

دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الالكترونية والمنتجات الذكية

أحمد أسعد توفيق زيد طالبة دكتوراه
جامعة سعيدة الدكتور مولاي الطاهر

الملخص

أخذت جمعيات حماية المستهلك، ومن بينها المنظمة الجزائرية لحماية وإرشاد المستهلك ومحيطه على عاتقها التكفل في مختلف المجالات التي تتصل بالمستهلك والاستهلاك، ولعل هذا التكفل بدأ منذ ان كنا في ظل المفهوم التقليدي للمستهلك والاستهلاك، وكان عليها لزاماً أن تجعل من أولى أولوياتها مواكبة كافة التطورات الحاصلة في الحياة الاستهلاكية لاسيما منها التطور التكنولوجي. وأن أي تطور حاصل في أي مجال سيكون محفوف بجملة من المخاطر، هذه الأخيرة التي وجب على جمعيات حماية المستهلك التصدي لها في إطار ما منحها إياه صراحة أحكام القوانين سارية المفعول. وعلى صعيد المعاملات الالكترونية وبما أنّ المنتجات الذكية مفهوم حديث في هذا المجال، فقد أحيطت هذه المعاملات بجملة من القوانين والتنظيمات على غرار قانون الجمعيات، هذا الأخير الذي منح للجمعيات جملة من الوسائل لتكسر مبادئها، للنهوض بثقافة استهلاكية واعية في ظل عالم الرقمنة.

الكلمات المفتاحية: المستهلك - المعاملات - مخاطر - الإلكترونيات - منتجات - ذكية

Abstract

Consumer protection associations, including the Algerian Organization for the Protection and Guidance of the Consumer and his environment, have taken on the responsibility of taking care of the different fields related to the consumer and consumption, and perhaps this sponsorship began since we were under the traditional concept of the consumer and consumption, and it was imperative

to make it one of its first priorities to keep pace with all the developments taking place, in consumer life, especially technological development. And that any development that gets in any field will be fraught with a host of risks, this risks which the consumer protection associations have to treating within the framework of what has been explicitly laws in effect. In terms of electronic transactions, and since smart products are a modern concept in this field, these transactions have been surrounded by a set of laws and regulations similar to the Associations Law, it which gave associations many means to dedicate their principles to the advancement of a conscious consumer culture in the digital world.

Key words: Consumer - Transactions - Risks - Electronic - Products – Smart.

مقدمة

يرى عدد لا بأس به من الباحثين في مجال حماية المستهلك بأنَّ الأدوار المعهودة لكافة الفئات المعنية في حماية المستهلك من سلطاتٍ إدارية وهيئات المجتمع المدني والحركة الجمعوية وهيئات أخرى مستقلة لا تزال محدودة، فأغلب المستهلكين يعلمون علم اليقين بأنَّ هناك تلاعبا وخداعا كبيرين يتعرضون لهما في مختلف قراراتهم الشرائية، لكنهم يقفون ساكنين غير محركين أمام تغيير هذا الواقع أو حتى الحد منه.

في حين يرى جانب أخرى من الباحثين بأنَّ قصور النظرية التقليدية للالتزامات في حماية المستهلك، بالإضافة إلى التطور التقني الحديث كان لهما الدور

الكبير في صدور العديد من القوانين والتشريعات التي تكفل حماية المستهلك، ويعود السبب في ذلك إلى دخول التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات والمعلومات وخصوصا في السنوات القليلة الماضية إلى مختلف جوانب الحياة اليومية للأفراد والشركات على حدٍ سواء، الأمر الذي ترك أثراً واضحاً في مختلف التصرفات والأعمال التجارية وكل ما ارتبط بها.

وعلى العموم فإنَّ مختلف هذه الأسباب والرؤى تصب اليوم في نقطة هامة تتمثل أساسا في ظهور مصطلحات جديدة في عالم الأعمال، ارتبطت في جلها بالرقمنة، ومن هنا بدأت الحاجة الملحة لتكريس حماية حقيقية للمستهلك في سبيل تلبية احتياجاته في ظل هذا التطور، وضمان هذه الحماية من طرف مختلف الفئات المعنية، وعلى وجه الخصوص المسؤولية الملقاة على عاتق جمعيات حماية المستهلك. إنَّ كثرة المخاطر المرتبطة بعالم الرقمنة وشبكات الانترنت، جعل - كذلك - من موضوع الحماية حتمية أساسية كان لزاما إعادة النظر بها، نظرا للتطور الهائل لكافة المجالات التي ترتبط بعالم الرقمنة وشبكات الانترنت.

ومن الجدير بالذكر ربط هذا الموضوع بجمعيات حماية المستهلك، لما تحظى به هذه الأخيرة من وسائل مرنة بعيدة عن جمودية القوانين والتشريعات، عدا عن قربها من فئات المستهلكين وتواصلها المباشر والمستمر معهم.

تتناول هذه الدراسة وجهة نظر جديدة تتمثل في البحث في العلاقة بين الدور الفعال لجمعيات حماية المستهلك في ضمان حماية حقيقية للمستهلك في مجال المعاملات الالكترونية في ظل عالم الرقمنة والمنتجات الذكية، ومدى إسقاط

هذه العلاقة وهذا الدور على نموذج من هذه الجمعيات متمثل في: المنظمة

الجزائرية لحماية وإرشاد المستهلك ومحيطه Organization Apoce

إن رأي بعض الباحثين المناادي بقصور يد المستهلكين في تغيير أو تجنب أو منع ما يعلمونه من تلاعب وخداع يُمارس عليهم في مختلف قراراتهم الشرائية يجعلنا نتساءل حول الدور الذي تؤديه جمعيات حماية المستهلك لضمان حماية فئات المستهلكين في عالم الرقمنة، هذا الأخير الذي يعرف مخاطر كثيرة وضعف في الأمان وكثرة المشاكل، ويمكن إيضاح مشكلة هذه الدراسة بجملة من التساؤلات على النحو التالي:

- ما مدى إلتزام جمعيات حماية المستهلك بضمان حماية حقيقية للمستهلكين في عالم الرقمنة في الجزائر؟
 - ما مدى إسهام جمعيات حماية المستهلك بتوفير الحماية للمستهلكين في ظل عالم الرقمنة في الجزائر؟
 - هل تؤدي جمعيات حماية المستهلك دور فعال في ضمان حماية حقيقة للمستهلكين في مختلف معاملاتهم الالكترونية في الجزائر؟
- هذه الأسئلة وغيرها سنحاول الإجابة عنها من خلال هذه الورقة البحثية المتواضعة من خلال تقسيمنا هذا الموضوع إلى ثلاثة محاور أساسية .

المحور الأول-الإطار المفاهيمي لجمعيات حماية المستهلك والمعاملات الإلكترونية في الجزائر.

يدور مجمل هذا البحث حول متغيرين أساسيين، الأول يتمثل في جمعيات حماية المستهلك، والثاني يتعلق بالمعاملات الإلكترونية، وللوصول إلى الهدف الأساسي لهذه الدراسة والمتمثل في معرفة العلاقة القائمة لتحديد دور جمعيات حماية المستهلك في توفير أو ضمان الحماية المناسبة، فإنه لا بد أن نوضح المقصود بهذين المتغيرين من خلال دراسة الإطار القانوني لكل منهما في الجزائر على النحو التالي:

أولاً- النظام القانوني لجمعيات حماية المستهلك في الجزائر.

لقد اختلف مفهوم جمعيات حماية المستهلك في الجزائر بتطور القوانين الناظمة لحماية المستهلك بدءاً من أول قانون كان قد صدر في مجال حماية المستهلك في عام 1989 وإلى غاية القانون الحالي المنظم لحماية المستهلك وقمع الغش القانون رقم 09 - 103، هذا الأخير الذي نصّ على العديد من الهيئات والأجهزة التي تعمل على حماية المستهلك، ومن بينها جمعيات حماية المستهلكين. حيث عرفت المادة 21 من ذات القانون جمعية حماية المستهلك على أنها: "كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله، ويمكن ان يعترف لجمعيات حماية المستهلك المذكورة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم الساري المفعول".

ومن خلال نص المادة السابقة يتضح الأمر جليا في اختلاف دور جمعيات حماية المستهلك عن غيرها من الجمعيات الأخرى، كونها تسعى إلى تحقيق هدفين متميزين، الأول يتعلق أساسا بالجانب الوقائي من خلال مختلف أساليب الرقابة والملاحظة، والثاني يتعلق بالجانب العلاجي من خلال متابعة الشكاوى المقدمة من المستهلكين وإحالتها إلى المصالح المعنية، وأحيانا رفع دعاوى وشكاوى رسمية لدى مختلف الجهات القضائية.²

إنَّ أساس ظهور منظمات مدنية تطوعية تهدف إلى تمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم هو بروز ما يُسمى "ضرورة حماية المستهلك". ويقصد بحماية المستهلك، عملية حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل البائعين بكافة صورهم وأشكالهم التقليدية والحديثة، وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة.

ونظرا لتزايد الاهتمام بالمستهلك على الصعيد الدولي فإنَّ حمايته ورعايته أصبح ضرورة ملحة تنصدر أولويات الواجبات الأساسية للدول، وذلك عن طريق رسم وتحديد مختلف سياساتها الهادفة لحماية المستهلك، وتعتمد هذه السياسات على عدة محاور أهمها وجود منظومة تشريعية متكاملة لكافة عناصر الحماية المقررة للمستهلك، إلى جانب وجود منظومة متكاملة من الأجهزة الرقابية التي تضمن تطبيق كافة القواعد القانونية على العملية الاستهلاكية وأطرافها بمختلف مفاهيمها.³

غير أنَّه ومن وجهة نظر أخرى لا يجوز أن تلقى المسؤولية بكاملها على عاتق الدولة باعتبار أنها المسؤول الأول، وذلك لأنه من ناحية لا يمكن أن تغطي

الدولة كافة مجالات حماية المستهلك، ومن ناحية أخرى قد لا تتحقق فعالية الإنجاز في هذا السبيل، فالمستهلك نفسه قد يتحمل جزءا من هذه المسؤولية وعليه دور هام من هذه المسؤولية، ومن ناحية أخرى تظهر الضرورة الملحة لمسؤولية جمعيات حماية المستهلك في توفير حماية حقيقية للمستهلك وضمنان هذه الحماية.⁴

ونتيجة لعدم تحمل المسؤولية من طرف الدولة وحدها من جهة، وقصور الوعي الاستهلاكي لدى البعض في المجتمع وعدم معرفتهم لحقوقهم الأساسية في العلاقة الاستهلاكية التي يشكلون أحد أهم ركائزها ومقوماتها، ظهرت الحاجة لوجود جمعيات حماية المستهلك.⁵

وعلى العموم فإن مفهوم حماية المستهلك يندرج في معنيين أساسيين هما:
- حماية اجتماعية وعلمية: ومن أشكالها التأكد من صحة الإعلانات عن المنتجات والخدمات بغض النظر عن وسيلة الإعلان، وكذلك التأكد من وجود شهادات ونتائج تحاليل عملية للمنتوج بطريقة يفهمها الجمهور للتأكد من صحتها، وكذلك الرقابة على كافة منافذ الإنتاج والتوزيع والنقل وغيرها للمنتوج.

- حماية قانونية: وتتعلق أساسا بالحماية التطبيقية، والحماية التشريعية؛ ويُقصد بالحماية التشريعية أي المنظومة القانونية الصادرة عن الجهات المختصة في الدولة، ولعل هذه الحماية ذات أهمية كبيرة لما لها من علاقة مباشرة مع مقومات الدولة وأسسها الاقتصادية لذلك لا يجب أن تُبنى على أسس ارتجالية وغير عملية، أما الحماية التطبيقية فهي تحمل في طياتها مظهرين أحدهما تنفيذي يتعلق بالجهات الإدارية في الدولة من خلال التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تهدف لحماية

المستهلك، والثاني؛ مظهر قضائي، يُمارس عن طريق الجهات القضائية من خلال إيقاع الجزاءات على المخالفين وممارسة السلطة الردعية.⁶

ومن مختلف جوانب حماية المستهلك نستنتج أنّ جزءاً منها يرتبط بجمعيات حماية المستهلك ارتباطاً كاملاً ووثيقاً كما هو الحال مع الحماية الاجتماعية والعملية، وجزء آخر له ارتباط غير مباشر، كما هو الحال مع الحماية التطبيقية بشقيها التنفيذي والقضائي.

ويجدر بنا الإشارة إلى نقطتين أساسيتين في إطار الحديث عن النظام القانوني لجمعيات حماية المستهلك، الأولى تتعلق بأنّ جمعيات حماية المستهلك لا تستند في عملها لتحقيق أهدافها على القانون 09 - 03 سالف الذكر فقط، بل تستقي عملها والدور المنوط بها من قوانين وتنظيمات أخرى عديدة من بينها القانون رقم 04 - 02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعد والمتمم⁷، وكذلك القانون رقم 04 - 08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل والمتمم⁸، وكذلك كل من قانون العقوبات والقانون المدني باعتبار أنّها الشريعة العامة لمختلف القوانين⁹، وغيرها من القوانين ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة كتلك القوانين المتعلقة بالمياه والكهرباء والصرف الصحي والبيئة، وكذا القوانين الناظمة لشبكات الانترنت على اعتبار اننا بصدد الحديث عن دور هاته الجمعيات في مواجهة الأخطار الناجمة عن التعامل في عالم الرقمنة.

أما النقطة الثانية الهامة في هذا السياق، فهي تتمثل في أنّ جمعيات حماية المستهلك جاءت للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين من خلال جملة من السياسات والوسائل لضمان حماية حقيقية وفاعلة، ولعل هذه الحماية هي حماية

عامة لكافة فئات المستهلكين من جهة، ولكافة جوانب العملية الاستهلاكية من جهة أخرى، أي بمعنى أنّ جمعيات حماية المستهلك ملزمة بمواكبة التطور الحاصل لمفهوم حماية المستهلك والسير مع هذا التطور في توفير وسائل وخطط فاعلة لضمان حماية تتلاءم مع المفاهيم الحديثة الحاصلة في عالم الاستهلاك، كما هو الحال مع المستهلك في عالم الرقمنة ومختلف التعاملات الإلكترونية وهذا ما سيتم التفصيل فيه لاحقا.

ثانيا- النظام القانوني للمعاملات الإلكترونية في الجزائر.

إنّ الحديث عن نظام المعاملات الإلكترونية يستدعي منا في البداية التفصيل في المصطلح، وذلك على النحو التالي:

في الجزائر، لم يتطرق المشرع الجزائري إلى مصطلح المعاملات الإلكترونية، تاركا المجال للفقهاء والقضاء معتمدا بذلك على النظرية التقليدية في فقه القانون بالابتعاد عن التعريف القانوني، في حين أننا نجد بعض التشريعات في النظم القانونية المقارنة قد عرفت المعاملات الإلكترونية، ومنها من أفرد لها قانونا خاصا لها، كما هو الحال مع قانون المعاملات الإلكترونية الفلسطيني الصادر بموجب القرار بقانون رقم 15 لسنة 2017،¹⁰ حيث عرّف المعاملات على أنّها: "إجراء أو مجموعة من الإجراءات التي تتم بين شخصين أو أكثر لإنشاء إلتزامات على شخص أو إلتزامات تبادلية على أكثر من شخص"، في حين عرّف المعاملات الإلكترونية على أنّها: "المعاملات التي يتم ابرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بوسائل إلكترونية"، ثمّ عرف الوسيلة الإلكترونية على أنّها: "الوسيلة المستخدمة في تبادل المعلومات وتخزينها وتتصل بالتقنية الحديثة وذات قدرات كهربائية، أو رقمية،

أو مغناطيسية، أو لاسلكية، أو بصرية، أو كهرومغناطيسية، أو ضوئية، أو أية قدرات مماثلة".

ومن الجدير بالذكر أنّ قانون المعاملات الإلكترونية في الجزائر لا يزال مشروعاً لم يرى النور، على خلاف بعض القوانين التي يمكننا أن نشير إليها كأحد أشكال المعاملات الإلكترونية كما هو الحال مع القانون رقم 15 - 04 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكترونيين¹¹، وفي المقابل وخلافاً لآراء بعض الباحثين الذين يشابهون بين مفهوم المعاملات الإلكترونية ومفهوم التجارة الإلكترونية، في حين أنّ هذه الأخيرة عرفها قانون التجارة الإلكترونية الجزائري القانون رقم 18 - 05 في مادته السادسة على أنّها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية"¹²، وبهذا المفهوم فإنّ مصطلح التجارة الإلكترونية يختلف عن المعاملات الإلكترونية، ويمكننا ان نستنتج أنّ مصطلح المعاملات الإلكترونية أعم وأشمل من مصطلح التجارة الإلكترونية في حين أنّهما يتشابهان في كونهما يشتركان في استخدام نظام الحاسب الآلي.

وفي إشارة إلى الجانب الدولي، فإنّ الاتحاد الأوروبي يسعى في محاولة لوضع إطار عام للدول الأوروبية من أجل توفير حماية قانونية للمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية. وبهذا الصدد صدرت العديد من التوجيهات الأوروبية منها من تعلق بوسائل الدفع الإلكتروني وغيرها، في حين اعتمدت الأمم المتحدة مبادئ عامة لحقوق المستهلك، والتي تكون بمثابة مبادئ عامة عالمية لحماية المستهلك.

ومهما اختلفت القوانين والمصطلحات فإنه يمكن القول بأن المستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية والمعاملات الإلكترونية، هو ذاته المستهلك في نظرية المستهلك التقليدية، والاختلاف الجوهرى هو استعمال وسائط إلكترونية، وبذلك فإنَّ المستهلك في العالم الرقمي يتمتع بذات المزايا والحقوق التي يتمتع بها المستهلك في النظرية التقليدية.¹³

وفيما يتعلق بالمقصود بالمنتجات الذكية، فإنه يجدر الإشارة أنه لم يتم تناولها في التشريعات ذات العلاقة، وفي هذا المجال نجدها عن بعض الفقه¹⁴ تشير إلى: "المنتج الذكي هو عبارة عن كيان (كائن ملموس أو برنامج أو خدمة) مصمم ومصنوع للتضمن المنظم ذاتيا في بيئات مختلفة (ذكية) خلال دورة حياتها، مما يوفر بساطة وانفتاح مُحسنين من خلال الوعي بالسياق، والوصف الذاتي الدلالي، السلوك الإستباقي، والوصلات البينية الطبيعية المتعددة الوسائط، التخطيط والتعلم الآلي".

المحور الثاني- دور جمعيات حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية

لقد سبق لنا وأن أشرنا خلال هذه الدراسة بالدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك من مختلف المخاطر المحيطة بالمستهلك خاصة في ظل عالم الرقمنة وتكنولوجيا المعلومات، ويتمثل هذا الدور في الجانب الوقائي أساسا، ومن جهة أخرى وبطريقة غير مباشرة - إن صح التعبير- من جانب علاجي (ردعي).

وينبغي الإشارة إلى أنّ أغلب الدراسات التي تتعلق بحماية المستهلك في ظل المعاملات الإلكترونية تأخذ العقد الإلكتروني مثالا وحيدا لهذه المعاملات، في حين أنّ مجال المعاملات الإلكترونية أعم وأشمل من ذلك كما سبق الإشارة. وتلجأ جمعيات حماية المستهلك فيما خول لها من صلاحيات إلى عدة وسائل وأدوات لحماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية، لكننا وفي إطار هذا المحور وقبل الحديث عن هذه الوسائل لا بد لنا أن نبين أسباب حاجة المستهلك إلى الحماية في عالم الرقمنة وفي مجال المعاملات الإلكترونية على النحو التالي:

أولاً- أسباب حاجة المستهلك إلى الحماية في عالم الرقمنة وفي مجال المعاملات الإلكترونية

إنّ الحاجة الملحة لحماية المستهلك في عالم الرقمنة على غرار المستهلك في النظرية التقليدية، مع جانب من الخصوصية التي تجعل من حماية المستهلك في ظل المعاملات الإلكترونية أكثر أهمية، وتعود هذه الحاجة الملحة إلى عدة مبررات، منها ما يتعلق بالتطور في العالم الرقمي وشبكة الانترنت، ومنها من يتعلق بحاجة المستهلك إلى التعامل الإلكتروني لتلبية احتياجاته، ومنها ما يعود إلى نقص في الثقافة الإلكترونية والتقنية عند بعض فئات المجتمع، وفيما يلي سنوضح هذه الأسباب على النحو التالي¹⁵:

1. التطور الحاصل في العالم الرقمي وشبكة الانترنت: إنّ ظهور العديد من التقنيات والأدوات التي ساهمت في تطور عالم الانترنت جعل هذه الأدوات من أحدث الخدمات التقنية على الإطلاق، حيثُ تعتمد أساسا على تفاعل المستهلك

مع جهاز الحاسب الآلي فمن خلاله يمكن للمستهلك الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطرق سهلة ومختلفة، ولقد ساهم هذا التطور في استحداث طرق عملية تجارية جديدة أدت إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أداء أفضل و متميز لمختلف الممارسات التجارية الإلكترونية، إلى أنه وعلى الرغم من وجود هذا الجانب المشرق من التطور والتقدم إلا أن هذا التطور التقني يحمل في طياته جوانب سلبية عديدة قد تؤثر بصفة مباشرة على مختلف التصرفات القانونية المتعلقة بالتجارة أو المعاملات على الانترنت، حيث أن العديد من العناصر تكون مفقودة في ظل استخدام هذه التقنيات ومن بينها المعاينة الواقعية للمنتوج أو الخدمة التي ستقدم كما هو الحال في النظرية التقليدية.

2. حاجة المستهلك إلى التعامل الإلكتروني لتلبية احتياجاته: بعد أن كان مجال العلاقة الاستهلاكية في النظرية التقليدية مقتصرًا على الاتصال المباشر بين المستهلك والتاجر أو مقدم الخدمة والتقرب منه لتلبية الحاجات الاستهلاكية، أصبحت العلاقة الاستهلاكية اليوم أكثر اتساعًا وانتشارًا نظرًا لاتساع دائرة مزودي الخدمة (التجار وغيرهم) مما أدى إلى توفر حاجة المستهلك بأسعار معقولة وبجودة عالية وبالتالي ارتفاع التنافس بين التجار ومقدمي الخدمات، وارتباطها بخدمات إضافية فيما بعد البيع.

3. افتقار بعض المستهلكين للتبوير التقني الإلكتروني: وهنا نميز بين حق المستهلك في الإعلام والذي هو حق من حقوق المستهلك، وبين المعرفة المعلوماتية والتقنية للمستهلك والتي تمثل الحد الأدنى للوصول إلى عالم الرقمنة وشبكة الانترنت، هذه الأخيرة المتاحة أمام الملايين من المستهلكين، إلا أن افتقار

المستهلك إلى الحد الأدنى والمتمثل في استعمال الحاسب الآلي والولوج إلى شبكة الانترنت سيشكل عائقا وتحديا أمام المستهلك، عدا عن المخاطر التي قد تواجهه حين التعمق في مثل هذه الخدمات.

ثانيا- وسائل وأدوات جمعيات حماية المستهلك لضمان حماية للمستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية.

هذه الأسباب وغيرها تشكل مبررات أساسية تدفعنا للبحث جاهدين عن الدور المنوط بجمعيات حماية المستهلك في الحد أو التقليل من المخاطر الناشئة عن المعاملات الإلكترونية في ظل عالم الرقمنة، ولعل هذا الدور سيتمثل في جملة من الوسائل والأدوات.

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا مميزا وهاما جدا بين مختلف الأدوار التي تقدمها الجهات الأخرى في الدفاع عن مصالح جمهور المستهلكين في عالم الرقمنة والمعاملات الإلكترونية، ولعل ذلك يعود إلى كونها (أي جمعيات حماية المستهلك)، أصبحت من جماعات الضغط على المهنيين والمحترفين والأعوان الاقتصاديين من خلال حثهم على احترام المصالح الجماعية للمستهلكين عند القيام بمختلف مشروعاتهم وتصرفاتهم.

وتتبع جمعيات حماية المستهلك للقيام بهذا الدور الضاغط وسائل مختلفة خولها لها القانون، ومن بين هذه الوسائل¹⁶:

1) التوعية والإرشاد ونشر ثقافة استهلاكية واعية ومواكبة للتطور الحاصل: فقد أشارت المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلى أنّ مهمة الدفاع عن مصالح المستهلكين هي الهدف الأسمى والأساسي لجمعيات حماية

المستهلك تسعى إلى تحقيقه من خلال إعلام المستهلكين وتوعيتهم وإرشادهم وتحسيسهم وتوجيههم وتمثيلهم.

وإن جانب التوعية المناط بجمعيات حماية المستهلك يتعلق أساسا بالإرشاد والتحسيس والإعلام، حيث تلجأ جمعيات حماية المستهلك لتحقيق هذا الدور إلى طباعة ونشر العديد من الدعائم التحسيسية والدوريات والمجلات والملصقات التي تهدف إلى زيادة الوعي الاستهلاكي لدى المستهلكين، من خلال تناول مواضيع جد حديثة في عالم الاستهلاك خاصة ما ارتبط منها بعالم الرقمنة والانترنت، وبالإضافة إلى ذلك فإن جمعيات حماية المستهلك تسعى لإحقاق التوعية الجادة في هذا المجال من خلال عقد لقاءات دورية من مختلف فئات المستهلكين بمشاركة الجهات المعنية والخبراء على شاکلة أيام دراسية وورشات عمل وملتقيات وطنية ودولية للوصول إلى نتائج محققة والعمل على توصيات واقتراحات لتحسين المستوى وتنوير المستهلكين، وكذلك من بين طرق ووسائل التوعية والإرشاد فإن جمعيات حماية المستهلك تعمل على عقد دورات تكوينية لأعضائها لتمكينهم من إيصال مختلف العلوم والخبرات العالمية الجديدة والمتقدمة إلى كافة فئات المستهلكين.

2) الدعاية المضادة: تعتبر الدعاية المضادة من بين الوسائل الوقائية والعلاجية في ذات الوقت والتي تمارسها جمعيات حماية المستهلك، ويُقصد بالدعاية المضادة؛ قيام جمعيات حماية المستهلك بنشر أو توزيع انتقادات عبر وسائل الإعلام سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية لبعض المنتجات أو الخدمات الموجودة في السوق المحلية، نظير انعدام الإلتزام الموقع على التاجر أو المتعامل الاقتصادي أو

مقدم الخدمة... الخ فيما يتعلق بالمنتوج او الخدمة، كأن يلجأ المتعامل الاقتصادي إلى الاشهار التضليلي لمنتوجه، ومن الجدير بالذكر أنّ الدعاية المضادة تمارس في إطار القانون بوصفها أحد طرق التعبير عن الراي، ولا يمكن اعتبارها عملا من اعمال المنافسة غير المشروعة، ويكفل القانون لأصحاب المشروعات الحق في الدفاع عن أنفسهم ومشروعاتهم.

ولعل هذه الوسيلة ستلقى لها صدى كبير على اعتبار ان فاعليتها تزداد كلما تم استخدام التقنيات الإلكترونية، وبهذا الأسلوب فإنّ جمعيات حماية المستهلك تكون قد دافعت عن مصالح المستهلكين بنفس طريقة الهجوم.

(3) الامتناع عن الشراء والدفع (المقاطعة): وهي ثقافة قديمة متجددة في مجال حماية المستهلك، أين تلجأ جمعيات حماية المستهلك إلى حث المستهلكين على مقاطعة شراء أحد المنتوجات أو الخدمات أو حتى عدم الدفع بسبب التحايل والخداع الذي يتم ممارسته على المستهلكين والذي ينتهك حقوقهم ومصالحهم الجماعية، ورغم عدم النص صراحة على هذا الأسلوب إلى أننا نميل مع الجانب الذي يرى في هذا الأسلوب أنّهُ أسلوب فعّال مؤسس على الدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين.

(4) دور جمعيات حماية المستهلك في إعلام المستهلكين في ظل المعاملات الإلكترونية: إنّ إعلام المستهلك من بين أهم الحقوق التي يتمتع بها المستهلكين، لكن أهمية هذا الحق تزداد كلما كنا في صدد الحديث عن معاملات إلكترونية واستخدام لشبكات الانترنت، نظرا لانعدام اللقاء بين طرفي العلاقة الاستهلاكية في مجلس العقد، أين يمكن التأثير في رضا المستهلك، حيثُ يعتبر عدم إحاطة

المستهلك بالمعلومات الكافي في المعاملة الإلكترونية بمثابة عدم توازن العقد بسبب الاخلال بالمراكز القانونية لأطرافه لما في ذلك من احتمال لتعرض المستهلك للاستغلال أو الغبن أو الغلط.

ويتمثل إعلام المستهلك الإلكتروني في ضرورة تحديد شخصية البائع، بالإضافة إلى إعطاء البيانات الأساسية والتفصيلية للسلع أو الخدمات.

المحور الثالث- أمثلة على دور المنظمة الجزائرية لحماية وإرشاد المستهلك ومحيطه في الحد من مخاطر المعاملات الإلكترونية والمنتجات الذكية

أولاً- التعريف بالجمعية

المنظمة الجزائرية لحماية وإرشاد المستهلك ومحيطه L'Organisation APOCE هي جمعية وطنية اجتماعية غير ربحية، يشترك فيها المؤسسون والمنخرطون في تسخير معارفهم ووسائلهم بصفة تطوعية وإرادية في سبيل ترقية نشاطها لتحقيق مختلف أهدافها المرتبطة جميعها بالصالح العام، في إطار احترام النظام العام والآداب العامة وكافة أحكام القوانين والتشريعات المعمول بها، وانعقد اجتماع أول جمعية تأسيسية للمنظمة بتاريخ 22 ماي 2014، وتحصلت على قرار الإعتماد من طرف مصالح وزارة الداخلية بتاريخ 06 أوت 2015.¹⁷

ثانياً- إنجازات المنظمة في مجال الحد من مخاطر المعاملات الإلكترونية والمنتجات الذكية

تسعى المنظمة الجزائرية لحماية وإرشاد المستهلك ومحيطه لتكريس فكرة علاقتها الوطيدة بالمستهلك، والوقوف على تطلعاته دوماً، وبقائها على ما أقرته في أهدافها، حيث عملت المنظمة خلال السنوات الأربع الماضية على موضوع عالم

الرقمنة والمعاملات الإلكترونية، حيث قامت بالعديد من النشاطات في هذا السياق نوجزها فيما يلي:

1. ملتقى وطني في ولاية غليزان حول: أخطار الاستعمال السلبي للشاشات الذكية، يوم 30 جانفي 2019: أين ركزت المنظمة على خطر الشاشات ومخاطر الضوء الأزرق، أين خلصت المنظمة إلى جملة من الاقتراحات رفعتها إلى الجهات الوصية ونشرتها لتوعية المستهلكين بها، وخرج هذا الملتقى الوطني بجملة من التوصيات نذكر منها ما يلي¹⁸:

- إطلاق حملة وطنية من طرف المنظمة حول التحسيس من مخاطر الشاشات مع التركيز على فئة الأطفال.
- المطالبة بوضع ضوابط تقنية إلزامية على كل منتج لتقليل أخطار الشاشات.

- ضرورة التواصل مع معاهد البحث ومخابر البحث العلمي في الجامعات للتنسيق والمشاركة في إيجاد حلول تقنية واجتماعية للمخاطر التي تهدد الأجيال الصاعدة جراء فرط التعلق بالشاشات نتيجة العديد من الممارسات اليومية والتي تعتبر المعاملات الإلكترونية أحد أبرزها في الوقت الراهن.

2. يوم دراسي بالشراكة مع المدرسة العليا الجزائرية للأعمال حول: سبل إرساء الثقة بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك في التجارة الإلكترونية، في قاعة المحاضرات في نفس المدرسة يوم 23 فيفري 2019.

ولقد خلص هذا اليوم الدراسي رغم غياب التمثيل الرسمي، وقطاعات هامة كالبنوك، إلى جملة من النقاط الأساسية التي يمكن تناولها على النحو التالي:

- مطالبة المركز الوطني للسجل التجاري بتفعيل قائمة التجارة الإلكترونية.
- مطالبة المؤسسات المالية وعلى رأسها البنوك بالاضطلاع بدورها في تعميم وسائل الدفع الإلكتروني، وتعويد المستهلك الجزائري على استعمالها.
- تحرير السوق الإلكترونية والتسوق الإلكتروني داخل وخارج الجزائر من القيود المفروضة عليه.
- 3. الاحتفال باليوم العالمي للمستهلك الموافق لـ 15 مارس من كل عام، أين احتفلت به المنظمة في سنة 2018 تحت عنوان أسواق رقمية أكثر عدلا، في حين احتفلت به في سنة 2019 في إطار ملتقى وطني حضره خبراء أجنبية وممثلو هيئات رسمية، تحت عنوان موثوقية الأجهزة الذكية.
- 4. عملت المنظمة الجزائرية على إعداد قائمة بالمواقع التجارية الإلكترونية المضمونة، وذلك وفق دفتر شروط خاص يوقعه صاحب المحل التجاري مع المنظمة، هذه الأخيرة التي تكفل ضمان العملية، وتوقيع المخالفات في حال الإخلال بالالتزامات الموقعة.
- 5. العديد من النشاطات الميدانية للمكاتب الولائية بالشراكة مع الجامعات ومديريات التجارة ومعاهد التكوين والمدارس، وذلك من أجل التكفل بحق المستهلك في الإعلام وحقه في التوعية والتحسيس والتثقيف.
- 6. في ظل عالم الرقمنة ووسائل الدفع الإلكتروني، دعائم تحسيسية وخرجات ميدانية لتوعية المستهلكين بوسائل الدفع الإلكتروني TPE.

الخاتمة

انتهاءً عند كل المضامين التي تناولها موضوع بحثنا حول دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الالكترونية والمنتجات الذكية (المنظمة الجزائرية لحماية وارشاد المستهلك ومحيطه نموذجاً)، ومروراً بكامل المحاور التي تم التعرض لها ومناقشة مختلف تفاصيلها وفق توجه منهجي واضح ومنطلق أساساً من الإشكالية العامة المثارة في مقدمة البحث، ونصل في ختام دراستنا هذه للوقوف على جملة من الاستنتاجات والاقتراحات وفقاً لتسلسل الأفكار التي تمت مناقشتها، وذلك على النحو التالي:

- إنَّ المعاملات الإلكترونية كتقنية حديثة تسعى كافة دول العالم إلى تطبيقها، إلا أننا لا نجد أي ذكر لها في القانون الجزائري.

- إنَّ مسألة حماية المستهلك من مخاطر هذه المعاملات في التشريع الجزائري لا تزال بعيدة مقارنة بالتوجيهات الأوروبية وبعض النظم القانونية المقارنة.

- افتقار قانون حماية المستهلك لسنة 2009 على أي تفاصيل أو ذكر لهذا النوع من المعاملات على الرغم من خطورته الواضحة والبالغة.

- إنَّ الدور الذي تقوم فيه جمعيات حماية المستهلك غير كافي في ظل المنظومة القانونية المنظمة لجمعيات حماية المستهلك.

وبناءً على ذلك نقترح ما يلي:

- إعادة النظر في المنظومة القانونية المتعلقة بحماية المستهلك وإدراج الجانب الإلكتروني في كافة تعاملاته وفي المقابل توفير الحماية القانونية اللازمة، هذه

الأخيرة التي ستشكل الأساس الذي تعتمد عليه جمعيات حماية المستهلك في مقاضاتها لحالات الاحتيال والخداع.

- إعداد دورات لفائدة كافة الفئات المعنية بحماية المستهلك كل وفق الدور المنوط فيه، ومحاولة إعداد قضاة متخصصين في هذا الشأن.

- توفير كافة الإمكانيات المادية والإدارية لجمعيات حماية المستهلك كونها هي الوسيط المباشر والأول مع كافة فئات المستهلكين.

- وضع خارطة طريق وطنية شاملة للتوجه رسميا وواقعا نحو معاملات إلكترونية حقيقية في مختلف القطاعات وفق آليات ووسائل رقابية فاعلة، وضمانات تكفل الحقوق لأصحابها وخاصة المستهلك.

الهوامش

- 1 - القانون رقم 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 25 فيفري 2009، الجريدة الرسمية رقم 15 لسنة 2009.
- 2 - منيرة بلورغي، حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد رقم 04، أبريل 2017، ص: 189، 190.
- 3 - نوال بن لحرش، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر - دور وفعالية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، جامعة قسنطينة 1، 2012/2013، ص: 11.
- 4 - محمد عبد الله مغازي، الحق في تكوين الجمعيات والمؤسسات الأهلية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005، ص: 73.
- 5 - نوال بن لحرش، مرجع سابق، ص: 26.
- 6 - منيرة بلورغي، مرجع سابق، ص: 173، 174.
- 7 - أنظر القانون رقم 04 - 02، المؤرخ في 23 يونيو 2004، المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم.

- 8 - أنظر القانون رقم 04 - 08 المؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، الجريدة الرسمية عدد 52، المؤرخة في 18 أوت 2004، المعدل والمتمم.
- 9 أنظر الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية عدد 49، المؤرخة في 11 يونيو 1966، المعدل والمتمم، - أنظر الأمر رقم 58 - 75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية عدد 78، المؤرخة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.
- 10 - أنظر المادة الأولى من القرار بقانون رقم 15 لسنة 2017، المؤرخ في 15 جوان 2017، المتضمن قانون المعاملات الإلكترونية، الوقائع الفلسطينية عدد 14 ممتاز، المؤرخة في 09 جويلية 2017.
- 11 - أنظر: القانون رقم 15 - 04، المؤرخ في 01 فبراير 2015، المحدد للقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكتروني، الجريدة الرسمية عدد 06، الصادرة بتاريخ 10 فبراير 2015.
- 12 - القانون رقم 18 - 05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية عدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.
- 13 - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مذكرة مكتملة للحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، 2009، ص: 24، 25.
- Andreas Greftegreff Mysen, Smart products "An introduction for design - 14 students", Article published in the Norwegian University of Science and Technology (www.ntnu.no), p.03, view date: 15 May 2020.
- 15 - عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص: 30، 32. أنظر أيضا: حنان أوشن، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الإداري، جامعة باجي مختار، عنابة، 2012، ص: 04، 05.
- 16 - علي حساني، حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، السنة الحادية عشر، المجلد رقم 11، العدد الأول، الجزائر، جانفي 2019، ص: 164،
- 17 - أرشيف المنظمة الجزائرية لحماية وإرشاد المستهلك ومحيطه، غير منشور.
- 18 - التقرير الأدبي للملتقى الجهوي للمنظمة الجزائرية لحماية وإرشاد المستهلك ومحيطه apoce حول أخطار الاستعمال السلبي للشاشات الذكية، 30 جانفي 2019، غليزان، الجزائر، غير منشور.