسبة %	التكرار	
39.3	42	نعم
60.7	65	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 4.94		مستوى المعنوية = 0.033

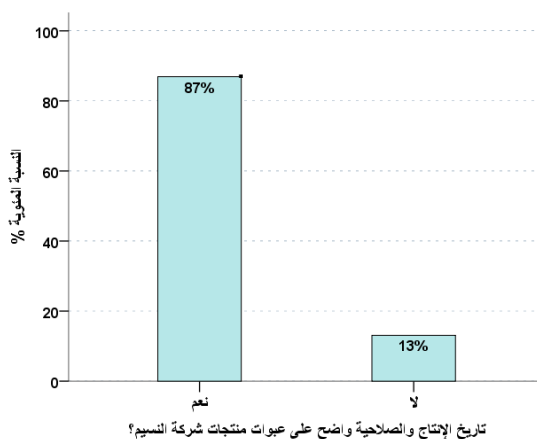
يتبين من خلال الجدول رقم (9) أن 39.3% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ " نعم " على السؤال "تفضل أن تكون عبوات منتجات شركة النسيم شفافة؟"، بينما 60.7% كانوا قد أجابوا بـ " لا "، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.033 أقل من 5% وهذا يعنى قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين شفافية العبوة وشراء المنتجات، يعني أيضاً أنه يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة غير موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (10)

تاريخ الإنتاج والصلاحية واضح على عبوات منتجات شركة النسيم؟		
النسبة %	التكرار	
86.9	93	نعم
13.1	14	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 58.32		مستوى المعنوية = 0.000

يتبين من خلال الجدول رقم (10) أن 86.9% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ " نعم " على السؤال " تاريخ الإنتاج والصلاحية واضح على عبوات منتجات شركة النسيم؟"، بينما 13.1% كانوا قد أجابوا بـ " لا "، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعنى قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين وضوح تاريخ الإنتاج والصلاحية وشراء منتجات، ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (11)

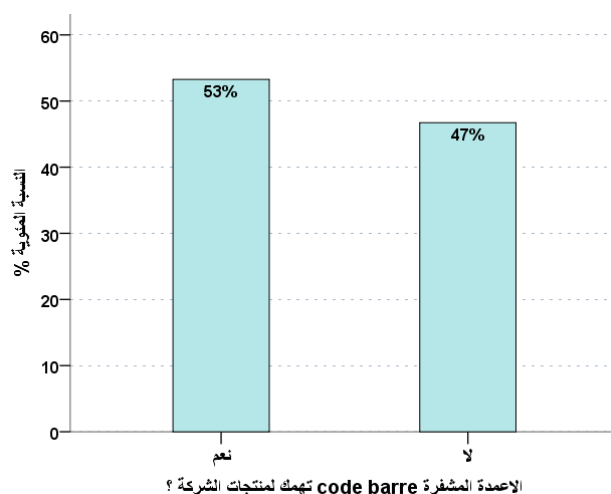
يفضل أن تكون أشكال عبوات وأغلفة منتجات شركة النسيم مبتكرة؟		
النسبة %	التكرار	
89.7	96	نعم
10.3	11	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 67.52		مستوى المعنوية = 0.000

يتبين من خلال الجدول رقم (11) أن 89.7% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ " نعم " على السؤال "يفضل أن تكون أشكال عبوات وأغلفة منتجات شركة النسيم مبتكرة؟"، بينما 10.3% كانوا قد أجابوا بـ " لا "، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعني قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين الابتكار في شكل العبوة وشراء منتجات شركة النسيم، ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:

جدول رقم (12)

الأعمدة المشفرة code bar تهتمك لمنتجات الشركة؟		
النسبة %	التكرار	
53.3	57	نعم
46.7	50	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 0.458		مستوى المعنوية = 0.562

يتبين من خلال الجدول رقم (12) أن 53.3% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ "نعم" على السؤال "الأعمدة المشفرة code barre تهتمك لمنتجات الشركة؟"، بينما 46.7% كانوا قد أجابوا بـ "لا"، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.562 أكبر من 5%، وهذا يعنى رفض الفرضية، ولا توجد علاقة احصائية بين الأعمدة المشفرة وشراء منتجات شركة النسيم، ويعنى أيضاً أنه لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن الموافقين والرافضين في مجتمع الدراسة على السؤال السابق متساويين، ويوضح ذلك الشكل التالي:

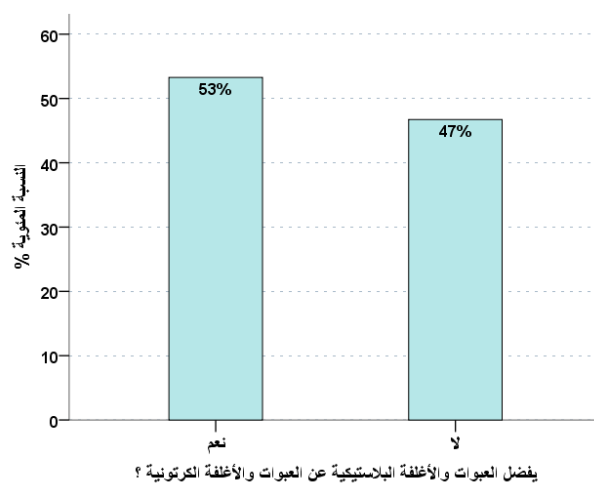


جدول رقم (13)

يفضل العبوات والأغلفة البلاستيكية عن العبوات والأغلفة الكرتونية؟		
النسبة %	التكرار	
53.3	57	نعم
46.7	50	لا
100	107	المجموع
مستوى المعنوية = 0.562		الاختبار = 0.458

يتبين من خلال الجدول رقم (13) أن 53.3% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ "نعم" على السؤال "يفضل العبوات والأغلفة البلاستيكية عن العبوات والأغلفة الكرتونية؟"، بينما 46.7% كانوا قد أجابوا بـ "لا"، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.562 أكبر من 5%، فهذا يعنى رفض الفرضية ولا توجد علاقة بين العبوات والأغلفة البلاستيكية عن العبوات والأغلفة الكرتونية ويعنى أيضاً أنه لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات،

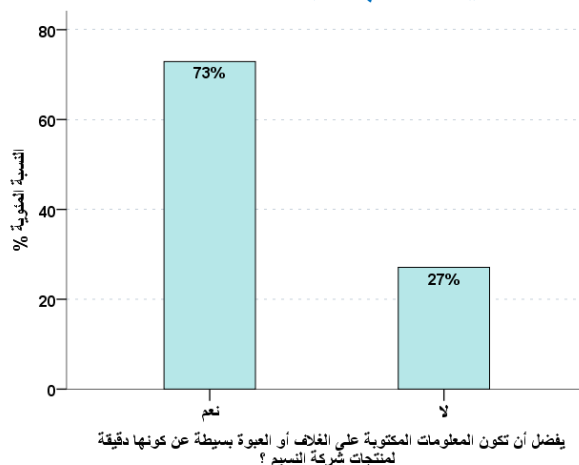
وبالتالي نستنتج أن الموافقين والرافضين في مجتمع الدراسة على السؤال السابق متساويين، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (14)

يفضل أن تكون المعلومات المكتوبة على أغلفة أو عبوات منتجات شركة النسيم بسيطة عن كونها دقيقة؟		
النسبة %	التكرار	
72.9	78	نعم
27.1	29	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 22.43		مستوى المعنوية = 0.000

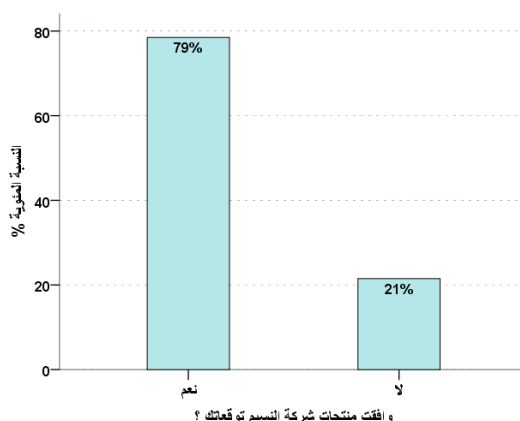
يتبين من خلال الجدول رقم (15) أن 72.9% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ "نعم" على السؤال "يفضل أن تكون المعلومات المكتوبة على أغلفة أو عبوات منتجات شركة النسيم بسيطة عن كونها دقيقة؟"، بينما 27.1% كانوا قد أجابوا بـ "لا"، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعني قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين بساطة المعلومات على الغلاف وشراء منتجات النسيم، ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



جدول رقم (15)

وافقت منتجات شركة النسيم توقعاتك؟		
النسبة %	التكرار	
78.5	84	نعم
21.5	23	لا
100	107	المجموع
الاختبار = 34.77		مستوى المعنوية = 0.000

يتبين من خلال الجدول رقم (15) أن 78.5% من أفراد عينة الدراسة كانوا قد أجابوا بـ "نعم" على السؤال "وافقت منتجات شركة النسيم توقعاتك؟"، بينما 21.5% كانوا قد أجابوا بـ "لا"، وبما أن مستوى المعنوية المشاهد يساوي 0.000 أقل من 5%، وهذا يعني قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين توافق المنتجات توقعات المستهلك وشراء منتجات النسيم، ويعنى أيضاً وجود اختلاف ذو دلالة إحصائية في الإجابات، وبالتالي نستنتج أن مجتمع الدراسة موافقين على السؤال السابق، ويوضح ذلك الشكل التالي:



نتائج الدراسة

1. شكل الغلاف يجذب انتباه المستهلك عند شراء منتجات شركة النسيم.
2. الألوان والرسومات تجذب انتباه المستهلك عند عملية شراء المنتج.
3. الاسم والعلامة التجارية والشعار مهما عند المستهلك عند الشراء.
4. يصدق المستهلك ما يكتب على غلاف منتجات شركة النسيم.
5. يفضل المستهلك أن تكون ألوان عبوات وأغلفة منتجات شركة النسيم زاهية وشفافة.
6. تاريخ الإنتاج والصلاحية واضح على عبوات منتجات شركة النسيم.
7. يفضل المستهلك أن تكون أشكال عبوات وأغلفة منتجات شركة النسيم مبتكرة مجتمع الدراسة وافق على هذا السؤال.
8. يفضل المستهلك العبوات والأغلفة البلاستيكية عن العبوات والأغلفة الكرتونية وعليه الموافقين والرافضين بمجتمع الدراسة متساويين.
9. يفضل المستهلك أن تكون المعلومات المكتوبة على أغلفة أو عبوات منتجات شركة النسيم بسيطة عن كونها دقيقة.
10. وافقت منتجات شركة النسيم توقعات المستهلكين ونالت رضاهم.

التوصيات

- بناء على ما تقدم ذكره في النتائج، تم التوصل إلى التوصيات والحلول المقترحة التي قد تساعد الشركة في تحسين أدائها، وتتمثل في التالي:
1. تحسين نوعية المنتجات أكثر؛ لمواجهة المنافسة خاصة من الجانب الخارجي له (التعبئة والتغليف).
 2. وضع المنتجات في عبوات مبتكرة والتي تساعد المستهلك في عملية استهلاكه.
 3. استخدام معايير أكثر جودة في إنتاج وتصميم غلاف وعبوة المنتجات.
 4. التنسيق بين لون العبوة والنكهة المستخدمة، وبين كلفة عبوة وغلاف المنتجات ومحتواها.
 5. استعمال الرموز والأشكال والألوان والأحجام الأكثر ملائمة لمتطلبات المستهلكين.
 6. وضع رسوم وصور توضيحية تبين كيفية استهلاك المنتجات.
 7. يجب أن توضع بيانات غلاف المنتجات بجميع الملفات المحلية الغربية والعالمية الإنجليزية.
 8. وضع بيانات كاملة عن المواد الداخلة في تركيب المنتجات والمقادير المستخدمة في كل مادة.

9. تمييز غلاف المؤسسة عن منافسيها، بشكل يجعلها تكسب ميزة تنافسية تمكنها من الحفاظ على حصتها السوقية.
10. استخدام مواد التعبئة والتغليف الطريقة للبيئة؛ وذلك للحد من التلوث البيئي.
11. استغلال التطورات في مجال التعبئة والتغليف؛ لحماية منتجات الشركة وزبائنها.
12. إجراء دراسات ميدانية حول سلوك المستهلك الليبي؛ لعرض المنتجات في عبوات وأغلفة تتماشى مع حاجات ورغبات المستهلكين.

المراجع

1. حسن، محمد صديق، (2014) منظور حديث متمرّد لتصميم عبوات التغليف لتعزيز هوية المنتج ولتحقيق التفاعلية مع المستهلك، كلية الفنون التطبيقية، حلوان، مصر.
2. قاسم، سامر، (2013) أثر الاختلافات الثقافية والاجتماعية على تغليف المنتج الدولي دراسة ميدانية على شركات تكرير وتعبئة المستهلك في الساحل السوري، مجلة جامعة تشرين، سوريا.
3. بهاء الدين، مكي، وكمال بن عينة، (2010-2011)، تأثير التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة، الجزائر.
4. عبد لقادر، مزيان وبن حميدة، محمد، (2013-2014)، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء دراسة حالة الصندوق الوطن للتعاون الفلاحي، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر.
5. رابح، أوكيل وعبد الرحمان، بن عنتر، (2013-2014)، التغليف المتميز للمنتج وتأثير على قرار الشراء دراسة مقارنة بين مؤسسات المشروبات الغازية. كوكا كولا- بيبسي، جامعة أمحمد بوقره بومرداس، الجزائر.
6. سرحان، سامية وقطاف، ليلي، (2016-2017)، أثر المتطلبات البيئية للتعبئة والتغليف على صادرات الجزائر من المنتجات الغذائية، جامعة سطيف، الجزائر.
7. الإمام، دأودي، (2013-2014)، التسويق بالعلاقات ودوره في تنمية رضا المستهلك، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
8. سعدا لله، نور، (2017)، جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا المستهلك، رسالة ماجستير، جامعة شندی، السودان.

قياس درجة وعي وثقافة المستهلك في شراءه للسلع والمنتجات الغذائية

"دراسة استطلاعية لعينة من المستهلكين في بلدية يفرن"

ناجي صالح ورغ

كلية التقنية الطبية – جامعة نالوت

n.aburas@nu.edu.ly

ناجي الهادي أبوراس

كلية التقنية الطبية – جامعة نالوت

aboras_68@omu.edu.ly

الملخص

هدفت الدراسة إلى قياس درجة وعي المستهلك تجاه اختياره للسلع والمنتجات الغذائية المباعة في الأسواق والمحلات التجارية ببلدية يفرن. ركزت الدراسة على مدى تأثير كلاً من المستوى التعليمي، الجنس، القطاع الوظيفي، الفئة العمرية، عدد أفراد الأسرة ومستوى الدخل على العوامل التابعة الأخرى المتعلقة بدرجة وعي وثقافة المستهلك. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. تم استخدام الاستبانة المقيدة من خلال استطلاع رأي عينة عشوائية بلغت (160) مستهلك. تم تحليل الاستجابة باعتماد الوسط الحسابي المرجح والنسب والأوزان المئوية، ومعامل ارتباط سبيرمان عند مستوى معنوية ($P < 0.05$). بينت نتائج الدراسة وجود تباين بين عينة الدراسة في درجة الوعي الاستهلاكي، حيث أوضحت النتائج بأن درجة الوعي العام لعينة الدراسة كان بدرجة متوسطة، إذ بلغ الوسط الحسابي المرجح (2.07). بينت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة وعي المستهلك والمتغيرات الشخصية المتمثلة في كلاً من: (الفئة العمرية، عدد أفراد الأسرة، المؤهل العلمي، القطاع الوظيفي وفئة الدخل الشهري)، في حين أن جنس المبحوث لم يكن له علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية مع درجة وعي المستهلك. أوصت الدراسة بالاهتمام بتوجيه البرامج الإرشادية المناسبة لاستهداف الفئات التي تقل لديها درجات الوعي عن طريق وسائل الإعلام الأكثر تفضيلاً والمتاحة في منطقة الدراسة.

الكلمات الدالة: السلع الغذائية، حماية المستهلك، درجة الوعي، الجودة.

Scaling of consumer awareness and his culture in purchasing commodities and food products

"An exploratory case study on a sample of consumers in the municipality of Yefren"

Naji Aborus & Nagi warregh

Faculty of Medical Technology - Department of Public Health - Nalut University
Nalut – Libya

Corresponding Author: Naji Aborus

Abstract

The study aimed to determine the consumer awareness regarding to his choice of commodities and food products sold in markets and shops in the Municipality of Yefren. The study focused on the effect of the educational level, gender, career sector, age group, family members and salary level on other dependent factors related to the level of consumer awareness and his culture. The study relied on the descriptive analytical method. The restricted questionnaire was used through a random sample of (160) consumers. The response was analyzed using the weighted mean, ratios, percentages, and Spearman correlation coefficient at level of significance ($P < 0.05$). The results of the study showed that there was a variation between the study observation in the degree of consumer awareness, where the results showed that the degree of general awareness of the consumers was a moderated degree, according to the weighted mean which was (2.07). The results of the statistical analysis showed a positive relationship with statistical significance between the degree of consumer awareness and the personal variables represented by: (age group, number of family members, educational qualifications, employment sector and monthly salary category), while the gender of the respondent had no statistically significant correlation with the degree of consumer awareness. The study recommended an interest in guiding programs Suitable how-to guides in categories that have less degrees of awareness through the media and the most preferred available in the study area.

Key words: food commodities, consumer protection, degree of awareness, quality standards.

المقدمة

يعد وعي المستهلك و ثقافته تجاه السلع و المنتجات الغذائية من المواضيع التي توليها الدول المتقدمة اهتماما خاصاً، حيث أن زيادة الدخل و تقدم التقنية أدت إلي زيادة السلع المتاحة للاستهلاك و بمرور الوقت أصبح أمام المستهلك خيارات عديدة نتيجة التزايد المستمر في عرض السلع المتاحة للاستهلاك بأشكال وأنماط مختلفة (الشعبي & الملاح، 2011)، وفي المقابل و بشكل طردي زادت معاناة المستهلك من أساليب الغش والخداع عبر السلع و المنتجات الغذائية المعروضة، وهذا ما جعل الجهات الرسمية و غير الرسمية تولي اهتماما لهذا الموضوع (حسن & صادق، 2014).

إن الرقابة الغذائية لم تعد مجرد الكشف عن فساد مادة غذائية عن طريق الكشف الظاهري أو عن طريق الحواس و لم يعد الكشف عن انتهاء تاريخ صلاحية عبوة غذائية أو انتفاخها و فسادها، فالصناعات الغذائية تطورت مؤخراً في الدول المتقدمة و أصبحت تنفذ نظم رقابية وقائية مثل نظام الهاسب (HACCP) وهو نظام لتحليل المخاطر والتحكم في النقاط الحرجة (Pierson, 2012)، وليبيا كدولة مستوردة تعتمد إلي حد كبير على استيراد ما تحتاجه من سلع ومنتجات غذائية (تقرير وزارة التخطيط، 2018)، لذلك يتوجب الاهتمام بالجانب الرقابي والتوعوي، حيث يتم معالجة بعض المنتجات الغذائية إشعاعياً وقد تضاف لها ملونات ضارة بالصحة و مضافات غذائية عديدة قد تكون محظورة وخاصة المنتجات الغذائية المرتبطة بالأطفال (عبد العالي، 2005 ; الشامي، 2014). الغذاء بالنسبة للمستهلك لا يكفي أن يكون متوازناً بل يجب أن يكون نظيفاً خال من أية ملوثات سواء كانت أحياء دقيقة ممرضة، سموم طبيعية وكيميائية، وملونات تصل إلي الغذاء بقصد أو بغير قصد لذلك فإن وعي المستهلك بسلامة وجودة الغذاء له درجة كبيرة من الأهمية في الحفاظ على سلامة وصحة المستهلك (عبد العالي، 2005 ; الشامي، 2014). إن القوانين المتعلقة بجرائم غش وتدليس الغذاء غالباً ما تكون قاصرة وغير رادعة، لذلك يستطیع الكثيرون من ضعاف النفوس تحقيق مطامعهم في الربح السريع عبر استخدام أساليب الغش والخداع. أن تحديث القوانين والضغط التي تمارسها المؤسسات غير الحكومية مثل جمعيات حماية المستهلك تكون أكثر فاعلية في الرقابة ورفع مستوى الوعي الصحي والاسهلاكي لدى المستهلك (حسن & صادق، 2014). إن وعي المستهلك باللوائح المتعلقة بسلامة الغذاء والحماية الجنائية للمستهلك له درجة كبيرة من الأهمية

في الحد من مخاطر التلوث الغذائي وما يترتب عليه من أضرار مادية وصحية جسيمة (علاق، 2015). لذلك ركزت هذه الدراسة على قياس درجة وعي المستهلك، والعوامل التي تؤثر بشكل مباشر في ثقافته الغذائية ودرجة وعيه، الأمر الذي يمكن متخذي القرار من وضع سياسات من شأنها أن تنمي وترفع من الثقافة الغذائية للمواطن.

مشكلة الدراسة

تكتظ الأسواق والمحلات التجارية في ليبيا بالعديد من السلع والمنتجات الغذائية المحلية منها والمستوردة في ظل عدم تأطير وهيكله الاقتصاد الليبي وفتح باب الاستيراد على مصرعه حسب ما ورد في تقرير وزارة التخطيط لسنة 2018. تحتوي الكثير من المنتجات الغذائية على مضافات محظورة، ناهيك عن عدم استيفاء بطاقة البيانات على أغلفة العبوات بالمعلومات الكاملة والتي حددتها المواصفة القياسية الليبية رقم (53) الخاصة ببطاقة البيانات، وفي ظل ضعف أجهزة الرقابة نتيجة الوضع الراهن الذي تمر به الدولة الليبية الأمر الذي جعل المستهلك يواجه مشكلة تتعلق باختيار السلع والمنتجات الغذائية، في الوقت الذي تعددت وتنوعت أمامه السلع الاستهلاكية الغذائية فقد أصبح نقص المعلومات وقلّة الوعي والتوجيه التسويقي يشكل عبءاً أمام المستهلك، حيث يرتبط نمط الوعي التسويقي للسلع والمنتجات الاستهلاكية بعوامل ثقافية، اجتماعية واقتصادية، والتي تعد مشكلة حقيقية تستوجب البحث والتقييم ومن ثم وضع الحلول والتوصيات المناسبة، ولا شك أن دراسة مثل هذه العوامل وأثرها على المستهلك يعد أمراً هاماً في رسم وتوجيه سياسات حماية وإرشاد المستهلك وتحديد الفئات الأكثر احتياجاً للتوعية، وعليه تم وضع التساؤل التالي: ما مدى تأثير العوامل الثقافية، الاجتماعية والاقتصادية في درجة وعي وثقافة المستهلك تجاه جودة وسلامة السلع والمنتجات الغذائية؟

أهمية الدراسة

إن أهمية الدراسة ترجع إلى اختبار مدى تأثير بعض المتغيرات المستقلة كمستوى الدخل، المستوى التعليمي، القطاع الوظيفي، الجنس، الفئة العمرية وعدد أفراد الأسرة على الوعي بالثقافة الغذائية للمستهلكين على اعتبار أن هذه العوامل ترتبط ارتباطاً وثيقاً بطبيعة ما تستهلكه الأسرة من ناحية الكم والنوع.

فائدة الدراسة

إن تحديد العوامل المؤثرة في ثقافة ووعي المستهلك تجاه السلع والمنتجات الغذائية من شأنه أن يضع صناع القرار في الدولة الليبية أمام تقييم للوضع الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع وبالتالي تبني سياسات من شأنها معالجة أوجه القصور التي تواجه أرباب الأسر في المجتمع الليبي، وبالتالي حل المشاكل الاقتصادية، الاجتماعية، وتعزيز الثقافة الغذائية والوعي الاستهلاكي للوصول إلى حياة كريمة للمواطنين.

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة لتقييم وعي المستهلك وقياس مدى إدراكه لسلامة الغذاء والأخطار المحتملة على الصحة العامة، وتحديد العوامل الاقتصادية، الاجتماعية والمستوى التعليمي المؤثرة في درجة وعي المستهلك لسلامة الغذاء وبالتالي فإن هذه الدراسة ركزت على النقاط التالية:

- قياس درجة وعي المستهلك، وتحديد قوة ونوع العلاقة بين درجة الوعي وبعض المتغيرات الثقافية، الاجتماعية والاقتصادية للمستهلكين.
- تحديد مدى دراية المستهلك بالقوانين واللوائح الخاصة بالرقابة الغذائية ومدى كفاءتها في حماية المستهلك.
- معرفة مدى الثقافة الغذائية لدى المستهلك بشأن الاطلاع على بطاقة البيانات الموجودة على السلع الغذائية.
- تحديد العوامل المؤثرة في ثقافة ودرجة الوعي الاستهلاكي لعينة الدراسة.

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وقياس الارتباط بين متغيرات الدراسة، ووفقاً لهذا المنهج يتم جمع البيانات الأولية الخاصة بهذه الدراسة وعرضها بيانياً وتحليلها واتخاذ القرارات الإحصائية ووضع التوصيات المناسبة.

حدود للدراسة

الحدود الزمنية

تتمثل في جانبها النظري والميداني، ابتدأت الدراسة يوم 2 / 11 / 2019 واستمرت حتى 13 / 1 / 2020 م.

الحدود المكانية

قطاعات العمل الحكومية والخاصة في نطاق بلدية يفرن.

عينة الدراسة

شملت عينة الدراسة فئات و شرائح مختلفة من المجتمع في بلدية يفرن الواقعة على الإحداثيات التالية (E "36.98'31° 12, N "47.02'32° 3) و البالغ عدد سكانها خمسة وأربعون ألف نسمة حسب تعداد 2012، حيث بلغت عينة الدراسة (160) فرد من المستهلكين، تم اختيارهم بشكل عشوائي من موظفي قطاع الصحة، قطاع التعليم، قطاع الزراعة، قطاع التعليم العالي، الشركة العامة للكهرباء و بعض مؤسسات القطاع الخاص.

فرضيات الدراسة

اعتمدت الدراسة على فرضيتين تتعلق بدراسة العوامل المؤثرة في درجة وعي المستهلك تجاه السلع والمنتجات الغذائية بأسواق ومحلات مدينة يفرن كما يلي:

• الفرضية الصفرية Null hypotheses والتي تعتمد على عدم وجود دالة إحصائية عند مستوى معنوية ($p < 0.05$) على تأثير العوامل المدروسة في درجة وعي المستهلك تجاه السلع و المنتجات الغذائية المباعة.

• الفرضية البديلة Alternative hypotheses والتي تعتمد على وجود دالة إحصائية عند مستوى معنوية ($p < 0.05$) على تأثير العوامل المدروسة في درجة وعي المستهلك تجاه السلع و المنتجات الغذائية المباعة.

طرق البحث

أداة البحث

استُخدمت الاستبانة المقيدة كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث شملت الاستبانة قسمين، الأول ويضم 6 فقرات تتعلق بالمعلومات الشخصية لعينة الدراسة، والثاني يضم 17 فقرة لمتغير درجة الوعي الاستهلاكي. تم استخدام مقياس ليكرت (Likert) الرباعي (نعم، غالباً، أحياناً، لا) وبأوزان (1، 2، 3، 4) على التوالي.

التحليل الإحصائي

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بهدف تقييم درجة وعي المستهلك، وقد تم الاعتماد في تحليل البيانات المتجمعة على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) الإصدار 25 حيث تم حساب النسب المئوية، معامل الارتباط لسبيرمان عند مستوى معنوية ($P < 0.05$). تم حساب الوسط الحسابي المرجح لتحديد درجة وعي المستهلك حسب الجدول (1).

جدول (1): الوسط الحسابي المرجح ومستوى درجة وعي المستهلك.

الوسط الحسابي المرجح	درجة وعي المستهلك
1.75 – 1.00	وعي ضعيف
2.51 – 1.76	وعي متوسط
3.27 – 2.52	وعي جيد
4.00 – 3.28	وعي عالي

Source: Jamieson S. 2004

التعريف بمفاهيم ومصطلحات الدراسة

مفهوم المستهلك

يُقصد بالمستهلك هو ذلك الشخص الذي لديه القدرة على شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع (النسور والقحطاني، 2013)، كما يقصد بأنه ذلك الإنسان الذي قد يكون مستهلك السلعة أو مستفيد من الخدمة، وقد يكون في الوقت نفسه تاجراً أو موزعاً، ويمكن تعريفه بأنه كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري المنتج، أو يتلقاه لغرض الاستهلاك الشخصي (علاق، 2015).

مفهوم الوعي الاستهلاكي

أن معنى الوعي في اللغة هو "الفهم وسلامة الإدراك"، أما اصطلاحاً فهو "إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به"، ومن هذا المعنى فإن الوعي يشير إلى حالة ذهنية تتمثل في إدراك المستهلك للمعارف المتعلقة بقضايا الاستهلاك والسلع والشعور بالمسؤولية والتعامل الرشيد لها، كما يعرف أيضاً بأنه ترجمة المعلومات التي يعرفها الأفراد عن السلع والخدمات للاستفادة منها في حياتهم اليومية (النسور والقحطاني، 2013).

مفهوم ثقافة المستهلك

ثقافة المستهلك هي عبارة عن الخبرة التي يكتسبها المستهلك من خلال تسوقه لاحتياجاته الأساسية يوماً بعد يوم في بيئة تزخر بالسلع والخدمات المعروضة (الذسور والقحطاني، 2013).

مفهوم حماية المستهلك

يقصد بها القدرة أو السياسة التي تؤدي إلى منع حدوث الضرر والأذى لمستخدم السلعة، ومن ثم يعنى بها حفظ حقوق المستهلك و ضمان الوصول عليها من قبل المعنيين تجاراً، أو صناعاً أو مقدمي خدمات (علاق، 2015).

المواد المضافة للأغذية

تعرف المواد المضافة للأغذية، بأنها مضافات يتم إضافتها إلى الغذاء وفق معايير ومقاييس عالمية محددة دون نقص أو زيادة، حيث تشمل المواد الحافظة، الملونة، المنهكة، المانعة للأكسدة، المانعة للتكتل، والمغلظة للقوام. المواد المضافة قد تكون طبيعية أو صناعية وبالتالي فهي مواد كيميائية ينبغي الحرص عند استخدامها (الساعد، 2007).

بطاقة البيانات (الدلالة)

بطاقة الدلالة أو ما يعرف بالبطاقة الغذائية هي الوسيلة، الأولى للاتصال بين السلعة الغذائية والمستهلك، ومن خلال هذه البطاقة يعرف المستهلك معلومات كثيرة عن السلعة الغذائية من حيث المحتويات والمكونات والقيمة الغذائية للسلعة، فهي كل بيان أو إيضاح أو علامة أو مادة و صفة إن كانت م صورة أو مكتوبة محفورة أو ملصقة على عبوة مادة غذائية أو مرفقة بها بصورة ثابتة، تلك البيانات واضحة يسهل على المستهلك قراءتها ولا يجوز إخفائها (لفته وآخرون، 2014).

السلع والمواد الغذائية

السلعة في الاقتصاد، عبارة عن شيء يفي بالاحتياجات البشرية ويوفر المنفعة (Durlauf and Blume, 2008) وتعرف المواد الغذائية بأنها مواد يمكن تناولها كغذاء — و يتم امتصاصها واستخدامها في الجسم، فالغذاء عند صرأساسي للقيام بالوظائف الطبيعية

للإنسان، يعطى المناعة للجسم ضد الإصابة بالأمراض فضلاً عن الشعور بالرضا عند تناوله ويشمل الأغذية الطازجة والمعلبة (حمزاوي، 2006).

مفهوم الجودة

تُعرف جودة سلعة ما، بمدى قدرة هذه السلعة على تحقيق متطلبات ورغبات المستهلك، وتعنى أيضاً درجة التفوق والبراعة في الإنتاج بشرط مطابقة السلعة للمواصفات القياسية وطرحها للمستهلك بسعر مناسب. أما جودة الغذاء فهي مجموعة من الخواص والصفات التي يمكن بها التفريق بين سلعة وأخرى مع تحديد درجة تقبل هذه السلعة لدى المستهلك (عيشوني، 2007).

النتائج والمناقشة

ثبات الاستبانة

تعتبر درجة ثبات الاستبانة (Reliability) من أهم الموضوعات التي تهتم الباحثين من حيث تأثيرها البالغ في أهمية نتائج الدراسة وقدرتها على تعميم النتائج. ترتبط درجة الثبات بالأدوات المستخدمة في الدراسة ومدى قدرتها على قياس المتغير ومدى دقة القراءات المأخوذة من تلك الأدوات (دودين، 2013). يُعرف الثبات (Reliability) على مقياس الدقة بأنها قدرة الأداة على إعطاء نفس النتائج إذا تم تكرار القياس على نفس الشخص عدة مرات في نفس الظروف. تم قياس الثبات في هذه الدراسة بحساب معامل (كرونباخ ألفا Cronbach Alpha) والذي يعتمد على الاتساق الداخلي (اتساق الأسئلة مع بعضها البعض). يبين الجدول (2) أن قيمة الثبات المقدر لبيانات هذا القياس باستخدام قيمة الثبات الداخلي كرونباخ ألفا هي 0.844 وعدد فقرات الاستبيان 23 فقرة وقيمة ألفا كرونباخ تشير إلى ثبات عالي لفقرات الاستبيان بحسب تصنيف مقياس كرونباخ و الذي يتراوح من (صفر - 1) حيث أن 1 تشير إلى قيمة الثبات (دودين، 2013).

جدول (2): ثبات المقياس Reliability باستخدام معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.844	0.827	23

وصف عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية

متغير الجنس

يبين الجدول (3) بأن عينة الدراسة تضمنت الذكور وكذلك الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور من أرباب الأسر 58.80%، بينما كانت نسبة الإناث 41.20% مما يشير إلى تجانس عينة الدراسة نوعاً ما باعتبار أن الكثير من النساء يقمن بالتسوق أيضاً.

متغير الفئة العمرية

يوضح من البيانات المدونة في الجدول (3) بأن أفراد عينة الدراسة من الفئتين (41-50)، (51-60) قد شكلتا حوالي 38.80% و 38.40% على التوالي من مجموع عينة الدراسة. تشير النتائج على أن القرارات الشرائية لهذه الفئة في الغالب تكون قرارات متزنة بعيدة عن النزوات والانفعالات، نظراً لخبرتهم بحكم العمر في اختيار السلعة الغذائية المناسبة، في حين احتلت الفئة العمرية (30-40) المرتبة الثانية وبنسبة 16.9%، أما الفئة العمرية (ما فوق 60) فقد شكلت 6.30% من أفراد عينة الدراسة وهذا ربما يعود إلى أن أغلب هذه الفئة قد تكون من المتقاعدين غير المتواجدين في القطاع الحكومي.

متغير عدد أفراد الأسرة

يبين الجدول (3) بأن عدد أفراد الأسرة (4-5) حظي بالمرتبة الأولى إذ بلغت نسبته 43%، بينما الأسر الكبيرة ما فوق 5 أفراد شكلت ما نسبته 38.10% من أفراد عينة الدراسة، وبالمقابل بلغت نسبة الأسر الصغيرة العدد (2-3) 18.10%، حيث تشير هذه النتائج إلى أن معدل النمو في المجتمع الليبي بصفة عامة قد قل مقارنة بسبعينيات وثمانينات القرن الماضي، وهذا ما أكدته الشريف (2013)، والذي أشار إلى انخفاض معدلات النمو الديموغرافي في ليبيا من 4.21% في تعداد 1984م إلى 1.78% في تعداد 2006م. كما تؤكد البيانات الصادرة عن مجلس التطوير الاقتصادي (2010) بأن معدل المواليد الخام يشهد انخفاضاً جوهرياً منذ ما بعد منتصف الثمانينات من القرن الماضي، إذ انخفضت معدلات الخصوبة من 8.7 مولود/امرأة في سنة 1973م إلى 2.7 مولود/امرأة في عام 2007م. صدر البنك الدولي، تعداد سكان العالم (2019) تقريراً تضمن بيانات تخص معدل الخصوبة في ليبيا، إذ بلغ 2.04 مولوداً/امرأة وهذا

مؤشر على الانخفاض، لذلك تبين من خلال عينة الدراسة بأن أغلب الأسر يتراوح عدد أفرادها من 4 إلى 5 أفراد.

متغير المؤهل العلمي

يرتبط الم مستوى التعليمي للفرد بدرجة ثقافته واتساع مداركه بسبب زيادة احتكاكه وخبرته التعليمية من خلال زيادة آفاق التعلم والإدراك لديه، حيث يبين الجدول (3) بأن عينة الدراسة التي احتوت على أعلى نسبة كانت من حملة الدبلوم المتوسط والعالي ونسبة مئوية بلغت 36.30%، 35.00% على التوالي. بينما حملة المؤهل الجامعي والعالي بلغت 21.30%، 6.10% على التوالي. في حين أن الذين لا يملكون مؤهلاً بلغت نسبتهم 1.30% وهي النسبة الأقل.

متغير القطاع الوظيفي

يشتغل أغلب سكان مدينة يفرن في وظائف بالقطاع الحكومي، وتبين نتائج الدراسة المدونة في الجدول (3) بأن ما نسبته 96.25% من عينة الدراسة هم موظفون بالقطاع الحكومي، في حين بلغت نسبة من يشتغلون بالقطاع الخاص 3.75% وهي نسبة قليلة جداً.

متغير فئة دخل الأسرة

يبين الجدول (3) بأن حوالي ربع عينة الدراسة أي 26.90% يقل مستوى الدخل لديهم عن 700 دينار، في حين أن الربع الآخر لعينة الدراسة أي ما يشكل ما نسبته 26.25% من ذوي الدخل 1500-2000 دينار، وأن ما نسبته 41.25% من عينة الدراسة تتراوح مرتباتهم الشهرية 700-1400 دينار وهم الأعلى نسبة، وبالمقابل بلغت نسبة الذين تزيد دخولهم عن 2000 دينار 5.60% وهم الأقل نسبة.

جدول (3): وصف البيانات الشخصية لعينة الدراسة

رقم	البيانات	الفئات	العدد	النسبة %
1	جنس المبحوث	ذكر	94	58.80%
		أنثى	66	41.20%
2	الفئة العمرية	30 - 40	27	16.90%
		41 - 50	62	38.80%
		51 - 60	61	38.10%
		أكثر من 60	10	6.30%
3	عدد أفراد الأسرة	2 - 3	29	18.10%
		4 - 5	70	43.80%
		أكثر من 5	61	38.10%
4	المؤهل العلمي	بيون مؤهل	2	1.30%
		دبلوم متوسط	58	36.30%
		دبلوم عالي	56	35.00%
		جامعي	34	21.30%
5	القطاع الوظيفي	عالي	10	6.10%
		حكومي	154	96.25%
		خاص	6	3.75%
		أقل من 700 د	43	26.90%
		700 - 1400 د	66	41.25%
6	مستوى الدخل	1500 - 2000 د	42	26.25%
		أكثر من 2000 د	9	5.60%

تحليل استجابة أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات درجة وعي المستهلك

يوضح الجدول (4) نتائج استجابة أفراد العينة لتحديد درجة ثقافة ووعي المستهلك تجاه شراءه لسلع والمنتجات الغذائية وذلك اعتماداً على الوسط الحسابي المرجح والوزن المئوي للفقرة، وذلك من خلال ترتيب وألوية كل فقرة حسب رأي المستهلكين في بلدية يفرن والتي كانت على النحو التالي:

- تساوت الفقرتان (3، 12) حيث بلغ وزنها المئوي 90.75% وبمتوسط حسابي مرجح 3.63 لكل منهما في المرتبة الأولى من أولويات المستهلك، وبذلك يتضح أن أغلب المستهلكين يقرون بوجود وجود اشتراطات صحية لأي عامل في مجال تصنيع وتداول وبيع السلع والمنتجات الغذائية، كما يحرصون بنفس القدر على التركيز في شراء الخضروات والفواكه الطازجة بدلاً من المعلبة. جاءت الفقرة (7) من ضمن أولويات المستهلك بالمرتبة الثانية، حيث بلغ وزنها المئوي 73.00% وبمتوسط حسابي مرجح 2.92، وهذا يبين مدى حرص عينة الدراسة على شراء السلع والمنتجات الغذائية من الأسواق والمحلات التي تتوفر فيها الشروط الصحية من ناحية النظافة وأساليب ومعدات طرق الحفظ والعرض.
- جاءت الفقرة (16) في المرتبة الثالثة في سلم أولويات التفضيل لدى المستهلك، إذ بلغ وزنها المئوي 70.75% ووسطها الحسابي المرجح 2.83، وهذا بدوره يبين أن المستهلكين في بلدية يفرن يبتعدون عن شراء عبوات المشروبات والمياه التي يتم عرضها أمام مداخل الأسواق والمحلات والتي قد تكون عرضة لتأثير حرارة الشمس خاصة في فصل الصيف. كان من ضمن أولويات المستهلكين الفقرتان (9، 13) حيث كانتا في المرتبة الرابعة، بلغ الوزن المئوي لهما 63.75%، في حين بلغ متوسطهما الحسابي المرجح 2.55، يتبين من خلال هاتان الفقرتان حرص المستهلكين على شراء حاجياتهم من المنتجات والسلع الغذائية بأنفسهم، ولا يقومون بإرسال الأطفال للتسوق إدراكاً منهم بقلّة وعي الأطفال في هذا الجانب، وقد أكد المستهلكين بنفس القدر على وجوب نقل وتداول السلع والمنتجات الغذائية بوسائل نقل خاصة لما لذلك من أهمية في الحفاظ على سلامتها وجودتها. الفقرة (5) جاءت في المرتبة الخامسة ضمن أولويات تفضيل المستهلك، إذ بلغ وزنها المئوي 61.75% ووسطها الحسابي المرجح 2.47، وهذه النتائج تؤكد بأن المستهلكين يقومون بقراءة تاريخ صلاحية المنتجات الغذائية قبل شرائها ويعد هذا من الجوانب المهمة في ثقافة ودرجة وعي المستهلك. احتلت الفقرة (14) المرتبة السادسة في سلم تفضيل المستهلكين، حيث بلغ وزنها المئوي 51.75% ووسطها الحسابي المرجح 2.07. يؤكد المستهلكين بأن إجادة اللغة الانجليزية له تأثير كبير في اختيار وانتقاء المنتجات الغذائية بحكم أن هناك العديد من السلع الغذائية المستوردة دونت بطاقة بياناتها باللغة الانجليزية دون وجود أثر

اللغة العربية والتي تساعد المستهلك كثيراً على معرفة محتويات السلعة الغذائية، وهذا طبعاً مخالف للمواصفة القياسية رقم (53) الصادرة عن المركز الوطني للمواصفات والمعايير القياسية، والتي تلزم المصنعين والجهات المستوردة بضرورة توضيح بعض البيانات الضرورية باللغة العربية.

• جاءت الفقرة (8) في المرتبة السابعة من حيث حرص المستهلك على معرفة بلد الصنع والشركة المنتجة للسلعة الغذائية قبل شراءها، إذ بلغ الوزن المئوي لهذه الفقرة 49.75% وبوسط حسابي مرجح بلغ 1.99، وتعكس هذه الفقرة حرص المستهلك على معرفة بلد المنشأ وأسم الشركة المصنعة إدراكاً منه بأن الدول المصنعة للمنتجات الغذائية تختلف في معايير جودة وسلامة الغذاء الذي تنتجه بالإضافة إلى أن بعض الشركات تحظى بسمعة جيدة لدى المستهلك، الأمر الذي يجعل المستهلك يضع قدر كبير من ثقته في منتجاتها.

جدول (4): ترتيب سلم أولويات تفضيل المستهلك حسب فقرات الاستبانة اعتماداً على الوزن المئوي والوسط الحسابي المرجح.

ر. م	الفقرة (المتغير)	الوسط المرجح	الوزن المئوي %	الترتيب
1	هل تقوم بقراءة البيانات المدونة على أغلفة المنتجات الغذائية قبل شراءها؟	1.38	34.5	10
2	هل تبتعد عن شراء العصائر والمنتجات المعلبة؟	1.29	32.25	11
3	هل تركز على شراء الخضروات والفواكه الطازجة بدلاً من المعلبة؟	3.63	90.75	1
4	هل تقوم بقراءة السعرات الحرارية المدونة على بطاقة البيانات؟	1.19	29.75	13
5	هل تقوم بالتأكد من تاريخ صلاحية المنتجات الغذائية قبل شراءها؟	2.47	61.75	5
6	هل تقوم بالتأكد من وجود بعض المواد الحافظة والملونة المحظورة في السلعة التي تشتريها؟	1.26	31.50	12
7	هل تقوم بشراء سلع غذائية من المحلات التي يوجد بها شروط صحية؟	2.92	73.00	2
8	هل تحرص على معرفة بلد الصنع والشركة المنتجة للسلعة الغذائية قبل شراءها؟	1.99	49.75	7
9	هل تقوم بشراء حاجياتك من السلع الغذائية بنفسك ولا تقوم بإرسال الأطفال للتسوق؟	2.55	63.75	4
10	هل عند تعرضك لضرر ماء، نتيجة تناول سلعة فاسدة تطالب بحقك أمام القضاء؟	1.10	27.50	14
11	هل تقوم بتبليغ الحرس البلدي في حالة وجود سلع غذائية تالفة في محل ما؟	1.38	34.50	10
12	هل يجب وجود اشتراطات صحية لأي عامل في مجال تصنيع وتداول وبيع الأغذية؟	3.63	90.75	1
13	هل يجب نقل وتداول السلع والمنتجات الغذائية بوسائل نقل خاصة؟	2.55	63.75	4
14	هل إجادة اللغة الانجليزية تساعد في بعض الأحيان على اختيار سلع غذائية بشكل أفضل؟	2.07	51.75	6
15	هل لديك دراية بوجود جمعيات ومؤسسات غير حكومية تقوم بحماية المستهلك؟	1.47	36.75	9
16	هل تبتعد عن شراء المنتجات الغذائية المعروضة أمام المحلات كالمشروبات وعبوات المياه؟	2.83	70.75	3
17	هل تقوم بشراء المنتجات الغذائية على حسب جودتها وليس على حسب سعرها؟	1.52	38.00	8
الوسط الحسابي العام لدرجة وعي المستهلك		2.07		

حظيت الفقرة (17) بالمرتبة الثامنة من ضمن درجة تفضيل المستهلك، إذ بلغ وزنها المئوي 38.00% بينما بلغ وسطها الحسابي المرجح 1.52، وهذا يعتبر مؤشر يدل على تدني ثقافة المستهلك

حيال هذه الفقرة، لأنه يحرص على شراء المنتجات الغذائية حسب سعرها وليس حسب جودتها، الأمر الذي يجعل المستهلك يقع في شراء بعض المنتجات التي لا تتمتع بقدر من الجودة والثقة. يعد عدم استقرار الأسعار وارتفاعها من وقت لآخر وتحكم فئة معينة في غذاء المجتمع وقوته من المشاكل التي تواجه المستهلك (ديوان المحاسبة الليبي، 2019)، وتجدر الإشارة في هذا الشأن بأن محدودية الدخل، تدني المستوى التعليمي وزيادة عدد أفراد الأسرة قد يشكل ضغطاً على رب الأسرة في اعتماده على سعر السلعة متغاضياً عن درجة جودتها وسلامتها. جاءت الفقرة (15) في المرتبة التاسعة في سلم تفضيل المستهلك، حيث بلغ وزنها المئوي 36.75%، وبلغ وسطها الحسابي المرجح 1.47. تعلقت هذه الفقرة بمدى دراية المستهلك بالمؤسسات غير الحكومية التي تهتم بحماية المستهلك، وهذه النتيجة تدل على تدني وضعف درجة الوعي في هذا الجانب، إذ أن هناك نوعين من الحماية، الأولى تتعلق بحماية المستهلك من نفسه نتيجة لاستهلاكه لسلعة معينة مع إدراكه التام بالضرر الذي قد ينجم عنها، أما النوع الآخر هو حماية المستهلك من غيره وهذا ما يتعلق بحمايته من الغش والتدليس والتلاعب (علاق، 2015).

ذكر (بن سالم وجغام، 2017) بأن دور جمعيات حماية المستهلك هو رعاية مصالح المستهلك والحفاظ على حقوقه والدفاع عنها وتبني قضاياها لدى الجهات العامة والخاصة، وحمايته من جميع أنواع الغش، التقليد، الاحتيال والخداع في جميع السلع والخدمات، كما يعد نشر الوعي الاستهلاكي لدى المستهلك وتبصيره بسبل ترشيد الاستهلاك والارتقاء بجودة السلع وبهذا يؤكد (بن سالم وجغام، 2017) بأن دور جمعيات حماية المستهلك يركز على مهمتين أساسيتين الأولى "تثقيفية" والثانية "دفاعية". احتلت الفقرتان (11، 1) الترتيب العاشر حيث بلغ وزنها المئوي 34.50% بمتوسط حسابي مرجح بلغ 1.38، وهذا يعد أيضاً من جوانب الضعف في درجة وعي المستهلك تجاه السلع والمنتجات الغذائية. يعد الاطلاع على بطاقة البيانات المدونة على أغلفة المنتجات الغذائية من بديهيات التسوق، وقد وضع المركز الوطني للمواصفات والمعايير الليبية شروطاً وضوابط لبطاقة البيانات فهناك بيانات ملزمة على مصنعي الأغذية يستوجب تدوينها على بطاقة البيانات (المواصفة القياسية الليبية رقم 53، 2003). يعد حصول المستهلك على المعلومات المتعلقة بالسلع الغذائية من الحقوق المشروعة والتي تمكن المستهلك من اتخاذ قراره المناسب للشراء من عدمه، أما فيما يتعلق بجانب تبليغ الجهات الرقابية مثل الحرس البلدي أو مركز الرقابة على الأغذية والأدوية وفروعه، اتضح أن هناك سلبية من المستهلك في عدم تبليغ هذه الجهات والتي من شأنها أن تقوم باتخاذ التدابير اللازمة لحماية صحة وسلامة

المستهلك، و قد يعزى سبب ذلك إلى العوامل الاجتماعية، حيث أن معظم السكان يعرفون بعضهم و تفادياً للإحراج لا يقومون بالتبليغ في مثل هكذا مواقف. جاءت الفقرات (2، 6، 4، 10) بشكل متوالي تباعاً في سلم تفضيل المستهلك، هذه الفقرات بالرغم من أهميتها والتي تعكس بشكل كبير درجة وعي وثقافة المستهلك إلا أن عينة الدراسة لم تولي اهتماماً لها، كالتركيز على بعض مضافات الأغذية مثل بعض المواد الملونة المحظورة. تعكس الفقرة (10) والتي أتت في آخر السلم حيث بلغ الوزن المئوي لهذه الفقرة 27.50% وبمتوسط حسابي مرجح بلغ 1.10، والتي تطرقت إلى حق المستهلك في المطالبة عند التعرض لاضرر الناتج من استهلاك سلع فاسدة، حيث يعد هذا الحق من الحقوق التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة فيما يتعلق بحقوق المستهلك. (علاق، 2015)

تحديد قوة واتجاه علاقة الارتباط بين المتغيرات الشخصية ودرجة وعي المستهلك

علاقة متغير جنس المستهلك بدرجة الوعي لديه

يبين الجدول (5) مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة باستخدام معامل الارتباط لسبيرمان وعند مستوى الدلالة ($p < 0.05$)، حيث بلغت قيمة الارتباط بين متغيري الجنس ودرجة وعي المستهلك 0.062، وهذا يبين ارتباطاً ضعيفاً جداً وغير دال إحصائياً، وهذا على عكس ما وجدته المقداد وآخرون (2014) عند قياس سهم لدرجة وعي المستهلك السوري، حيث وجدوا بأن هناك ارتباطاً قوياً بين جنس المبحوث ودرجة الوعي لديه، وقد ذكروا بأن كون المبحوث من الإناث يزداد احتمال الوعي لديه بنسبة 9.2% مقارنة بالذكور. قد يرجع هذا الاختلاف بين درجة الوعي للمستهلك في سوريا وعينة الدراسة في ليبيا من حيث جنس المبحوث إلى اختلاف المستوى الثقافي والعادات والتقاليد والعرف الاجتماعي في قضية التسوق. علاقة متغير الفئة العمرية للمستهلك بدرجة الوعي لديه.

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة طردية موجبة بين الفئات العمرية المختلفة ودرجة الوعي لديها، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط 0.213 وهي دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية ($p < 0.01$). وقد وجد (المقداد وآخرون، 2014) بأن معدل الوعي لدى الفئات العمرية (31 - 40، ما فوق 40) يزداد لديهم الوعي بنسبة 10.9%، 21.3% على التوالي مقارنة بالفئة (أقل من 30)، وهذا قد يشير إلى أن تقدم العمر للمستهلك يزيد من خبرته الشرائية وحسن

تصرفه في انتقاء السلع الغذائية، ولا يكون هذا بشكل مطلق لأنه يتأثر بعوامل أخرى قد تحدث تداخلاً في الاتجاه العام للتأثير.

علاقة متغير عدد أفراد أسرة المستهلك بدرجة الوعي لديه

بينت النتائج المدونة في الجدول (5) وجود علاقة طردية موجبة بين عدد أفراد الأسرة ودرجة وعي رب الأسرة، إذ بلغت قيمة معامل سبيرمان 0.156 وهذا يشير إلى ضعف العلاقة بينهما، مع أن هذه العلاقة - دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية - (p < 0.05) حيث بلغت قيمة (p = 0.049).

علاقة متغير المؤهل العلمي للمستهلك بدرجة الوعي لديه

أشارت نتائج التحليل الإحصائي لوجود علاقة طردية موجبة بين المؤهل العلمي ودرجة وعي المستهلك، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان 0.396 وقيمة p value (p = 0.00) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (p < 0.05). يتضح من العلاقة السابقة بأنه كلما زادت درجة التحصيل العلمي لدى المستهلك يقابلها زيادة في ثقافة ووعي المستهلك، نظراً لآتساع مداركه وارتفاع آفاق التعلم لديه وهذا ما أكده (المقداد وآخرون، 2014) والذي ذكر بأن الحصول على شهادة جامعية أو فوق الجامعية يزيد من توفر الوعي لدى المستهلك 16.8%، 18.8% على التوالي.

علاقة متغير القطاع الوظيفي للمستهلك بدرجة الوعي لديه

بلغت قيمة معامل الارتباط لسبيرمان 0.172 في قياس العلاقة بين متغير القطاع الوظيفي والذي يشمل القطاع الحكومي والقطاع الخاص ونظراً إلى أن عينة البحث شملت ما نسبته 3.75% ممن يشتغلون في القطاع الخاص وهي نسبة قليلة جداً مقارنة بالقطاع الحكومي والذين بلغت نسبتهم 96.25%. وهذا الفارق الكبير قد يكون له الأثر الرئيسي في قلة ضعف الارتباط على الرغم من أن هذا الارتباط دال إحصائياً عند مستوى المعنوية (p < 0.05)، إذا بلغت قيمة p value (p = 0.030) كما هو مبين بالجدول (5).

علاقة متغير فئة دخل المستهلك بدرجة الوعي لديه

سجلت العلاقة بين متغير فئة الدخل ودرجة وعي المستهلك أعلى قيمة للارتباط مقارنة بالمتغيرات الا شذوية الأخرى، إذ بلغت قيمة الارتباط لمعامل سبيرمان 0.521، بينما بلغت

قيمة p value ($p = 0.000$) وهي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($p < 0.01$) كما هو مبين بالجدول (5). يتضح من النتائج السالفة الذكر وجود علاقة طردية موجبة بين هذان المتغيران. تتوافق هذه النتائج مع ما وجدته لفئة وآخرون (2014) والذي وجد علاقة طردية موجبة وبمعامل ارتباط لسبيرمان بلغ 0.711 بين هذان المتغيران، فيما (وجد المقداد وآخرون، 2014) بأن فئة الدخل المتوسط هي الفئة التي تتمتع بدرجة وعي أعلى من أصحاب الدخل المنخفض والمرتفع. تجدر الإشارة إلى ما ذكره (عبيدات، 2004)، بأن زيادة دخل الأسرة لا يعني بالضرورة زيادة الوعي تجاه جودة وسلامة السلع والمنتجات الغذائية، بل إن تكس وتتنوع السلع الغذائية المختلفة في المحلات والأسواق قد يؤدي إلى زيادة أمراض سوء التغذية كالسمنة والسك – – أمراض القلب والشرايين وغيرها، إذا لم يكن لدى المستهلك درجة من الوعي والثقافة الغذائية الجيدة لاختيار المنتجات التي تتميز بقدر من الجودة والسلامة.

جدول (5): مصفوفة الارتباط ومعنوية الاختبار بين متغيرات الدراسة باستخدام معامل ارتباط لسبيرمان

مستوى الدخل	نوع القطاع	المؤهل العلمي	عدد أفراد الأسرة	الفئة العمرية	جنس المبحوث	درجة الوعي	معامل ارتباط لسبيرمان / ($p < 0.05$)	نوع المتغير
						1.000	معامل الارتباط	درجة الوعي
						.	P value	
					1.000	0.062	معامل الارتباط	جنس المبحوث
					.	0.433	P value	
				1.000	0.089	0.213*	معامل الارتباط	الفئة العمرية
				.	0.263	0.007	P value	
			1.000	0.370**	0.158*	0.156*	معامل الارتباط	عدد أفراد الأسرة
			.	0.000	0.046	0.049	P value	
		1.000	0.024	0.318**	0.009	0.396*	معامل الارتباط	المؤهل العلمي
		.	0.764	0.000	0.910	0.000	P value	
	1.000	0.128	0.112	0.133	0.099	0.172*	معامل الارتباط	نوع القطاع
	.	0.108	0.159	0.093	0.215	0.030	P value	
1.000	0.265**	0.707**	0.208**	0.375**	0.065	0.521*	معامل الارتباط	مستوى الدخل
.	0.001	0.000	0.008	0.000	0.414	0.000	P value	

العلامة * دال إحصائياً عند مستوى معنوية ($p < 0.05$)، العلامة** دال إحصائياً عند مستوى معنوية ($p < 0.01$).

- من خلال ما تقدم يتضح وجود علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين خمسة متغيرات من إجمالي ستة متغيرات والتي تشكل بدورها ما نسبته 83.3% من إجمالي الاتجاه العام للارتباط، وهذا يؤكد قبول الفرضية البديلة Alternative hypotheses والتي تنص على وجود علاقة موجبة

- ذات دلالة إحصائية بين درجة وعي المستهلك و المتغيرات الشخصية المتمثلة في كلاً من: (الفئة العمرية، عدد أفراد الأسرة، المؤهل العلمي، القطاع الوظيفي وفئة الدخل الشهري)، في حين أن جنس المبحوث لم يكن له علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية مع درجة وعي المستهلك
- بينت النتائج المدونة في الجدول (5) فيما يتعلق بالارتباط بين المتغيرات الشخصية للمستهلك فيما بينها، حيث أوضحت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة طردية موجبة وارتباط ذو دلالة إحصائية بين كلاً من الفئة العمرية وعدد أفراد الأسرة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.370، كما بينت النتائج أيضاً وجود ارتباط بين الفئة العمرية وفئة الدخل، إذ بلغ معامل الارتباط 0.375.
 - المؤهل العلمي كان له ارتباط موجب قوي مع فئة الدخل حيث بلغ معامل الارتباط 0.707، وهذا يبين أن المؤهل العلمي للمستهلك كلما كان عالي كلما زاد الدخل وهذا لا يعتبر بدرجة مطلقة وإنما يخضع إلى معايير أخرى لا تقتضي ضرورة الدراسة التطرق لها.

النتائج والتوصيات

النتائج

بينت نتائج الدراسة وجود درجة متوسطة من الوعي لعينة الدراسة تجاه السلع والمنتجات الغذائية، وكذلك وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين درجة وعي المستهلك والمتغيرات الشخصية المتمثلة في كلاً من: (الفئة العمرية، عدد أفراد الأسرة، المؤهل العلمي، القطاع الوظيفي و فئة الدخل الشهري)، في حين أن جنس المبحوث لم يكن له علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية مع درجة وعي المستهلك، كما بينت الدراسة أن مستوى المؤهل العلمي لرب الأسرة والذي من شأنه أن ينعكس على مستوى الدخل يؤثر تأثيراً واضحاً و إيجابياً على مستوى ثقافة ودرجة وعي المستهلك والذي بدوره يؤدي إلى حماية المستهلك من الوقوع في شراء منتجات غذائية غير صحية أو ذات جودة منخفضة، وبالتالي ضمان صحة أفضل للمستهلك. هذه النتيجة تعززها درجة الارتباط بين متغير المستوى العلمي و متغير فئة الدخل والتي بلغت 0.707 على مقياس سبيرمان. كذلك من خلال نتائج الدراسة التي بينت أن السياسات الخاصة بحماية المستهلك يجب أن تتوجه لتنمية و تثقيف المستهلكين و التركيز على شرائح المجتمع الأقل تعليماً و ثقافة و إلى المستهلك الأقل دخلاً و كذلك يستخلص من النتائج أهمية تفعيل السياسات و القوانين القائمة على حماية المستهلك فيما يتعلق بالرقابة على السلع و المنتجات الغذائية. بالإضافة إلى ضرورة إجراء حملات تفتيش على المحلات و الأسواق من طرف الجهات الرقابية و الحرص على التزامهم

بالا شروط الموضوع والمتفق عليها من قبل المتخذ ص صين نظراً لأنها تمثل جانب من أبرز جوانب معايير اختيار المستهلك لغذائه.

التوصيات

1. تحديث واستصدار قوانين تتعلق بحماية المستهلك الليبي، والدفاع عنه في حالة الأضرار بصحته جراء استهلاك سلع ومنتجات غذائية غير صحية أو مغشوشة.
2. الرفع من الثقافة الغذائية ودرجة الوعي والإدراك للمستهلك تجاه شراء واستهلاك المنتجات والسلع الغذائية عبر مختلف وسائل الإعلام المتاحة.
3. دعم وحث مركز الرقابة على الأغذية والأدوية والجهات الرقابية ذات العلاقة على تشديد الرقابة على السلع والمنتجات الغذائية المصنعة محلياً والمستوردة.
4. إعادة النظر في سلم الدخل (المرتبات) لكافة شرائح المجتمع على أسس وقواعد، وترسيخ مبدأ العدالة الاجتماعية بما يكفل للمواطن حياة كريمة.

المراجع

المراجع العربية

1. بن سالم، خيرة وجغام، محمد (2017). دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14، ص 161-173.
2. حسن، ميسر وصادق، درمان (2014). دور الوعي التسويقي في تعزيز حماية المستهلك "دراسة تشخيصية لعينة من الوحدات الاستهلاكية في محافظة دهوك، العراق"، مجلة تنمية الرافدين، العدد 115، المجلد 36، ص 22-41.
3. حمزاوي، لطفي فهمي (2006). نظم الجودة الحديثة في التصنيع الغذائي، دار الكتب العلمية، القاهرة، الطبعة الثانية.
4. دودين، حمزة (2013). التحليل الإحصائي المتقدم للبيانات باستخدام SPSS، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. عمان، الأردن.
5. ديوان المحاسبة الليبي (2019). صندوق موازنة الأسعار، مجلة الرقابة المالية، العدد الرابع، النصف الأول 2019، ص 30-36.
6. الساعد، على كامل يوسف (2007). المواد المضافة للأغذية استعمالها وإيجابياتها وسلبياتها، قسم التغذية والتصنيع الغذائي، كلية الزراعة، الطبعة الثانية، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص 23.

7. الشامي، سناء (2014). مميزات وعيوب إضافات الأغذية، مجلة أسبوط للدراسات البيئية، العدد 40، ص 1 - 11.
8. الشريف، محمد (2013). الزواج وتكوين الأسرة في المجتمع الليبي، مجلة جامعة سبها للعلوم الإنسانية، العدد الثاني، ص 247 - 269.
9. الشعبي، عبد العزيز والملاح، جلال (2011). دراسة تحليلية لأثر الوعي الاستهلاكي في حماية المستهلك، كلية العلوم الزراعية والأغذية، منشورات جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية.
10. عبد العالي، مرزوق (2005). وعي الجمهور بالقوانين البيئية " دراسة تحليلية لدرجة وعي الجمهور الكويتي بقوانين الأغذية في بلدية الكويت، أطروحة دكتوراه، جامعة الخرطوم كلية الدراسات العليا كلية الآداب - قسم الجغرافيا، ص 1 - 199.
11. عبيدات، محمد (2004). سلوك المستهلك، مدخل استراتيجي، الطبعة الرابعة، دار وائل، الأردن.
12. علاق، إيمان (2015). مظاهر الحماية الجنائية لمستهلك المواد الغذائية، مجلة العلوم القانونية والشرعية، العدد السابع، ص 172 - 210.
13. عيشوني، محمد أحمد (2007). ضبط الجودة - التقنيات الأساسية وتطبيقاتها في المجالات الإنتاجية والخدمية، دار الأصحاب للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية.
14. لفته، بيداء، فضل الله، جان وصبري، حسام (2014). قياس مدى إطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي" دراسة استطلاعية لآراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد، مجلة كلية التربية، المجلد 20، العدد 84، ص 637 - 654.
15. مجلس التطوير الاقتصادي (2010). التقرير الأول عن حالة السكان في ليبيا، ص 25.
16. المركز الوطني للمواصفات والمعايير القياسية (2008). المواصفة القياسية رقم (53) الخاصة ببطاقة بيانات المنتجات الغذائية لسنة 2008.
17. المقداد، فايز؛ الجنادي، أسامة ورفاعي، أحمد (2014). قياس وعي المستهلك تجاه سلامة الغذاء والعوامل المؤثرة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الزراعية، المجلد 30، العدد 2، ص 257 - 270.
18. المواصفة القياسية الخاصة بتوسيم الأغذية المعبأة مسبقاً (CXS 1- 1985) الصادرة عن منظمة الكودكس (Codex Alimentarius) والمعدلة في 2018، ص 1 - 13.
19. النسور، إياد عبد الحميد والقحطاني، مبارك بن فهيد (2013). سلوك المستهلك: المؤثرات الاجتماعية والثقافية والنفسية والتربوية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن
20. وزارة التخطيط الليبية (2018). مصلحة الإحصاء والتعداد، إحصاءات التجارة الخارجية الليبية لعام 2018، www.bsc.ly

المراجع الأجنبية

1. Jamieson, S. (2004). Likert scales: how to abuse them Blackwell Publishing Ltd Medical Education 2004; 38: 1212–1218.
2. Pierson, M. (2012). HACCP: principles and applications. Springer Science & Business Media.
3. <https://fanack.com/ar/libya/population> Data of world Bank, World population, United Nation UN, 2019.
4. Durlauf, S. N., & Blume, L. (2008). The new Palgrave dictionary of economics (Vol. 6). London, UK: Palgrave Macmillan.

تقييم النمط الاستهلاكي لسكان مدينة مصراتة من خلال التردد على محال الأسماك بالمدينة

خلال العام 2019م

فرج سليمان السريتي

كلية التقنية الطبية / مصراتة

E-mail: farg9958@yahoo.com

الملخص

جرت الدراسة خلال العام 2019م على مواقع بيع الأسماك بمدينة مصراتة وهي: (1) سوق قصر أحمد للأسماك، (2) محل تجاري لبيع الأسماك (أ)، (3) محل تجاري (ب) بمصراتة المدينة، (4) محل بيع أسماك في أسواق حرة، وكان المستوى البيئي لهذه المواقع من حيث النظافة والتلوث والعمالة، كان موقع بيع سوق قصر أحمد هو الأكثر اهتماما بالنظافة والبيئة، وعن أقبال المستهلك في شراء الأسماك لوحظ أن أسماك السردين والرزام والتريليا هي الأكثر. ولوحظ أن المناطق القريبة من البحر هي الأكثر استهلاكاً للأسماك عنها من المناطق البعيدة عن البحر حيث أن المواطن القريب من البحر يستهلك 104 كجم سنوياً بينما المستهلك في المنطقة الثانية 65 كجم سنوياً وأن الفئة العمرية الأكثر استهلاكاً هي ما فوق 36 عاماً وأن الذكور أكثر استهلاكاً من الإناث وإن أسماك الفروج والتريليا والساورو والدوت والشكورفو هي الأكثر تواجد في جميع مواسم السنة، وعند الكشف عن الطفيليات الخارجية والداخلية وجد إصابة أسماك الفروج والشكورفو بنوع من الطفيليات الخارجية وأسماك السردين وجد إصابتها بطفيليات داخلية نوع تريماتودا (Trematoda)، أما من حيث التحليل الإحصائي باستخدَام مربع كاي نجد أن: $P, value > 0.05$ لا توجد فروق معنوية.

الكلمات الدالة: أسماك - مستهلك - مواسم - سوق سمك.

المقدمة

لقد حبا الله ليبيا بساحل طويل يحدها من الشمال البحر الابيض المتوسط وبطول لا يقل عن ألفي كيلو متر ويمتد إلى العمق جرف قاري يتفاوت في بعده عن الشاطئ من عدة أمتار إلى عدة كيلومترات، هذا الجرف هو النبع الاقتصادي في الثروات الحية وكذلك الثروات غير الحية. فالأسماك ذات القيمة الاقتصادية تعيش على الجرف القاري وتتم فيه الأسماك المهاجرة مثل أسماك التونة والسردين والكوالي، هذا ويعيش على الجرف القاري أجود أنواع الاسفنج الذي كان ذا اهمية اقتصادية كبيرة، فالثروات الحية التي انعم الله بها علينا متمثلة في الأسماك بجميع انواعها واشكالها، والقشريات مثل الجمبري والقواقع مختلفة الأنواع والاشكال اضافة الى الاسفنج كما سبق الإشارة اليه، اما المصادر الغير حية فهي النفط في حقل البوري وغيره من الحقول (الغنودي 2012). ومعدل استهلاك الفرد في بعض دول البحر المتوسط مثل ليبيا حوالي أكثر من 3 و اقل من 6 كيلوجرام في العام وفي الجزائر اقل من 30 كيلوجرام / سنويا، وكذلك المغرب اما في فرنسا يصل الى أكثر من 90 كيلوجرام / سنويا. وكذلك في ايطاليا واسبانيا، وفي لبنان حوالي من 30 الى 60 كيلوجرام / سنويا (Michel 1989). والاتجاه العالمي للمنتجات البحرية وتجارها قد قل وتناقص خلال العقود الاخيرة في القرن الماضي ومن المتوقع أن يستمر هذا التناقص نتيجة لعمليات الصيد غير المرشد مثل صيد الجرافات، وأدى ذلك الى استنزاف المخزونات السمكية الا انه في المتوقع ان تزيد نسبة مساهمة الدول النامية في التجارة الدولية للأسماك خلال السنوات القادمة. وفي ليبيا تمت زيادة مطردة في الانتاج بداية للعام 1988 كما انعكست زيادة المنتجات السمكية على زيادة متوسط نصيب الفرد من الأسماك الطازجة بالإضافة الى زيادة تعليب المنتج (منال 2002) (Bell & Canterbury 1976).

المواد وطرق العمل

- اشتملت الدراسة على الزيارة الميدانية لعدد أربع مواقع هي: (1/ سوق قصر أحمد للأسماك
- 2/ محل تجاري للأسماك بقصر أحمد 3/ محل تجاري للأسماك بمدينة مصراتة 4/ محل تجاري في الأسواق الحرة الأسبوعية)، وكانت الدراسة على نظافة المحل أو السوق، المستوى البيئي للمكان وطرق التعامل وتداول الأسماك مع المستهلك.
- كذلك شملت الدراسة استبيان تضمن الأسماك التي كانت الاكثر اقبالا من قبل المواطن.

- كذلك الأسماك الأكثر استهلاكاً بين المناطق الشاطئية مثل: قصر أحمد - السواوة - زريق، ومناطق الداخل مثل ال والغيران وطمينة.
- شملت الدراسة الأسماك الأكثر تواجداً في السوق خلال المواسم المختلفة.
- شملت الدراسة كذلك الكشف الظاهري لبعض الأسماك بسوق قصر أحمد التجاري وكذلك الكشف عن الطفيليات في بعض الأسماك.

وتضمنت الدراسة الأسماك الآتية:

سمكة الفروج (Epinephelus maryinatus) - سمكة البطاطا (rivulatus) - سمكة السردين (Sardinella aurite) - سمكة الشكورفو (Scorpaena scrofa) - سمكة المرجان (Pagellus erythrinus) - سمكة الدندش (Dentex dente) - سمكة الدوت (Epinephelus costae) - سمكة القاروس (European seabass) - سمكة اليوري (Mugilcephalus auratus) - سمكة الشرقان (Diplodus sargus) - سمكة التريليا (Mullus surmuletus) - سمكة المنكوس (Lithognathus mormyrus) - و كلب البحر / ميتول / (Mustelus mustelus) - سمكة اوروتا (Sparus aurate) - سمكة الرزام (Eutbynus aletteratus) - سمكة ابوسيف (Xipbias gladius) - سمكة الصاورو (Trachurus mediteraheus) - سمكة الشلابة (Sarpasalpa) - سمكة القوقع (Dusky groupen epinephelus) - سمكة الحلوفة (Balistes carolinensis) - سمكة الزرقاني (Isurus oxyrinchus) - سمكة جفالي (Dentex gibbosus) - سمكة الكاوالي (Scomber scombrus)

* تم التصنيف بناء على منشورات ودوريات مركز بحوث الأحياء البحرية طرابلس.

جدول (1): حالة اسواق بيع الأسماك وطرق التعامل مع الأسماك بمصراتة للعام (2019م)

الموقع					ر.م
ملاحظات	سوق حرة لبيع الأسماك	محل تجاري بمصراتة (2)	قصر أحمد محل تجاري (1)	سوق قصر أحمد للأسماك	
/	لا توجد	عادية	عادية	جيدة	النظافة
/	موجودة بكثرة	موجودة	موجودة	قليلة	الحشرات
/	لا توجد مادة للحفظ	غير متلج	غير متلج	بواسطة ثلج عادي	التلج
/	الارضية ترابية غير صالحة للتنظيف	عادية	عادية	جيدة مع وجود ماء بحر	الارضية مع التنظيف
/	يوجد تلوث بالغبار والسيارات ومخلفات أخرى	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	التلوث الهوائي وغبار السيارات
/	غير جيدة	متوسطة	متوسطة	جيدة	حالة الأسماك
/	ليبية + أفريقية	ليبية + عربية	ليبية + أفريقية	ليبية + أفريقية + عربية	العمالة
/	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	استعمال قفاز اليد
/	توجد	لا توجد	لا توجد	لا توجد	العرضة للشمس

جدول (2): الأسماك الأكثر اقبالاً لدى المستهلك بمدينة مصراتة للعام 2019م

ر.م	سردين	مرجان	فروج	صاورو	كاوالي	تريليا	اورتا	مستول	رزام
1	+	+	-	+	+	+	+	-	+
2	+	-	-	+	-	+	-	-	-
3	+	-	+	+	-	+	+	-	-
4	+	+	+	-	+	-	+	-	+
5	+	-	-	+	+	+	-	+	-
6	+	+	-	-	+	+	-	-	+
7	+	-	-	+	-	+	+	-	-
8	-	-	+	-	-	+	-	+	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	+	-	-	+	+	+	+	-	-
11	+	+	+	+	+	-	+	-	+
12	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	-	+	+	-	-	-	-	-	+
14	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	+	+	+	+	+	+	+	+	+
16	-	+	+	+	-	-	+	-	-
17	-	+	+	+	-	-	+	+	-
18	-	-	-	-	-	-	-	-	-
19	+	-	-	+	+	+	-	-	+
20	+	-	-	-	+	-	+	-	+
21	+	+	+	+	+	+	+	+	+
22	+	-	-	-	-	-	-	+	+
23	+	-	-	+	+	+	-	-	+
24	-	+	+	-	-	+	-	-	-
25	+	+	-	-	-	+	-	+	+
26	+	-	-	+	-	-	+	-	+
27	+	-	-	-	-	-	+	-	+
28	-	-	+	+	-	+	-	-	-
29	+	-	-	-	-	-	-	-	+
30	-	-	-	-	-	-	-	-	-
31	+	+	+	+	+	+	+	+	+
32	+	-	-	+	-	-	-	-	+
33	-	-	+	-	-	-	+	-	-
34	+	+	+	+	+	+	+	+	+
35	-	-	-	-	-	-	-	-	-
36	+	-	-	-	-	-	-	-	+
37	-	+	+	-	-	-	-	-	-
38	-	-	-	-	-	-	-	-	-
39	+	-	-	+	+	+	+	-	+
40	+	-	-	-	-	-	-	-	+
41	-	+	+	-	-	-	+	+	-
42	+	-	-	+	+	-	-	-	+
43	+	-	-	+	+	-	-	-	+
44	-	+	-	-	-	-	-	-	-
45	+	-	-	+	-	-	-	-	+
46	-	-	+	-	-	-	+	-	-
47	+	+	+	+	+	+	+	+	+
48	+	-	-	-	+	-	-	-	+
49	-	-	+	-	-	-	-	-	-
50	+	-	-	+	+	-	-	-	+
المجموع	33	15	19	18	25	24	18	14	24
النسبة المئوية (%)	66.0	30.0	38.0	28.0	50.0	48.0	36.0	28.0	48.0

(+) مرغوب (-) غير مرغوب

جدول (3): يوضح أكثر المناطق استهلاكاً للمسمك ومنتجات البحر ومعدل الاستهلاك السنوي (حسب الجنس ونوع السمك)

الفئات العمرية الأكثر قبالاً على أكل السمك	معدل الاستهلاك في السنة	الاكل المفضل		الذكور / الاناث		الوجبات بالشهر		السمك المفضل	اسم المنطقة	ر.م
		الاناث	الذكور	الأكثر قبلاً	اليوم / اسبوع / شهر					
المتوسط 15-16 عام	104 كجم/سنة للعائلة	سردين كاوالي رزام تريليا	فروج دندشي شولة رزام تريليا	↓	↑	بين اسبوع الى اسبوعين		سردين - فروج - دوت - كاوالي - صاورو - شولة - تريليا - دندشي - رزام	قصر أحمد	1
				↑	↑	بين اسبوع الى اسبوعين		سردين - فروج - دوت - كاوالي - صاورو - شولة - تريليا - دندشي - رزام	السواوة	2
				↑	↑	بين اسبوع الى اسبوعين		سردين - فروج - دوت - كاوالي - صاورو - شولة - تريليا - دندشي - رزام	زريق	3
الاعلى 36 عام فما فوق	65 كجم/سنة للعائلة	سردين كوالي رزام	كلب سمك حلوفة	↓	↑	بين الشهر الى الشهرين		كلب سمك - حلوفة - سردين - كاوالي - رزام - كلامار	الكراريم	4
				↓	↑	بين الشهر الى الشهرين		كلب سمك - حلوفة - سردين - كاوالي - رزام - كلامار	الغيران	5
				↓	↑	بين الشهر الى الشهرين		كلب سمك - حلوفة - سردين - كاوالي - رزام - كلامار	طمينة	6

جدول (4): المواسم الأكثر تواجداً للمسمك والأكثر قبالاً للمستهلك

الفصل	نوع السمك	الربيع	الصيف	الخريف	الشتاء
		درجة اولى	دندشي + فروج + الدوت + القاروص + المغزل + البيوري	دندشي + فروج + الدوت	تريليا + شولة + اوراتا + جفالي + فروج
درجة ثانية	الشرقان + البيوري صغير + التريليا		رزام + شلبة + شولة صغير	رزام + ابو السيف	
درجة ثالثة	الشكورفو	الشكورفو	الشكورفو	الشكورفو	
درجة رابعة	منكوس صغير + كلب البحر	السردين + الكوالي + البوقا + البطاطا + قواقع + مفصليات	الصاورو + المنكوس + كلب البحر + زرقايه	كلب سمك + أسماك غضروفية	
أسماك في كل وقت	المنكوس + فروج + دوت + اوراتا	المنكوس + فروج + دوت + اوراتا	المنكوس + فروج + دوت + اوراتا	المنكوس + فروج + دوت + اوراتا	

جدول (5): الكشف عن الطفيليات الداخلية والخارجية في بعض الأسماك الموجودة بسوق قصر أحمد – مصراتة خلال العام 2016م

المرجان n = 20	شكوفو n = 20	السردين n = 20	صاورو n = 20	الفروج n = 20	نوع الطفيليات
لا توجد	قشريات نوع نيورسيلا	لا توجد	لا توجد	اكياس <i>Didymozoid</i> موجودة بالخيائيم	خارجية
لا توجد	لا توجد	<i>Parahemiurus</i> <i>merus</i> تريماتودا	<i>Trematoda</i> <i>spp</i>	تريماتودا نوع <i>Epinephelus guasu</i>	داخلية

التحليل الإحصائي

تم استخدام أسلوب الاستبيان للحصول على البيانات لعينة الدراسة وتم استخدام الأساليب الإحصائية التالية في الدراسة:

- العدد والنسبة للأسماك الأكثر إقبالا بمدينة مصراتة.
- استخدام اختبار ت للعينة الأحادية One Sample t Test وذلك لاختبار أن نسبة الإقبال تزيد عن 50% في مجتمع الدراسة لكل نوع من أنواع الأسماك.
- استخدام اختبار مربع كاي Chi-Square Test لدراسة هل هناك فروقات بين استهلاك هذه الأنواع من الأسماك.

وقد تم استخدام برنامج SPSS الإحصائي لتحليل البيانات وكانت النتائج كما بالجدول رقم

(6):

جدول رقم (6): يبين نتائج التحليل الإحصائي

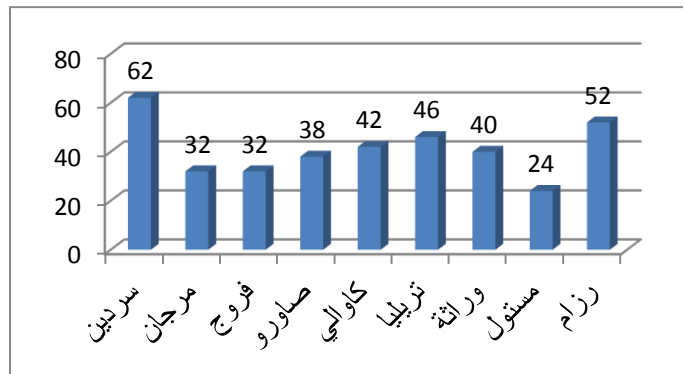
مستوى المعنوية P-value لاختبار مربع كاي	مستوى المعنوية P-value لاختبار t	النسبة	العدد	نوع السمك
0.118	.090	%62	31	سردين
	.009	%32	16	مرجان
	.009	%32	16	فروج
	.090	%38	19	صاورو
	.262	%42	21	كاوالي
	.577	%46	23	تريليا
	.159	%40	20	وراثة
	.000	%24	12	مستول
.780	%52	26	رزام	

من خلال الجدول السابق نستنتج أن:

- بالنسبة لسماك السردين كان 62% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أكبر من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك يساوي 50% في مجتمع الدراسة.
- بالنسبة لسماك المرجان كان 32% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أقل من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك أقل من 50% في مجتمع الدراسة.
- بالنسبة لسماك الفروج كان 32% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أقل من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك أقل 50% في مجتمع الدراسة.
- بالنسبة لسماك الصاورو كان 38% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أكبر من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك يساوي 50% في مجتمع الدراسة.
- بالنسبة لسماك الكوالي كان 42% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أكبر من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك يساوي 50% في مجتمع الدراسة.
- بالنسبة لسماك التريليا كان 46% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أكبر من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك يساوي 50% في مجتمع الدراسة.
- بالنسبة لسماك الوراثة كان 40% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أكبر من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك يساوي 50% في مجتمع الدراسة.
- بالنسبة لسماك المستول كان 24% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أقل من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك أقل من 50% في مجتمع الدراسة.

- بالنسبة لسماك الرزام كان 52% من عينة الدراسة يقبلون على هذا السمك، وكانت قيمة مستوى المعنوية P-value أكبر من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذا النوع من السمك يساوي 50% في مجتمع الدراسة.
- وبصفة عامة للمقارنة بين الإقبال على هذه الأنواع ككل استخدام اختبار مربع كاي نجد أن مستوى المعنوية P-value أكبر من 0.05 مما يدل أن نسبة الإقبال على هذه الأنواع من الأسماك لا يختلف كثيرا.

شكل رقم (1)



النتائج والمناقشة

نلاحظ من خلال النتائج المدونة في الجدول (1) وهو يتحدث عن مستوى النظافة والتعامل مع الأسماك بأربع مواقع هي سوق قصر أحمد والمحله التجاري قصر أحمد ومحله تجاري بالمدينة وسوق الأسماك الحرة.

نلاحظ ان سوق قصر احمد للأسماك هو الأكثر التزاما بالنظافة والمحافظة على الأسماك والمحافظة على نظافة الطاولات والأرضية وبعيد عن تلوث الغبار وعوادم السيارات يليه المحله التجاري قصر أحمد والمحله التجاري بالمدينة اما السوق الحرة للأسماك فهي في الحقيقة الأقل اهتماما بالبيئة من حيث تلوث الغبار والأرضية ومقاومة الحشرات والتعرض للشمس، عن غيره من الأسواق الخاصة بالمنتجات البحرية. اما من حيث الإقبال على شراء السمك من قبل المواطنين نلاحظ أن أكثر الأسماك إقبالا هي حسب الاستبيان والعدد كالتالي لعدد 50 شخص السردين (33) والرزام (24) والكوالي (25) والتربيلا (24) والفروج (19) والصارو (18) والوراثه (18) والمسيول (14) جدول (2). اما أكثر المناطق استهلاكا للسمك ومنتجات البحر هي قصر أحمد والسواوة وزريق وهي مناطق ساحلية وقريبة من البحر واقل المناطق هي

الكراريم والغيران وطمينة أي وجبة كل اسبوع او اسبوعين بينما المناطق الاخرى وجبة كل شهر او شهر ونصف تقريبا، والذكور أكثر اقبالا من الاناث، ومعدل استهلاك الأسماك في المنطقة الاولى يساوي (104 كجم / عام) والمنطقة الثانية (65 كجم / عام) وأكثر الفئات العمرية اقبالا على اكل السمك هي الفئة الأكثر من 36 عام تليه الفئة من 16 - 35 عام (جدول 3). أما من حيث الاستهلاك طوال الموسم (موسم الربيع) نظرا لموسم الاباضة ثم الخريف ثم الشتاء وأقلها الصيف (جدول 4). أما من ناحية الكشف عن الطفيليات الخارجية والداخلية وأقلها أسماك الفروج والساورو والسردين والشكورفو والمرجان وعند اخذ 20 عينة من كل نوع، وجد اصابة الفروج بطفيل (Didymozoid) وداخليا تريماتود نوع (Epinephelus Guasu) ، وفي أسماك الصاورو وجد اصابتها بنوع من (Trematode spp) ووجد اصابة السردين بتريماتودا نوع (Parahemiurus Merns) واصابة أسماك الشكورفو خارجيا بالقشريات نوع نيورسيلا ، ولم نتحصل على أي اصابة طفيلية في سمك المرجان (جدول 5).

وفي دراسة قام بها (بالنور 2013) اثبت فيها أن سمكة المرجان مقارنة بسمكة البطاطا اقل نقوس من سمكة البطاطا وأكثر احمرارا للخياشيم وأكثر تماسك في الجلد ولكن في براءة العيون أثبتت الدراسة ان سمكة البطاطا كانت الافضل، وهناك باعة قد يلجئون الى الغش في خلط الأسماك حديثة الصيد مع مثلجة أو مصطادة قديما (عبد المجيد 2005).

وعن الحفظ والتخزين هناك دراسة دلت على ان جودة سمكة السردين تقل بعد تجميدها بعد ثلاثة أشهر وتصل درجة عدم القبول عندما تصل الى الشهر الخامس والسادس عند درجة (- 22 + 1 °C) (حسان وآخرون 2008).

وقد تقل القيمة الغذائية ونسب المواد في أسماك السردين المصطادة في شهر اكتوبر من بحر الادرياتيك عن المصطادة في شهر ابريل بنسبة 23.11% - 37.4% (Bakdrati etal) (1982).

وفي دراسة اخرى تقول ان نسبة الدهن في أسماك البوقا ترتفع خلال شهر يونيو حتى ديسمبر وتبدأ في الانخفاض خلال شهر فبراير حتى مايو وبداية فصل نمو المناسل وتستمر فترة التبييض في شهر فبراير وحتى مايو وهنا يصبح اقبال الناس وجودة لحوم الأسماك هي الافضل لدى المستهلك (El-sherief etal 1995).

وتقول (ابو حليقة 2019) عن النمط الاستهلاكي للأسماك بمدينة طرابلس ان الاناث اكثر تقبلا من الذكور وهذا عكس ما جرى في دراستنا وان الفئة العمرية من 36 - 45 عام هي الاكثر استهلاكاً للمنتجات البحرية وهذا موافق لدراستنا، وان سمك السردين هي الاحب للمستهلك بنسبة 58% يليها سمكة اوراتا بنسبة 47% وسمكة الماكرين بنسبة 37% وبلغ متوسط استهلاك الفرد من السمك 21.4 كجم/الفرد في السنة، قد تكون هذه المعلومات مطابقة للبحث ، وبالحديث عن جودة الأسماك وخاصة السردين والتي تنتج وهي سمكة فاخرة وهي سمكة سطحية تعيش في مجموعات ويتم اصطيادها بشباك التحليق عند غياب ضوء القمر (Kendo 1986) ، وعن تواجد الكوالي تقول الدراسات ان السمكة يكثر انتاجها خلال الفترة من مايو حتى اكتوبر من كل عام لهذا نرى اقبال من المستهلك لشراء هذه السمكة ، والكوالي يعيش في كل المناطق الساحلية الليبية (Contransimex 1977) (Sogreah 1973) (Giama etal 1987) .

وقد يرجع السبب في عدم اقبال المواطن على شراء السمك لعدة عوامل أولاً غياب الوعي الثقافي التغذوي لأهمية السمك وثانيها غلاء الأسعار الغلاء الفاحش هذه الايام وثالثها أن لحوم السمك لا تصلح حسب قولهم أن تكون أكالات شعبية أخرى مثل ما يحدث في اللحوم الحمراء وربما سبب رابع إلى الرائحة المصاحبة للحوم الأسماك وخاصة أن الأسماك هذه الايام لا تباع مباشرة وقد يلجئ البائع إلى الخلط بين الأسماك الجديدة والمتلجة لترويج بضاعته مستغلاً عدم معرفة المستهلك لنوع السمك.

التوصيات:

1. إلزام الدولة بالاهتمام بالموانئ البحرية وسوق الأسماك الخاص بالمنتجات البحرية صحياً وبيئياً.
2. إلزام إدارة سوق الأسماك في وضع برنامج علمي مع مركز أبحاث الأحياء البحرية بطرابلس.
3. دور المؤسسات الثقافية والإعلامية في زرع الثقافة التغذوية وخاصة في مجال الأسماك والمنتجات البحرية من خلال الاذاعات المرئية والمسموعة والمجلات العلمية والمطويات الدورية.

4. الاهتمام بدراسة علوم الأسماك والمزارع المائية بالجامعات وإمدادها بالإمكانيات المعملية والفنية.

5. تمكين المستهلكين من شراء الأسماك من خلال برنامج اقتصادي وزارة الاقتصاد.

6. وضع رقابة مع بيع وتداول الأسماك من قبل مركز الرقابة على الأغذية.

المراجع:

المراجع العربية:

1. الغنودي الشيباني (مظاهر الثروة البحرية في ليبيا) الطبعة الاولى 2012م.

2. منال وآخرون (2002) مجلة البيئة السنة الثانية العدد (9).

3. بالنور محمد (دراسة عن بيولوجية ومورفولوجية الأسماك لعينات من سمك المرجان وسمكة البطاطا البيضاء، المتحصل عليها من سوق مدينة الخمس) بحث جامعي بكلية العلوم جامعة المرقب 2013.

4. عبد المجيد حميد عبد الحميد (2005م) الاسس العلمية لإنتاج وحفظ الأسماك.

5. حسان توفيق - ابو حليقة ثريا، احمد عاشور، وخلف منال (العمر القرني لأسماك السردين الليبي المجمد. المجلة الليبية لعلوم البحار 2008 (عدد 12) صفحة 22-50).

6. ابو حليقة ثريا وحسان توفيق (2019) تقويم النمط الاستهلاكي للأسماك بمدينة طرابلس - ليبيا ومدى الوعي بأهميتها وقيمتها الغذائية، الندوة العلمية الثالثة - كلية الزراعة - جامعة طرابلس. ص 14-16 / اكتوبر 2019، طرابلس.

المراجع الأجنبية:

1. Michel G. 1989: A regional survey of the Acquaculture sector in the Mediterranean Acqculture development and coordination programme ADP/REP/89/34, FAO.Rome.Italy

2. Bell, FWS Canterbury, Er. 1976: Aquaculture for the developing countries-a feasibility study, Cambridge, Mass Ballinngen Publishing Bakdrati

3. Kendo K (1986). Relationship between long term Fluctuation in the Japanese sardine, Sardinops melanostictus and ocean orgaphic condition. oral persontation personted at the international symposium on long term change in marine fish population held at vigo. Spain 91-13 November 19

4. Sogreah, (1977), Trawl fishing ground off the Tripolitania coast, final report, part. V. Introduction, and general conclusion, 1-30
5. Contransimex, (1977), final report concerning the results of the fisheries oceanographic survey, carried out by the Romanian researcher teams on board of the vessel = Delta Dunarti and Gilort in the eastern territorial waters of the Libyan Arab Republic between Ras Azzarand Ras Karkura, I: 1-65
6. Bakdrati. G: Pirazzali P, Broglia E, Ambrogio Fand incertid. (1982) Effects of freezing method and cold storage on quality of sardine (*clupea pilchardus*, W), *Industria conserve*, 57 (a): 260-271
7. El-Sherif, R, Nafati A and El-Ajnaf S. (1995). Seasonal variation of fat and moisture content in small pelagic fish of Libya TBN No, 23
8. Giam, MS. EL-Tawil MY and Sanusi a (1987). Biological studies about mackerel (*Scomber japonicas*). from the western part of Jamahiryia. *Bulletin of M.B.R.C* No. 8:42-5

THE IMPACT OF CUSTOMER SATISFACTION ON PROFITABILITY

(EXPLORATORY STUDY ON LIBYAN CYBER FIRMS IN MISRATA CITY)

Ahmed Abulgaseem Trayna
Senior Lecturer

&

Ismail Ahmed Elshibani
Lecturer

Accounting Department
Economic College, Misrata University

a.trayna@eps.misratau.edu.ly

ismail.elshibani@eps.misratau.edu.ly

Abstract:

Customer satisfaction (CS) has been a topic of debate since 1980s. Accounting theoretician classified CS as a non-financial measure when it comes to quality. In Libya, there are some administrative studies took place to cover the importance of CS on goods and services enterprises. However, researches of linking CS to significant accounting index such as profitability are a few, especially in the field of cyber and technology, which had distinguished this study. The aim of this research is to measure the impact of CS in Libyan cyber companies on their profitability. The found of this study indicates that, there is a significant impact of CS on profitability of the Libyan cyber companies. Precisely, the CS has an effect on profitability by 68 %, which is leaving impression for business to focus more on their clients to improve their satisfaction that leads to better results of profit indicators, especially on the long term.

1. Introduction and Background

1.1 Introduction

The measurement of an organization's performance was primarily based on the use of traditional financial and accounting methods. However, modern economic theorists such as Zhang and Pan (2009) reveal that the measure of an organization's performance should also include non-financial measures that reflect various aspects of the corporate management activities. The need to enhance accountability and improve performance has prompted managers to use performance evaluation strategies that can help in improving the decision-making process. Although there are numerous studies that discuss the effect of consumer satisfaction on the profitability of organization, there is limited empirical evidence covering the Libyan cyber firms. For such concerns, it is vital to conduct an exploratory investigation to unravel the factors that affect consumer certification in the cyber/ internet industry in Libya and how this affects the profitability of these organizations. The research has focused on the major internet organizations in Misrata City in Libya, including Libyana, Almadar, LNET, LTT, and Alhadathah.

1.2 Background Information

The complexity of the business environment has increased the need for organizations to implement strategic management strategies that can be employed to enhance profitability. There is a host of management theories that offer different methods and strategies that can be employed by organizations to boost corporate image, attract more consumers, and gain a competitive edge over competitors. One of the strategies proposed by Yeng and Ennew (2001) is enhancing consumer satisfaction, which ultimately affects the consumer purchase patterns and decision-making. Scholars such as Suchánek and Králová (2015) and Yeng and Ennew (2001) have simplified the correlation between consumer satisfaction and profitability. According to Yeng and Ennew (2001), consumer satisfaction affects directly consumer loyalty, thereby lowering consumer's price sensitivity and increasing the organization's profitability. However, Suchánek and Králová (2015) claim that the correlation is not that direct, and an increase in consumer's satisfaction does not necessarily translate to sales. Furthermore, the diversity of consumers as well as expansion of marketing theories have indicated a change in consumer attitudes, perception, and expectations from brands and organizations. These changes have led to the need for the re-examination of the

concept of consumer satisfaction to examine the strategies that help organizations to boost consumer satisfaction and generate more profits. This paper is aimed to focus on consumer satisfaction with a particular focus on the internet sector in Libyan third biggest city by population called Misrata.

1.3 Project Justification

Majority of research on the subject have focused on the public relations aspect of the problem by examining how the organization's image, marketing techniques, and quality of products affect the satisfaction of consumers. Notably, there is a gap in research that examines how consumer's satisfaction can influence the profitability of an internet/ cyber organizations in Libya. The paper attempted to fill this gap by conducting an in-depth examination of the subject matter.

1.4 Research Objectives

The primary goal of the research is to examine the level of the relationship between consumer satisfaction and profitability in internet/ cyber organizations in Libya's Misrata City from an accounting perspective. The specific objectives of the research include:

- To explore how internet customers are satisfied with their providers of internet services in Misrata City.
- To investigate the impact of consumer satisfaction on organizational profitability for Misrata' cyber firms.

1.5 Research Question

This research is to answer the following main question:

- Is there any impact of consumer satisfaction on organizational profitability for Misrata cyber firms?

1.6 Research Hypothesis

There is an impact of consumer satisfaction on internet/ cyber organizational profitability in Misrata City, Libya.

2. Literature Review

2.1 Introduction

This section has examined the previous and current documented knowledge surrounding the subject. The investigation made use of theoretical and methodological contributions from different scholars to examine how consumer satisfaction can boost profitability in the internet sector in Misrata City, Libya.

2.2 Internet Sector in Libya

The Libyan organizations are facing challenges in an attempt to rebuild and enhance their profitability. According to Buddle (2019), the Libyan nation is attempting to rebuild its economy and infrastructure following the civil war that significantly resulted in instability. Much of the telecom infrastructure in Libya was either destroyed or stolen, including approximately 25% of the nation's mobile tower sites (Buddle, 2019). The current restructuring efforts have been affected by political instability in the nation, thereby affecting the growth prospects of telecom/ internet providers across the nation (Alhgig and Mehta, 2018). Despite the suitable growth experienced in 2017, 2018 and 2019, the nation is still experiencing economic uncertainties, a threat that has seen organizations avoid making significant investment in the economy due to the associated risks (Buddle, 2019).

Despite the challenges, internet providers are attempting to rebuild their infrastructure and take advantage of the high demand across the nation. In order to remain competitive, internet providers need to use strategies that can boost consumer satisfaction, guarantee growth, and enhance profitability. Telecommunication and electricity across Libya remain unstable, and there are frequent stoppages and cuts as a result of unauthorized construction, high demand, sabotage, and infrastructure damage (Freedom House, 2018). The internet penetration rate is estimated at 20% based on the 2016 statistics from the International Telecommunication Union (Freedom House, 2018). However, studies reveal a much higher rate due to flaws and limitations in collecting this internet penetration data. The major Information and Communication Technologies (ICT) companies in the market, including LPTIC, Libyana, Almadar, LNET, LTT, and Alhadathah, are expanding their operations across the nation to improve their market share and take advantage of the rising demand.

2.3 Correlation between Consumer Satisfaction and Profitability

The consumer satisfaction, as explained by Hallowell (1996), plays a crucial role in the decision-making of the consumers across the globe. The level of satisfaction illustrates the brand's commitment towards fulfilling the needs of the consumers and providing value for their money. The empirical research conducted by Hallowell (1996) reveals the existence of a causal relationship between consumer satisfaction and customer loyalty and the profitability of the entity. The research reveals that enhancement of consumer satisfaction can dramatically improve the overall profitability of an organization (Hallowell, 1996). The above arguments are in line with the literature presented by Nijar et al. (2008) who reiterates that enhancing consumer satisfaction demands the investment of crucial resources. However, the findings by Nijar et al. (2008) differ from those presented by Hallowell, and depicts that consumer satisfaction does not necessarily translate to higher profits.

Sun and Kim (2013) conducted an investigation of the impact of consumer satisfaction on profitability in the hospitality industry. The investigation revealed that consumer satisfaction can be reflected on the various profitability indicators, including return on equity, return on assets, and profit margin. Furthermore, the importance of consumer satisfaction can be based on other aspects that directly affect profitability. Balaji (2009) conducted an investigation to examine the correlation between consumer satisfaction, repurchase intentions, and price tolerance. The investigation indicated a positive relationship between these factors, thereby proving the importance of consumer satisfaction on profitability. Additionally, the investigation by Yeung, Ging, and Ennew (2002) reveals that although the impact of consumer satisfaction may be obscured in the short-term, it is prevalent in the long-run and affects an organizations overall performance.

Consumer satisfaction in the internet services offered can translate to consumer loyalty and increase in purchase habits, thereby enhancing the profitability of an organization. Security of information system has been also considered a major factor that can affect customer satisfaction. It is obvious for many researchers that the requirement permanently computer system security can be quite large. Information system security has long been found to influence customer satisfaction. However, 65 % reduction in CS due to information systems security has been a significant finding by US survey on security and privacy (Vaesi and Chin, 2015). Furthermore, a study was

carried out by Akgam (2013) reveals that 1% change in security leads to 30.3% decrease in customer satisfaction. This result suggests that security has a little influence on customer satisfaction. Nonetheless, there is a vital need to explore that complex correlation between security and customer satisfaction.

Erevelles, Srinivasan, and Rangel (2003) make use of different theories and models, including the attribution model, the expectations-disconfirmation model, and the affective model. These theories reveal that the satisfaction levels of internet service provider customers are relatively low, despite the fact that consumer expectations are also low (Erevelles et al., 2003). Notably, Erevelles et al. (2003) argues that ensuring reliability, speed, and quality of internet services is vital in enhancing the profitability of the organization. However, achieving all these aspects is extremely challenging for Libyan internet providers considering the chronic shortage of supportive infrastructure that can help ensure quality, reliability, and speed. The civil unrest resulted in vandalism and destruction of the existing internet infrastructure in Misrata City and other parts of Libya. This has significantly affected the reliability of internet and electricity in the region. As such, maintaining consumer satisfaction is challenging, and the organizations have been forced to enhance efficiency in other areas such as pricing to remain relevant and gain a competitive edge.

The internet service industry is complex since consumer satisfaction cannot be measured using conventional methods. Cho, Byun, and Sung (2003) reveals that internet usage has brought tremendous changes in consumer behavior and perceptions. Notably, Cho et al. (2003) claim that the speed of the internet, as well as the reliability of the infrastructure has a positive impact on the level of consumer satisfaction based on the dimension of convenience. The presence of an appropriate management system can help the organization provide the appropriate services to consumers, thereby improving their loyalty and satisfaction and overall profitability.

3. Research Methodology

3.1 Introduction

Internet services still do not satisfy the clients of cyber companies in Libya due to shortage of cyber providers. According to Libyan commercial guide. However, demand on internet services is significantly increasing and still inadequate internet providers comparing to other nations. Misrata city is the research area and it is one of the biggest commercial city in Libya, also; it is the third city in Libya by population.

This section discusses the methods utilized in the research process to help answer the research questions and fill the research gap. The section discussed the research design as well as the methods employed in the research process.

3.2 Research design and data collection

For the purposes of this paper, research has conducted in forms of two questionnaires in which data ascertained. The first questionnaire has been divided into three areas, as for the objectives of research, the three areas devoted to quality service (five questions), customer loyalty (five questions) and security service (five questions), which all were used to lead to major matter of customer satisfaction. These sections contained rating scale questions and this questionnaire have been filled by clients of surveyed companies and had distributed during autumn of 2019. In fact, 200 questionnaires were filled; seventeen among them were discarded due to reasons such as partial filling or misunderstanding which had left 183 valid questionnaires to be analyzed.

The second questionnaire distributed to respondents who work in the financial and administrative departments of six surveyed enterprises based in the city of Misrata in Libya. The firms include, LNET, LTT, LPTIC, Alhadathah, Almadar, and Libyana, which can be considered the vast major internet providers in Misrata city. This questionnaire was splatted into two sections that include CS (ten questions) and profitability (seven questions). The sample of enterprises questionnaires were send to forty employees who work for the internet companies and they were questioned during January of 2020. These forty questionnaires were handed to mangers and accountants of surveyed companies. The vast majority of filled questionnaire were handed back except

eight questionnaires due delays and to not responding reasons. Thus, (32) filled questionnaire have been received and analyzed.

3.3 Data Analysis and Results

Beyond data collection through the questionnaires, data was analyzed using the statistical software (SPSS). Prior testing the research hypothesis, a survey was handed to 200 internet users in different locations and people encompassing café's, libraries schools and malls. Respondents, also, vary to include different ages, genders, work specialties and experience. However, 183 filled surveys were gathered and analyzed to be sum up as the following;

CS on Libyan cyber companies was measured utilizing designed survey which splatted into three sections including internet service quality, customer loyalty and service security.

- Mean questions regarding quality of service equal to 3.05 and standard deviation equal to 0.834, which indicate to general trend toward intermediate agreeing degree about quality service. Thus, customers seems not fully satisfied with the quality of internet services that offered by the Libyan cyber companies.
- The mean of questions regarding customer loyalty equal to 3.236 and standard deviation equal to 0.906, which indicate to general trend toward intermediate agreeing about customer loyalty. However, the degree of agreeing on loyalty seems a bit better than on service quality even though for both section, customers still not absolutely satisfied.
- The mean of questions regarding service of security equal to 3.07 and standard deviation equal to 0.762, which indicate to general trend toward **intermediate agreeing** about service security.

On Other hands, the impact of CS on profitability tested by the second questionnaire.

Analyzing data collected from the questionnaire to test reliability and stability by using test called Alpha Cronbach, which placed as shown.

Table (1) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Number of Items
0.837	17

Alpha Cronbach`s equal to 0.837 which can be considered as a significant indictor that the questionnaire is reliable (Alpha Cronbach's Range is 0-1).

Table (2) Customer Satisfaction

No.	Customer satisfaction	Mean	Std. Deviation	Agreement degree
1	The company provides clients with a quick and qualified internet services.	3.84	0.847	
2	The company often develop its equipment and the internet services.	4.16	0.723	
3	The company offers pro-sale services and maintenance for customers.	4.06	0.716	
4	The company adopt qualified policy to decrease its costs and keep or increase the quality of internet services.	3.72	0.888	
5	Costing system of the company is appropriate and help to reduce costs	3.31	0.780	
6	The company implements qualified electronic system that safe time, money and efforts.	4.53	0.567	
7	There is increased demand to obtain cyber services.	4.41	0.665	
8	The company adopt a policy to save the privacy of clients.	4.34	0.827	
9	There is continuous developing in the company buildings and understructures.	3.38	0.871	
10	There is continuous developing in the company equipment and instruments	4.19	0.859	
	X	3.99	0.413	
	Valid N (list wise)			

Table (2) illustrate the agreeing degree regarding CS on services provided by researched businesses. The sentences were set according to their agreeing degrees starting from high or strong agreeing towards less and less agreeing.

- The mean of the answers regarding point (6) equal to 4.53 and slandered deviation 0.567 which indicate to general trend towards a strong agreeing degree with this phrase.

- The mean of the answers regarding point (7) equal to 4.41 and standard deviation 0.665 which indicate to general trend toward a strong agreeing degree with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (8) equal to 4.34 and standard deviation 0.827 which indicate to general trend toward a strong agreeing degree with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (10) equal to 4.19 and standard deviation 0.859 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (2) equal to 4.16 and standard deviation 0.723 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (3) equal to 4.06 and standard deviation 0.716 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (1) equal to 3.84 and standard deviation 0.847 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (4) equal to 3.72 and standard deviation 0.888 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (9) equal to 3.37 and standard deviation 0.871, which indicate to general trend toward intermediate agreeing with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (5) equal to 3.31 and standard deviation 0.780, which indicate to general trend toward intermediate agreeing with this phrase.

To sum up, the mean of answers regarding the total section (customer satisfaction) equal to 3.99 and the standard deviation 4.13 resulting in general trend towards agreeing, which lead to accept that there is an adequate CS on internet services provided by cyber companies in the city of Misrata.

Table (3) Profitability

No.	Profitability	Mean	Std. Deviation
1	The number of clients of the company is increasing.	4.31	0.535
2	The company apply appropriate price policies to price its services and offers.	3.94	1.014
3	The company provides its customers with diverted offers those can meet their requests and hopes.	4.44	0.564
4	The company adopts appropriate cost policies to price its offers and services.	3.72	0.683
5	The company adopts appropriate marketing policies to sell its services.	3.44	0.914
6	CS leads to increase profitability.	4.44	0.716
7	If CS leads to increase profitability, in your view, this increase expected to be in the long term.	3.72	0.851
	Y	4.00	0.447

Table (3) illustrate the agreeing degree regarding profitability. The sentences were set according to their agreeing degrees starting from high or strong agreeing towards less and less agreeing.

- The mean of the answers regarding point (2) equal to 3.94 and slandered deviation 1.014 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (3) equal to 4.44 and slandered deviation 0.564 which indicate to general trend towards a strong agreeing degree with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (6) equal to 4.44 and slandered deviation 0.716 which indicate to general trend towards a strong agreeing degree with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (1) equal to 4.31 and slandered deviation 0.535 which indicate to general trend towards a strong agreeing degree with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (7) equal to 3.72 and slandered deviation 0.851 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.

- The mean of the answers regarding point (4) equal to 3.72 and standard deviation 0.682 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.
- The mean of the answers regarding point (5) equal to 3.44 and standard deviation 0.914 which indicate to general trend toward agreeing with this phrase.

In summary, the mean of answers regarding the total section (profitability) equal to 4.00 and the standard deviation 0.447 resulting in general trend towards agreeing with the research hypothesis, which lead to accepting that there is clear and strong impact of CS on business profitability.

Hypothesis Test

There is a statistically significant impact of CS on profitability. To prove this hypothesis a simple linear regression test was made.

Table (4) Statistics

Independent variable	R	R Square	B (regression coefficient)	Calculated t	P-Value	Decision
Customer Satisfaction	0.83	0.68	0.827	8.063	0.00	Accept H1

By looking at table (4), it is noticeable that P-value = zero and less than 0.05 (P-value < 0.05) which leads to refusing H0 and accepting H1. Thus, its emphasis that there is statistically significant impact of CS on profitability.

Furthermore, it is noticeable that, there is positive correlation between the independent and dependent variables shown on table as the value of R (R=0.83). In addition, the independent variable, customer satisfaction, has effect on dependent variable, profitability, by 68% which can be seen from the value of R square (R square = 0.68). Finally, the value of B (B= 0.827) give the meaning of , if there is change, any change by 1 unit in CS met by a change by (0.827 unit) or around 83% in the profitability.

Conclusion, Recommendations and Limitations

4.1 Conclusion

At the end of this research, it is concluded that:

- There is an adequate customer satisfaction on internet services that provided by cyber companies in the city of Misrata, in Libya.
- There is clear and significant impact of CS on internet providers' profitability.
- By surveying customers, the researchers found out that, the majority of customers are not fully satisfied by the security of internet services provided by companies, which might create untrusting turn between customers and businesses.
- Internet has become a vital instrument for people and businesses. However, in Libya, internet services still in need to be developed and the reason that there is shortage of internet providers, which reduce competition between companies in Misrata, as there are only around 7 competitive cyber companies.

4.2 Recommendations

The researchers recommend that:

- Cyber companies are recommend to pay more attention to customer service and listen carefully to clients' complaints to insure the satisfaction of their customers, which will improve overall the profitability.
- It recommended for upright research to questions larger number of accountants and managers work for larger number of cyber companies and branches in many different cities throughout the country and may set comparisons.

4.3 Limitations:

Research limitations can be summarized as following:

- Research shortage to cover CS in the services sector in general and especially cyber companies in Libya as there is a few studies placed in cyber industry and the majority cover banking sector.
- Political and economic instability that led to cover, only, Misrata city and exclude big cities by population like Tripoli and Benghazi.

- There were some other obstacles such as difficulty in contacting with opponent of cyber companies and notice some uncaring and delays in handing the questionnaire back.

References

- Akgam, H 2013 "Study of Customer Satisfaction in the Banking Sector in Libya" Msc thesis, university of Utara Malaysia.
- Alhgig, AN and Mehta, R 2018, "A Study on Communications and Information Technology in Libya over the Past Decades," *IOSR Journal of Business and Management*, vol. 20, pp. 7-22.
- Balaji, MS 2009, "CS with Indian Mobile Services," *The IUP Journal of Management Research*, Vol. 8, No. 10, pp. 52-62.
- Buddle 2019, Libya - Telecoms, Mobile and Broadband - Statistics and Analyses, *Libya*, available from <https://www.budde.com.au/Research/Libya-Telecoms-Mobile-and-Broadband-Statistics-and-Analyses>, accessed December 17, 2019.
- Cho, S, Byun, J and Sung, M 2003, "Impact of the high-speed Internet on user behaviors: case study in Korea," *Internet Research*, Vol. 13, No. 1, pp. 49-60.
- Erevelles, S, Srinivasan, S and Rangel, S 2003, "Consumer Satisfaction for Internet Service Providers: An Analysis of Underlying Processes," *Information Technology and Management*, Vol. 4, No. 1, pp. 69-89.
- Freedom House 2018, Freedom on the Net 2018 – Libya, *Ref World*, available from <https://www.refworld.org/docid/5be16b08a.html>, accessed December 17, 2019.
- Hallowell, R 1996, "The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study," *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7, No. 4, pp. 27-42.
- Murugiah, L and Akgam, H 2015, "Study of Customer Satisfaction in the Banking Sector in Libya," *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 7.
- Niraj, R, Foster, G, Gupta, M and Narasimhan, C 2008 "Understanding customer level profitability implications of satisfaction programs," *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 23, No. 7, pp. 454-463.

- Suchánek, P and Králová, M 2015, "Effect of CS on Company Performance," *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, Vol. 63, No. 3, pp. 1013-1021.
- Sun, K and Kim, D 2013, "Does CS increase firm performance? An application of American CS Index (ACSI)," *International Journal of Hospitality Management*, vol. 35, pp. 68-77.
- Vaezi, R and Chin, W 2015, "Measuring User Satisfaction with IS Security," available from <https://www.semanticscholar.org/paper/Measuring-User-Satisfaction-with-IS-Security-Chin-Vaezi/a2c5be20abe24dbf2a7e8fd0dcee10ac39257d65> , accessed December 17, 2019.
- Yeung, M and Ennew, C 2001, "Measuring the impact of CS on profitability: A sectoral analysis," *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 10, No. 2, pp. 106-116.
- Yeung, MH, Ging, LC and Ennew, CT 2002, "CS and profitability: A reappraisal of the nature of the relationship," *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 11, pp. 24-33.
- Zhang, C and Pan, F 2009, "The Impacts of CS on Profitability: A Study of State-Owned Enterprises in China," *Service Science*, Vol. 1, no. 1, pp. 21-30.

Investigation of the Genus *Anisakis* Among Atlantic Chub Mackerels (*Scomber colias* Gmelin, 1789) in Tripoli's Main Fish Markets, Libya

Mansour L E¹., Jalal M B²., Al-Khallab E H³., Saleh S M³., Atia A A⁴., Elmeghirbi W M⁵ and Gerish E KH^{2*}

¹ Department of Laboratories Technology- The Higher Institute of Sciences and Medical Technology/ Tripoli, Libya.

^{2,3,4} Department of Veterinary Medical Sciences, Department of Animal Production, Department of Agricultural Protection- The Higher Institute of Agricultural Technology/ Al-Gheran- Tripoli, Libya.

⁵ Department of Physiology, Biochemistry and Nutrition, Faculty of Veterinary Medicine/ University of Tripoli, Libya.

*Corresponding author: aqurish2001@yahoo.com

Abstract

Parasitism is a common incident in the marine environment and all species of fish are susceptible to being infested by various parasites. Thousands of parasitic species of fish are susceptible to being infested by various parasites. Thousands of parasitic species of fish are described in adult or larval form, which mainly belong to the groups of protozoa, arthropods, plathihelminths (trematodes and cestodes) and nematohelminths (nematodes). Anisakidosis is a zoonosis caused by the intake of the nematode of the genus *Anisakis* in its third larval stage (L₃). Atlantic chub mackerel (*Scomber colias* Gmelin, 1789), has great importance, both ecologically and economically in the Libya. From the economic point of view, it is possible to mean that Atlantic chub mackerel is the one of most abundant and frequent medium-sized pelagic species of fishing in the Libyan coastline. Atlantic chub mackerel is one of the most commercial significant species for the Libyan fishery. Consequently, in the period between 1st March to 28th April 2018, a total of 83 Atlantic chub mackerels were collected from two main fish markets in Tripoli, Libya to evaluate the parasitosis by infective larvae of the genus *Anisakis* spp. by the dissection method. Among the all examined fish, 15 of them (18.07%) were infested in abdominal cavity with nematodes parasites, and identified as a third stage larvae, belonging to the *Anisakis simplex*. Statistically, there are no correlation was detected between *A. simplex* intensity and host total weight, total length. Otherwise, significantly higher values of infection intensity were detected in the female of *S. colias*. Furthermore, this study indicates the need to continue efforts for deep investigate this metazoan parasite in different fish and cephalopod species in the coast of Tripoli, to represent the adequate risk of anisakidosis, and to alert the possible chance of the initial man case of anisakidosis in Libya, particularly among the people who more occupationally susceptible; like the fishmongers and fish processors, as well as to foreigners who prefer consume the raw or lightly cooked fish.

Key words: *Anisakis simplex*; Atlantic chub mackerel; public health; Anisakidosis; Tripoli, Libya.

Introduction

The parasitic fauna among marine fish species in the Libyan coast are not fully identified. Hence, it is imperative to determine the parasitic species particularly that have zoonotic potential. Likewise, if one considers the inadequate hygienic-sanitary conditions during their preparation; or eating habit that some non-Libyan resident's population has of consuming fishery products without having undergone an adequate cooking process. The existence of anisakid larvae in fish with commercial value can be a problem in two respects. Globally, the consequence resulting from the increased occurrence of these parasites in the fish of commercial value (Vidaček et al., 2009). Furthermore, there is a problem of public health where the risk of disease (Anisakidosis) may be direct due to ingestion of viable larvae in raw or insufficiently pickled, salted, smoked, and under-cooked fishery products or indirect, when larvae are present. *Anisakis simplex*, responsible for allergic reactions. The term "Anisakidosis" refers to diseases caused by parasites of the family *Anisakidae* and the term "anisakiosis" means parasitic infection digestive tract caused by ingestion of larvae of the genus *Anisakis* (Kassai et al., 1988). The species most commonly associated with human infection are; *Anisakis simplex* (or herring worm) and *Pseudoterranova decipiens* (cod or seal worm) (Audicana and Kennedy, 2008). The presence of larvae *Anisakis* in man, can evolve into distinct clinical pictures: digestive tract infection (gastric or intestinal anisakiosis) or occasionally of other organs (ectopic) and allergic forms, when *A. simplex* larvae are existing (gastroallergic anisakidosis and allergy to *A. simplex*) (Audicana and Kennedy, 2008). Gastric anisakiosis is the most common clinical form of parasitism by *A. simplex* (Daschner et al., 1997). The inflammatory reaction is due to the perforation of the larvae in the wall of the digestive tract with formation of eosinophilic granuloma and manifesting as abdominal pain, nausea and vomiting within 12 hours of ingestion of raw fish (Daschner et al., 2000). More than 90% of cases of anisakiosis are caused by a single larva but cases of massive parasitism are described (Daschner et al., 1997). Some patients have abdominal symptomatology accompanied by reaction IgE-mediated allergic hypersensitivity disorder with symptoms of urticaria, angioedema or anaphylaxis.

The Atlantic chub mackerel (*Scomber colias* Gmelin, 1789), is a pelagic cosmopolitan species inhabiting temperate and subtropical waters globally at depths ranging from near the surface down to 300 m (Collette and Naun 1983; Collette 1986). Tripoli is the capital city of Libya (32° 54' North latitude and 13° 11' East longitude), located in the northwest of the country on the periphery of Sahara, on a point of rock-strewn ground salient into the Mediterranean Sea. It is the most populous city, both locals and foreigners. Atlantic chub mackerel (colloquially named: “*cawalli*” according to the local dialect), is one of the most available and preferred for consumption fish among its inhabitants. This species of fish is a resource of great demand in the Libyan fish markets, due to their nutritional properties, so it finds in second place of importance fishing among pelagic species. Moreover, the studies performed on metazoan parasites fauna of *S. colias* along the Libyan coast are scarce, and a little considered in-depth. So, the present study aims to investigate the occurrence of infective larvae of nematodes of *Anisakis* spp. in the Atlantic chub mackerels from the main fish markets in Tripoli.

Material and methods

Sampling

During the period from 1 March till 28 April 2018, the parasitological study was performed on eighty-three specimens of Atlantic chub mackerel intended for human consumption. These fishes were collected from two main fish markets in Tripoli; The Central Fish Market (Bab El-Baher), and Souq Alhoot Fish Market. Each sample was introduced in a sterile bag and immediately transferred in portable thermoelectric coolers to the Microbiology lab at Biotechnology Research Centre (BTRC)/ Tripoli, Libya, where parasitological analysis was performed. The different samples were individually identified by recording total weight and length.

Parasitological procedures

The presence of infective larvae (third stage [L3]) of *Anisakis* spp. were investigated for body cavities and somatic musculature by using the dissection method. Subsequently, opening of the abdominal cavity where viscera, peritoneum and muscle were examined visually. Sex of the specimens was identified and recorded. Magnifying glass and handheld were used to improve visualization. The viscera were removed for a detailed macroscopic inspection, as a complement to this inspection, the digestive system was opened to verify its contents. For the data collection, a questionnaire

especially designed for these purposes was used. All the collected material was fixed and stored in 70° alcohol in properly classified microtubes, according to the number of whitening specimen from which they were extracted.

Once the sample collection tasks were completed, the larvae of *Anisakis* spp. were determined, based on the description of the morphological characteristics of the anisakid according to the criteria mentioned by Cheng (1986). Prior to the microscopic observation, the larvae were clarified, placing them in lactophenol solution for a minimum of 24 hours, in order to appreciate the internal structures that help their morphological identification.

As fundamental characteristics of the third larvae of the *anisakid* genus, certain structures of their anatomy were taken into account to arrive at an exact identification. The morphological criteria used for the identification of larvae present in fish are: the shape and size of the esophageal ventricle and the presence or absence of ventricular appendix and intestinal blind. The presence of an appendix, if it is previously projected, is recognized as an intestinal blind and if it is projected posterior to the ventricle area, it is known as a ventricular appendix. The position of the excretory pore is important for determination (Cheng 1986). Also, the colour of the larvae contributes to the recognition.

Morphological characteristics taken into account for identification of third larva of the genus *Anisakis* were:

- i. Ventral cuticular tooth.
- ii. Excretory pore located between the bases of the subventral lips.
- iii. A ventricle.
- iv. Absence of ventricular appendix.
- v. Absence of intestinal blind.
- vi. Whitish colour.
- vii. Ventricular-oblique bowel plane (*Anisakis simplex*).
- viii. Conical back end ending in a mucron.

For the determination errand, stereoscopic microscope was used.

Statistical analysis

For the statistical analysis, the software SPSS® 16.0 was used. Wilcoxon rank-sum test was used to compare the mean intensity of infection by sex. Whereas, Spearman's rank correlation coefficient was used to analyze the association between the variables of morphometric length-weight relationships.

Results and discussion

The prevalence and mean intensity of infection by 3rd larvae of *A. simplex*, the only pathogenic species for man found in this study, was 18.07% (i.e., 15 individuals were infested from 83 examined Atlantic chub mackerels) were found in abdominal cavity. By using Spearman's rank correlation coefficient there are no correlation was detected between the intensity of infection with *A. simplex* and host total weight, total length. Furthermore, by Wilcoxon rank-sum test, the females were more affected than males. It would be related to their behavior as need more nourishing feed in preparing to spawning season, which could increases the chance of catching the infestation. The dynamics of current anisakids larval infection in fish from the Libyan coast still unknown, and need more reviewing.

Unlike *A. physeteris*, the prevalence of *A. simplex* in other latitudes varies, and can reach up to 100% in teleost fish from the Norwegian coast (Strømnes *et al.*, 2000); in the United Arab Emirates parasites 40 commercial species, in some cases associated with *Hysterothylacium* spp. (Kardousha, 1992). This discrepancy would be explained by the differences in the time of the study; our research was carried out between March and April 2018 under apparently normal conditions, unlike the several studies who examined the genus of *Anisakis* among various fish species during different seasons. As well as, the variation in the findings could be due to the diagnostic method used. However, we have no valid arguments to explain these differences, although it is possible to speculate that it is due to the climatic changes produced in the marine ecosystem.

The knowledge of the ecological viewpoints of helminths in marine species of direct consumer commercial interest affecting public health is significant in ascertaining the extent of infection and proposing some control measures. Among these pathogens are the larvae of nematodes *Anisakis simplex*, *A. physeteris* and *Pseudoterranova*

decipiens which cause a parasitic zoonosis named anisakidosis, characterized by an eosinophilic infiltration, which evolves until the formation of granulomas due to the intake of raw or undercooked fish stews marine or squid infected with these larvae (Kagei *et al.*, 1978; Asato *et al.*, 1991; Ishikura *et al.*, 1992). Adults parasitize marine mammals (whales, dolphins and sea lions). The human is a paratenic host because the larva does not develop until the adult stage.

The infective larvae of *A. simplex* could survive for almost 2 months within anchovies in vinegar, since the heat treatment may be insufficient and not uniform and, finally, imported culinary practices such as smoking. Although there are unrest and conflicts in Libya, however there are quite people's number from foreign manpower, students, as well as migrants and asylum seekers from different countries of several continents. The most common risk practices in our country are the elaboration of traditional dishes from raw fish and cephalopod, such as cebiche, sashimi, and sushi for the foreigners particularly inhibit the study area, would be exposed to consequence of the infection. With respect to the prevention and control strategies of parasites of medical and ichthiopathological importance, the evisceration of fish should be evaluated before being frozen by artisanal fishers, as a possible strategy to reduce the risk of human infection.

In current study, the identification of 3rd larval forms of anisakid was based on morphological characters. Nevertheless, this recognition means places some obstacles, which are also due to the similarity between the species. The use of molecular techniques such as PCR (Chen *et al.*, 2008) admissible to verify that the methodologies using morphology were inadequate to recognize "true" species within genera of *Anisakis* and *Pseudoterranova*. The studies molecular genetics allowed us to identify seven species within the *A. simplex* complex, with structure genetics, biological cycle and geographical distribution distinctive and wide variety of hosts (Mattiucci *et al.*, 2002, 2005): *A. simplex* s.s. in the North Atlantic, *A. simplex* C in the North Pacific and southern waters below 30° N, and *A. pegreffi* in the Mediterranean Sea (Mattiucci *et al.*, 1997). *A. typica* in the Indian Ocean and Mediterranean Sea, *A. physeteris* in the Atlantic Ocean and Mediterranean Sea, *A. brevispiculata* in the Atlantic Southeast and *A. zyphidarum* in the Southeast Atlantic and Mediterranean (Mattiucci *et al.*, 2005). Within the *P. decipiens* complex, Paggi *et al.*, (2000) identified four species, using

genetic markers. Thus, for the objective of definitive identification, the authors suggest would it necessary achieve a further research to molecular differentiation.

Libya has the longest Mediterranean coastline among African nations. Findings of the current study demonstrate a significant existence of anisakid infestation in fresh Atlantic chub mackerels marketed in Tripoli with possible serious health risk. Heretofore, studies on fishery products developed in Libya are not yet, while the worldwide evidence of parasitization, as well as the increase in reported anisakidosis cases have caused growing concern and question the effectiveness of existing measures to ensure the safety of these products. The magnitude of the infection in humans can be known by cross-sectional studies, but considering the probability of occurrence in the fishmongers, fish processors and foreigners, could be detected through sentinel surveillance. Longitudinal studies of infection by anisakid larvae in other commercial fish may give some light to raise adequate control measures.

Authors' contributions

Design and conception of the research (Mansour L E, Gerish E KH); data and specimens collection (Jalal M B, Al-Khallab E H, Saleh S M, Gerish E KH); lab processing and parasitological identification (Mansour L E, Elmeghirbi W M); statistical analysis (Atia A A); interpretation and manuscript preparation (Mansour L E, Gerish E KH); All the authors read and approved the final manuscript.

Disclosure statement

The authors declare that there is no conflict of interest.

Acknowledgements

The authors express their gratitude to all the staff of the Microbiology lab at Biotechnology Research Centre (BTRC)/ Tripoli, for their invaluable collaboration during accomplish this study.

References

- **Asato, R.; Wakuda, M; and Sueyoshi. T. (1991).** A case of human infection with *Anisakis physeteris* larvae in Okinawa, Japan. *Jpn. J. Parasitol.*, 40:181-183.

- **Audicana, M. T; and Kennedy; M. W. (2008).** *Anisakis simplex*: from obscure infectious worm to inducer of immune hypersensitivity. *Clin. Microbiol. Rev.*, 21, pp. 360-379.
- **Chen, Q; Yu, H. Q; Lun, Z. R; Chen, X. G; Song, H. Q; Lin, R. Q., Zhu X Q. (2008).** Specific PCR assays for the identification of common anisakid nematodes with zoonotic potential, *Parasitol Res.*, 104(1): 79-84.
- **Cheng, T. (1986).** General Parasitology. 2nd ed. Orlando. Academic Press, pp 523-528.
- **Collete, B. B; and C. Nauen (1983).** Scombrids of the world. An annotated and illustrated catalogue of tunas, mackerels, bonitos and related species known to date. FAO Species Catalogue. FAO Fisheries Synopsis 125(2). pp 137.
- **Collette, B. B. (1986).** *Scombridae*. In: *Fishes of the Northeastern Atlantic and the Mediterranean*. Volume II. UNESCO, Paris. By; Whitehead, P.J. P., M.L. Bauchot, J. C. Hureau, J. Nielsen and E. Tortonese (Eds), pp. 981-997.
- **Daschner, A; Alonso-Gómez, A; Cabañas, R; Suarez-de-Parga, J M; López-Serrano M C. (2000).** Gastroallergic anisakiasis: borderline between food allergy and parasitic disease-clinical and allergologic evaluation of 20 patients with confirmed acute parasitism by *Anisakis simplex*. *J Allergy Clin Immunol.*;105:176-181.
- **Daschner, A; Alonso-Gómez, A; Mora, C; Moreno-Ancillo, A; Villanueva, R; López-Serrano, M C. (1997).** Anisakiasis gastroalérgica con parasitación masiva. *Rev Esp Alergol Inmunol Clin*; 12: 370-373.
- **Ishikura, H; K. Kikuchi; K. Nagasawa; T. Ooiwa; H. Takamiya; N. Sato and K. Sugane. (1992).** Anisakidae and anisakidosis. In: T. Sun. (Ed). *Prog. Clin. Parasitol.*, Springer-Verlag, New York, p. 43-102.
- **Kagei, N; M. Sano; Y. Takahashi; Y. Tamura; Sakamoto, M. (1978).** A case of acute abdominal syndrome caused by *Anisakis* type-II larva. *Jpn. J. Parasitol.*, 27:427-431.
- **Kardousha, M. M. (1992).** Helminth parasite larvae collected from Arabian gulf fish (coasts of the United Arab Emirates) (I) Anisakid larvae (Nematoda: *Anisakidae*). *Jpn. J. Parasitol.*, 41:464-472.

- **Kassai, T; Cordero Del Campillo, M; Euzeby, J; Gaafar, S; Hiepe, T; Himonas, C. A. (1988).** Standardized nomenclature of animal parasitic diseases (SNOAPAD). *Vet Parasitol*, 29, 299-326.
- **Mattiucci, S; Nascetti, G; Cianchi, R; Paggi, L; Arduino, P; Margolis, L; Brattey, J; Webb, S. C; D' Amelio, S; Orecchia, P; Bullini, L. (1997).** Genetic and ecological data on the *Anisakis simplex* complex with evidence for a new species (Nematoda, *Ascaridoidea*, *Anisakidae*). *Journal of Parasitology.*, 83, 401-416.
- **Mattiucci, S; Nascetti, G; Dailey, M; Webb, S. C; Barros, N; Cianchi, R; Bullini, L. (2005).** Evidence for a new species of *Anisakis* Dujardin, 1845: morphological description and genetic relationships between congeners (Nematoda: *Anisakidae*). *Systematic Parasitology.*, 61: 157-171.
- **Mattiucci, S; Paggi, L., Nascetti, G; Portes Santos, C; Costa, G; Di Benedetto, A. P; Ramos, R; Argyrou, M; Cianchi, R; Bullini, L. (2002).** Genetic markers in the study of *Anisakis typical* (Diesing, 1860): larval identification and genetic relationships with other species of *Anisakis* Dujardin, 1845 (Nematoda: *Anisakidae*). *Systematic Parasitology.*, 51, 159-170.
- **Paggi, L; Mattiucci, S; Gibson, D. I; Berland, B; Nascetti, G; Cianchi, R; Bullini, L. (2000).** *Pseudoterranova decipiens* species A and B (Nematoda, *Ascaridoidea*): Nomenclatural designation, morphological diagnostic characters and genetic markers. *Systematic Parasitology.*, 45: 185-197.
- **Strømnes, E; and K. Andersen. (2000).** “Spring rise” of whaleworm (*Anisakis simplex*; Nematoda, *Ascaridoidea*) third-stage larvae in some fish species from Norwegian waters. *Parasitol. Res.*, 86:619-624.
- **Vidaček, S; de las Heras, C; Solas, M.T; Mendizábal, A; Rodríguez-Mahillo, A.I; González-Muñoz, M; Tejada, M. (2009).** *Anisakis simplex* allergens remain active after conventional or microwave heating and pepsin treatments of chilled and frozen L3 larvae *J. Sci. Food Agric.*, 89, pp. 1997-2002.