



جوائز المراكز التجارية.. ذر للرماد على العيون

التجارية كنوع من استغلال وابتزاز المستهلك لشراء كمية قد لا يحتاجها بالكامل ولكن شروط المسابقة لسحب الكوبونات على الجوائز المعلن عنها يحتم عليه أن يشتري بمبلغ معين قد يفوق قدرته أملاً في الحصول على جائزة.

في الغالب تأتي إعلانات المراكز التجارية مضللة وهي تتحدث عن تخفيضات كبرى وجوائز قيمة تنادي بها أثناء المناسبات وخاصة الأعياد والتي يقع ضحيتها المستهلك لأنها تمثل غشاً فادحاً وضحكاً على الدقون للتخلص من سلع قديمة الأمد أو على وشك الانتهاء يستخدمها أصحاب المحلات

حماية المستهلك: المراكز التجارية تعلن عن جوائز دون أخذ تراخيص من وزارة الصناعة بذلك



تحقيق / أمل عبده الجندي

في حين أن بعض المستهلكين يشكون من الكذب الذي يطالهم من خلال الكوبونات التي يحصلون عليها فتجدهم يشترون ذات السلع أكثر من مرة بهدف تعويض الخسارة من المرات السابقة لكن دون جدوى.

غش المستهلك

اكتشف يحيى محمد الذي يسكن جوار أحد المولات التجارية أن هناك غشاً فادحاً يمارس على المستهلك، فيقول: إن الجوائز الكبيرة يدفع بها أصحاب المولات إلى أحد عمالهم أو أصحابهم كأنهم من فازوا بأحد الكوبونات باعترابهم من المستهلكين إنما هي في حقيقة الأمر لعبة من أصحاب المولات يذهب أحد العمال لاستلامها بالاتفاق مع رب العمل ومن ثم يعيدها إلى المول نفسه لأنها حركة مركبة منهم وهذا ما يحصل في كل المولات التي أصبحت تستغل المناسبات وخاصة الأعياد لإعلاناتها الكاذبة.

لعبة التشجيع

سامي محمد معيار - نائب مدير عام أحد المولات التجارية يقول: بلا أدنى شك أن الفعاليات المسابقاتية والاحتفالية والكرنفالية التي تقامها المولات التجارية في المناسبات والأعياد وغيرها طوال السنة إنما هي لتشجيع المستهلك والأسر اليمنية على التسوق وكسب ثقة الجمهور، أضف إلى ذلك ما تقوم به من التخفيضات لمختلف السلع الغذائية وأدوات التجميل والملابس والإكسسوارات ومستلزمات العيد ومن خلال نسبة التسوق يتمكن المستهلك من الحصول على فرص كثيرة للربح بالجوائز العينية والمادية الضخمة.

استغلال المناسبات

مطهر الذيفاني - صاحب مجمع تجاري يقول: تعتبر المناسبات الدينية والفرائحية والاحتفالية كشهر رمضان والعيد فرصة كبيرة للتسوق وتزايد أعداد الأسر وإقبالهم على المحلات التجارية للتزود بمستلزمات كل مناسبة، وإزاء هذا الإقبال الكبير تكمن المنافسة بين المولات والمجمعات والمحلات التجارية لجذب المستهلك بكافة الطرق، فمنهم من يسعى إلى التخفيضات ومنهم من يبتكر الفعاليات الفنية كالترجيع الدعائي والصيت الإعلامي، ومنهم من يدخل المجال المسابقاتي الذي يمكن المشتري من الربح بإحدى الجوائز العينية ويدفعه إلى شراء أكثر من سلعة وهو في الحالتين رابح لأنه كسب السلعة وله الفرصة في ربح جائزة قد تفوق ما اشتراه أضعافاً مضاعفة.

بينما محمد أحمد من سيتي مارت التجاري يرى أن المسابقات التي يقامها المركز لها صيتها الإيجابي في

متسوقون: بعض المراكز التجارية تستعيد الجوائز الكبيرة بتوزيعها على مقربين

ومضى يقول: نحمل وزارة الصناعة والتجارة المسؤولية الكاملة تجاه ما يحصل من غش وكذب على المستهلك وتقصيرها في تنفيذ قانون حماية المستهلك حيث إن القانون واضح ويضمن للمستهلك التعويض عن أي ضرر قد يلحق به، ودعا المستهلكين لعدم الانجرار وراء هذه الإعلانات التي ليس لها أساس من الصحة لأنها لا تهدف إلا إلى استنزاف أموالهم.

الأسبوع الأول من شهر يوليو والذي صادف دخول شهر رمضان بذاكرة لوزير الصناعة والتجارة لطلب اتخاذ الإجراءات القانونية المتعلقة بالإعلانات المضللة والخادعة والسحوبات تتم في المركز التجارية خلال المناسبات الدينية، ولكن للأسف الشديد أن تجاوب الوزارة كان محدوداً جداً ولم يكن هناك تفاعل مع طلب الجمعية منذ البداية.

رقم (46) لسنة 2008م، نظم مثل هذه العملية وحدد بأن من يريد أن يضع إعلاناً يخص المستهلك أشار أن يتقدم إلى وزارة الصناعة والتجارة لطلب الحصول على ترخيص حتى يتم التأكد من صحة ومصداقية هذه الإعلانات.

عدم تنفيذ القانون

مضيفاً أن الجمعية تقدمت في

حماية المستهلك أشار إلى أن الإعلانات المضللة والخادعة أصبحت من أكبر المشاكل التي يعاني منها المستهلك اليمني والتي انتشرت بشكل كبير جداً في كل المحلات والمولات التجارية حتى أصبح الأمر يورقنا، ونحن الآن أمام كارثة كون الأسواق كلها تعلن عن تخفيضات وسحوبات وجوائز ليس لها أساس من الصحة، فقانون حماية المستهلك

أخرى والأمر أن أغلب السلع المخفضة تكون قريبة الانتهاء فما أن يأتي وقت استخدامها حتى تكون منتهية تماماً كون المستهلك أخذ منها كمية كبيرة لا تمكنه من استخدامها قبل موعد انتهائها.

كارثة الجوائز

فضل منصور رئيس الجمعية اليمنية

تزايد الإقبال يوماً عن آخر، واصفاً مركزه بأنه من أكثر المراكز التجارية تسوقاً نظراً لنشاطاته الدائمة وفعالياته المتميزة التي تجمع ما بين الربح والفائدة معاً.

سحوبات كاذبة

وذكر محمود وهو عامل في إحدى المراكز التجارية أن معظم كوبونات السحب كاذبة حيث تم فيها اختيار أشخاص محددين من العمال ويتم التنسيق معهم بأنهم من الفائزين بجوائز كبيرة كأن تكون سيارة أو رحلة سفر أو ما شابه أمام المستهلكين حتى يصدق المستهلك ويعاود الشراء مرة