حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الالكترونية

Protecting consumers from the risks of electronic transactions

تاريخ الإرسال: 2018/10/04 * تاريخ القبول:2019/02/02 * تاريخ النشر: 2019/02/10

د. حساني علي
جامعة ابن خلدون ـ تيارت ـ الجزائر
hassaniali7@yahoo.fr

ملخص:
تعتبر المعاملات الالكترونية وسيلة من الوسائل الحديثة للتجارة الالكترونية وقد صاحبت عمليات التطور التكنولوجي والتقني، وكنتيجة لذلك أصبح المستهلك ضحية لهذه التقنيات المتطورة المستعملة في الدعاية والترويج وحتى التوزيع، للسلع والخدمات.
ولغرض توفير الحماية للمستهلك أثناء معاملاته الالكترونية صدرت في سبيل ذلك عدة قوانين وطنية ودولية إلى جانب تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك للقيام بدورها بالشكل المطلوب.
الكلمات المفتاحية: المعاملات الالكترونية، حماية المستهلك، السلع والخدمات، وسائل الكترونية.

Summary:
Electronic transactions, considered as a new means, because of technological development, The consumer has become a victim of this developed technology that accompanies the advertising and distribution of products and services.
To this end, and in order to provide consumer protection and strengthen safeguards, national and international laws have been adopted; and the primary role of consumer protection associations.
Keywords: *electronic transactions , consumer protection, products and services, electronic tools.*

مقدمة:
كثُر الحديث وسال الكثير من الحِبر في السنوات الأخيرة حول موضوع الاستهلاك وحماية المستهلكين الذين أصبحوا يشكلون الكتلة الاقتصادية الأكثر أهمية، ويعود السبب في ذلك إلى ماشهدته المعاملات من نقلة تكنولوجية معتبرة منذ منتصف القرن العشرين والتي ترتب عنها اضطراد في العملية الانتاجية، وقد واكب هذا التطور في أساليب الإنتاج وفي تقديم الخدمات زيادة في حجم المخاطر والأضرار التي قد يتعرض لها المستهلكون في تعاملهم بالوسائل الالكترونية لاقتناء هذه المنتجات الحديثة.
فمن جهة نجد أن كلما زاد حجم المنتوجات والسلع المتطورة زادت عيوبها وبالتالي أصبحت محفوفة بالمخاطر أثناء استعمالها واستهلاكها، ومن جهة ثانية تزايد الغش والخداع وأصبحا يشكلا تهديداً حقيقياً لحياة المستهلك.
كل هذا يظهر جلياً عندما يتم التعامل بالوسائل التقليدية، ويزداد خطورة كلما كنا أمام المعاملات الالكترونية التي تعتمد أساسا على الشبكة العنكبوتية، ومن ثم اقتضت الضرورة لمواجهة المخاطر ظهور تشريعات حماية المستهلك والدفاع عن حقوقهم ومصالحهم المادية.
والجزائر كباقي دول العالم اهتمت بحماية المستهلك صحياً واقتصادياً، وذلك من خلال إصدارها لمجموعة من النصوص القانونية أولها كان سنة 1989 المعدل بالقانون 03.09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[i]، تبعه ذلك العديد من النصوص التنظيمية الأخرى[ii]، زد على ذلك قانون العقوبات والقانون المدني الذي يشكل الشريعة العامة لكافة القوانين.

وكلما نظرنا إلى التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم الآن نجد أن القواعد التقليدية أثبتت عجزها عن توفير حماية فعالة للمستهلك، وعليه تحتاج الجزائر إلى تطور تشريعي مثلما تطورت الأنظمة الالكترونية المستعملة في المعاملات التجارية الآن.

ولقد أقرت العديد من القوانين مجموعة من الحقوق لكافة المستهلكين من بينها الحق في الإعلام، الحق في الاختيار والحق في حماية حقوقه الاقتصادية والمادية إلى جانب بعض المبادئ التي من شأنها تنوير إرادة المستهلك في اقتناء السلع والخدمات، كما استفادت جمعيات حماية المستهلك بعدة امتيازات وحقوق تتمتع بها خدمة للمستهلكين.

ونظرا لكون كافة التعاملات الإلكترونية تتم في فضاء افتراضي باستخدام وسائل إلكترونيـة فإن المستهلك يكون عرضة لعمليات السرقة والغش والاحتيال والقرصنة، ولذلك فـإن تحقيـق قبـول اعتماد التجارة الإلكترونية لدى المستهلك يعتمد على بناء الثقة في هذا النوع من المبادلات

وإن بناء هذه الثقة يستدعي اتخاذ مجموعة من الإجراءات من بينها إيجاد قواعد واضـحة لتحديـد البيانات التي تساعد المستهلك الذي يريد الدخول إلى السوق العالمية لاختيار ما يرغب فـي الحصـول عليه من خدمات أو بضائع ، فقلة المعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات المتوفرة على الإنترنيت أو عدم صدقها يجر المستهلك للوقوع ضحية غش واحتيال لأنّه لا يتمكن من فحص هذه البضاعة[iii].

ولقد أشار القانون 03.09 في قسمه السابع إلى الأدوار المنوطة بجمعيات حماية المستهلك، ومن هنا يمكن طرح الإشكالية التالية: أين تتجلى دور جمعيات حماية المستهلك اتجاه المعاملات الالكترونية وماهو موقعها في ظل هذه التغيرات الاقتصادية؟ وكإجابة عن هذه الإشكاليات سنحاول أن نقسم هذا العمل إلى مبحثين نتناول في مبحث أول موقع جمعيات حماية المستهلك بالنظر إلى التحولات الاقتصادية، فيما سنخصص المبحث الثاني للدور المنوط بهذه الجمعيات ضد مخاطر المعاملات الالكترونية.

المبحث الأول: جمعيات حماية المستهلك والمعاملات الالكترونية

لا يختلف اثنان على ما حدث في السنوات الأخيرة داخل العالم من تطورات هامة وكبيرة تمثلت أساساً في تكنولوجيات المعلومات والاتصالات واتساع حجم التجارة الالكترونية، أدى إلى تحول جذري لطبيعة ونمط الحياة الاقتصادية للمحترفين وللمستهلكين على حد سواء، لكن هذا الأخير كان اشد تأثراً وتأثيراً بسبب ما لحقه من أضرار مست صحته ومصالحه المادية.

لاشك أن المعاملات الالكترونية أصبحت الآن هي الوسيلة الطاغية في الميدان التجاري، بالرغم أن الكثير من المستهلكين لا يحبذون التعامل بالتكنولوجيات الحديثة لشدة خوفهم من التعرض للغش والاحتيال.

إن لهذه المعاملات الحديثة دورا فعالا في تسهيل حياة المستهلك وترجم محاولته للتطور ومواكبة الدول المتحضرة لارتباط هذه التعاملات بشبكات رقمية مترابطة بشكل قوي، فتسمح للمتعامل بالتسوق والتعاقد لغرض التعامل التجاري والمصرفي من بيته، وأصبح بإمكانه أن يعمل ويدفع إلكترونيا عن طريق الحاسب بدون جهد، لكن هذه الخلايا العنكبوتية لم تسلم فور ظهورها من الكبيرة من الخروقات والاعتداءات الغير متوقعة، الأمر الذي تسبب في بروز العديد من المشاكل المضرة بالمستهلك. مما أدى إلى ظهور الكثير من المحاولات النشطة للحد من تلك التجاوزات والاعتداءات التي تمس بالثقة والائتمان التجاري وتلحق بالمستهلك الاضرار المادية والمعنوية.

المطلب الأول: التوجه الاقتصادي الجديد وحماية المستهلك في الجزائر

سنحاول دراسة هذا المطلب من جانب ما قدمته جمعيات حماية المستهلك من خدمة للتشريع الخاص بالاستهلاك، وحماية المستهلك والتحول الاقتصادي في الجزائر.

الفرع الأول: خدمة جمعـيات حماية المستهلك للمنظومة التشريعية في الجزائر

في الجزائر توجد الكثير من الجمعيات المختصة في حماية المستهلك إلا أن دورها لا زال غير فعال لأنها تفتقد الدعم المالي والتنظيم القانوني، ورغم ذلك نجد جمعية حماية المستهلك في الجزائر قدمت مقترحات كثيرة لتغير من المنظومة التشريعية الخاصة بحماية المستهلك.

- ما يتعلق بالقانون رقم 02/04[iv] من خلال مواده 4،5،7،8 الخاصة بضرورة إخبار المستهلك بالأثمان وشروط البيع " تطبق على القواعد المتعلقة بتحديد الأثمان وشروط البيع ".
- المادة 29 من القانون أعلاه والنصوص التنظيمية ذات الصلة التي تحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين وتحدد البنود التي تعتبر تعسفية[1].
- الالتزام البات من طرف المستهلك بالأداء الفوري مقابل اقتران التزام البائع بشرط معلق على إرادته المفردة .
- تغيير الثمن وفق عناصر مرتبطة بالإرادة المنفردة للبائع أو لمقدم الخدمة
- احتفاظ البائع بحقه الانفرادي في تغيير خصائص المبلغ أو الخدمات المقدمة .... .
- المادة 62 التي نصت على إنشاء لجنة الشروط التعسفية التي جاء فيها " تنشأ داخل المجلس الوطني الاستهلاك لجنة تسمى بلجنة الشروط التعسفية يحدد تكوين هذه اللجنة وطريقة عملها بنص تنظيمي "

بالإضافة إلى أن جمعية حماية المستهلك قد نصت على إنشاء مجلس وطني يختص في البت في كل المسائل التي ترفع إليه بخوص حماية المستهلك ويشارك في إعداد وتطبيق السياسية الوطنية الاستهلاك تحت إشراف الوزير الأول .

كما تم تحديد مهام المجلس الوطني الاستهلاك على الخصوص من القيام بصفة استشارية بالدراسة المسبقة لمشاريع النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بحماية المستهلك والتي تعرض عليه من طرف السلطات المختصة كما أنه يقوم بتأطير الحوار بين ممثلي المستهلكين وممثلي المهنيين والمراقبين والسلطات العامة في كل ما يتعلق بقضايا الاستهلاك .

الفرع الثاني: حماية المستهلك والتحول الاقتصادي في الجزائر

ترى الجزائر بأن التحول إلى نظام اقتصاد السوق الحر هو المخرج الوحيد من مأزق انهيار الاقتصاد الوطني وانخفاض سعر المحروقات، كما يعد من أهم الركائز الأساسية لدفع عجلة التنمية ورفع مستوى الإنتاج في جميع القطاعات الصناعية المختلفة، وحتى يكون هذا التحول مجدياً ومحققًا لأغراضه التنموية يتوجب استيفاء كل المستلزمات الضرورية والجوانب الأساسية لمثل هذا التحول، ويأتي في مقدمة هذه الشروط وضع السياسات الملائمة لضبط السوق واستقراره وبالتالي توفير الحماية الفعالة للمستهلك المنجرة عن تقلبات السوق واحتكار السلع والخدمات أو خطوط الإنتاج على المستوى المحلي، بحيث تعتبر حماية حقوق المستهلك جزءً لا يتجزأ من منظومة حماية حقوق الإنسان الاقتصادية بصفة عامة حيث يتعين ضمان حقوق الإنسان في الحصول على معاملة حسنة أينما حل وارتحل والمحافظة على صحته وسلامته وأن تُقدم له الخدمة والسلعة الجيدة بسعر مناسب وجودة عالية.

وبالرجوع إلى ماجاء به القانون03.09 يتضح بأن المشرع الجزائري حاول ما أمكن إرساء حماية فعالة للمستهلك إما من خلال صياغة بعض النصوص أو من خلال منحه صلاحيات واسعة لجمعيات حماية المستهلكين[v]، على اعتبار أن السوق الاقتصادي الخالي من إحكام قبضة النصوص القانونية يعتبر مثل السفينة بدون قائد، والحرية بدون ضوابط قانونية توازي مجتمع تسوده الفوضى. وعلى هذا الأساس نجد من بين الحريات التي يجب أن يتمتع بها الفرد أو المواطن داخل المجتمع حرية تأسيس الجمعيات والتي تلعب أدوارا هامة في الدفاع عن المصالح العامة لأفراد المجتمع.

نتيجة ازدياد حجم المعاملات الالكترونية من جانب، واختلال ميزان القوى بين المستهلك والمتدخل من جهة ثانية، اتجهت غالبية التشريعات إلى إصدار قانون يتضمن الوسائل اللازمة لحماية المستهلكين، والحث على إنشاء أجهزة حكومية أو خاصة معتمدة تتولى مهمة حماية المستهلكين بداية من مرحلة الإنتاج والتوزيع، مروراً بمرحلة الإعلان والبيع، انتهاءاً بمرحلة التسليم والتنفيذ.

المطلب الثاني: نظرة عامة حول المعاملات الالكترونية

سيتم التطرق في هذا المطلب الى مفاهيم تتعلق بالمعاملات الالكترونية واهمية حماية المستهلك في العالم الافتراضي والقانون المطبق في الجزائر الخاص بهذه المعاملات.

الفرع الأول: مفاهيم خاصة بالمعاملات الالكترونية

لازال قانون المعاملات الالكترونية في الجزائر عبارة عن مشروع ومحل نظر من قبل الحكومة، إلا ماجاء في بعض النصوص كالقانون 04/15[vi] الذي حدد مصطلحات كثيرة تتعلق بموضوع التوقيع والتصديق الالكترونيين ومن

جملة ذلك فقد عرف التوقيع الالكتروني بأنه:" بيانات في شكل الكتروني، مرفقة او مرتبطة منطقياً ببيانات الكترونية اخرى، تستعمل كوسيلة توثيق".

وأضاف المرسوم الرئاسي 261/15[vii] تعاريف مختلفة تتعلق أساسا بالقواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتهما، حيث يقصد بالاتصالات الالكترونية:" كل تراسل او إرسال أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو معلومات أيا كانت طبيعتها عن طريق أي وسيلة الكترونية، بما في ذلك وسائل الهاتف الثابت والنقال". ونفس التعريف تقريباً نجده جاء بنص المادة 2 من القانون 04/09[viii].

أما الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات فقد عرفت من خلال المادة الثانية منها تقنية المعلومات بأنها:"أية وسيلة مادية أو معنوية أو مجموعة وسائل مترابطة أو غير مترابطة تستعمل لتخزين المعلومات وترتيبها وتنظيمها واسترجاعها ومعالجتها وتطويرها وتبادلها وفقا للأوامر والتعليمات المخزنة بها ويشمل ذلك جميع المُدْخلات والمخرجات المرتبطة بها سلكياً أو لاسلكياً في نظام أو شبكة"، أما الشبكة المعلوماتية فقد عرفتها الاتفاقية كمايلي:"ارتباط بين أكثر من نظام معلوماتي للحصول على المعلومة وتبادلها"[ix].

كما جاء تعريف المعاملات الالكترونية وفق القانون الفلسطيني للمعاملات الالكترونية لسنة 2010 كما يلي:" المعاملات التي يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بوسائل الكترونية"، أما تبادل البيانات الالكترونية فهي:" نقل المعلومات بوسائل الكترونية من شخص إلى أخر" وتعتبر الوسيلة الالكترونية هي:" أية وسيلة تتصل بالتقنية الحديثة وذات قدرات كهربائية أو رقمية أو مغناطيسية أو لاسلكية أو بصرية أو كهرومغناطيسية أو ضوئية أو أية قدرات مماثلة لذلك تستخدم في تبادل المعلومات وتخزينها". وقد عرف نفس القانون البيانات الالكترونية بأنها:"بيانات ممثلة أومرمزة الكترونياً سواء على شكل نص أو رمز أو صوت أو صور أو غيرها".

الفرع الثاني: أهمية حماية المستهلك في العالم الرقمي

نظرا للأهمية التي يشغلها موضوع حماية المستهلك الالكتروني في جميع دول العالم عمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة على تبني عدة مبادئ أساسية تأكيدا منها على ضرورة التقيد بأسس معينة يكون من شأنها ضمان حماية المستهلك أينما كان، ورعاية صحته وسلامته تحت أية ظرف.

تتجلى أهم هذه الحقوق والمبادىء الأساسية الواجب مراعاتها لحماية المستهلك فيما يلي:

أولاً: حق إشباع الحاجات الأساسية للمستهلك، حيث يعتبر واجب بل فرض على كل دولة أن توفر المواد والاحتياجات الأساسية للمستهلك في السوق بحيث تكون مدعومة من قبل الحكومة حتى لا يتم التلاعب

في أسعار وجودة مثل هذه السلع الأساسية من قبل بعض الموزعين والمزودين.

ثانياً :لمحافظة على سلامة المستهلك من خلال مراقبة جميع السلع الموردة إلى السوق وإخضاعها للمراقبة الصحية لمعرفة مدى صلاحيتها للاستعمال البشري، وهذا قد يتطلب إنشاء المختبرات المتخصصة في الفحص والتأكد من سلامة المنتجات المطروحة في السوق.

ثالثاً :أهمية توافر معلومات كاملة عن أية سلعة متواجدة بالسوق من حيث تاريخ إنتاجها وانتهائها إن وجد، وسعرها وغيرها من المعلومات الدقيقة التي تساعد في التعرف على مدى صلاحية المنتج.

رابعاً :حرية اختيار المستهلك السلعة التي تناسبه من بين السلع المعروضة في السوق، فللمستهلك كل الحرية والحق في اختيار السلعة التي يريدها دون أي تأثير من قبل أي بائع أو موزع أو مقدم للخدمة وهذا ما يحفز التنافس المشروع فيما بين التجار.

خامساً :حق تمثيل المستهلك لدى الجهات المختصة للمشاركة في وضع السياسات العامة لحماية المستهلك.

سادساً :حق المستهلك إذا ماحصل على سلعة فيها عيب ما أو لاتلبي رغباته عند شرائه لها، أن يستبدلها بما يتلاءم مع احتياجاته أو يحصل على التعويض اللازم خاصة إذا ما كان هناك غش أو تضليل لدى شرائه للسلعة.

سابعاً :حق المستهلك أن يحصل على التوعية والتثقيف المناسبين ليستطيع أن يميز بين السلعة السيئة والسلعة الجيدة.

ثامناً :حق المستهلك في بيئة سليمة ونظيفة بحيث تكون البيئة المناسبة لحياة المستهلك دون أي تهديد لصحته حاضراً ومستقبلاً.

الفرع الثالث: قانون المعاملات الالكترونية في الجزائر

من الطبيعي أن تزداد الحاجة إلى قانون ملزم يحمي حقوق المستهلك الالكتروني يكون مكملاً وداعماً لقواعد وسياسات حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية على المستوى المحلي ويتناسب مع ثورة المواصلات السلكية واللاسلكية والرقمية، مما يضمن سلامة السوق المحلي من أي ممارسات احتكارية تؤثر على الأسعار المحلية وعلى رفاهية المستهلك.

ولقد اقتصرت حماية المستهلك قديماً وحتى وقت ليس ببعيد على ما تقوم به بعض الجمعيات الخاصة بحماية المستهلك وإن كانت تقوم بعملها بشيء من الحياء لعدم مقدرتها على التأثير بشكل فاعل في حماية المستهلك، لكن الان أصبح من الضروري تدخل هذه الجمعيات لتقديم الدعم والمساندة للمستهلك الالكتروني، رغم عدم وجود النص القانوني الخاص بالمعاملات الالكترونية فعال تستند إليه هذه الجمعيات في مواجهة الأشخاص الذي يؤثرون على حقوق ومصالح المستهلك الالكتروني الجزائري في كثير من المواضيع.

وقبل صدور قانون 03/09 الساري المفعول كان التعديل الدستوري لسنة 2016[x] أثر كبير في ترسيخ مبدأ حرية الاستثمار والتجارة، وتحسين مناخ الأعمال، كما نص على تكفُل الدولة لضبط السوق والتأكيد على احترام حقوق المستهلكين وحمايتهم قانوناً[xi].

وللاشارة لازال قانون المعاملات الالكترونية في الجزائر مشروعا لم يشهد النور بعد، رغم أن كل الدول العربية تملك هذا القانون وتحاول تطبيقه تدريجيا فضلا عن الدول المتقدمة الأخرى [xii]، ولم نشهد في الجزائر سوى بعض النصوص المتفرقة الصادرة سنة 2015 والتي تمس بعض من جوانب التجارة الالكترونية، مثل القانون المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها[xiii]، والقانون الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين[xiv].

المبحث الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية

بالرغم من الآليات القانونية والتدابير القضائية التي سخرت في هذا الإطار خدمة للمستهلك في مجال التعاملات الالكترونية، إلا أن هذه الأخيرة أضحت تتميز بالخطورة لاتصالها بشبكة الانترنت التي تتصف بالاختراق والاحتيال والنصب على المستهلك، مما دفع بجمعيات المجتمع المدني والمؤسسات الغير حكومية إلى التحرك لفرض المزيد من الحماية وتنوير المستهلك الالكتروني.

المطلب الأول: جمعيات حماية المستهلكين وهدفها في حماية المستهلك الالكتروني

ستناول في هذا المطلب موقع جمعيات الدفاع عن المستهلك الالكتروني(الفرع الأول) والنظام القانوني لهذه الجمعيات(الفرع الثاني).

الفرع الأول: موقع جمعيات الدفاع عن المستهلك الالكتروني

القانون الفرنسي الصادر 1988 والخاص بصلاحيات جمعيات حماية المستهلكين منح الحق في رفع الدعاوى القضائية، ولايتم ذلك إلا إذا حدث غبن أو أضرار بالمصلحة الجماعية للمستهلكين وذلك في حالة الجريمة الجنائية، ففي هذا النطاق الضيق يكون للجمعية رفع الدعوى المدنية التبعية أمام القضاء الجنائي أو رفع الدعوى المدنية أمام القضاء المدني بعد صدور الحكم في الدعوى الجنائية.

كمايسمح هذا القانون للجمعية برفع الدعوى القضائية بصفة خاصة إذا ما كان مضمونها هو إبطال التصرفات التي تصدر عن المهنيين وتكون غير قانونية، ولا يشترط لذلك وجود جريمة جنائية ويجوز وفق هذا القانون كذلك إمكانية رفع الدعاوى القضائية على سبيل إجراءات تحفظية أو وقائية، ويمكن لها رفع الدعوى بإلغاء الشروط التعسفية التي 6من تقنين - تدرج في العقود النموذجية المطبوعة من جانب المهنيين، حسب المادة421 من قانون الاستهلاك الفرنسي، خصوصا وان الواقع يشهد أن مناهضة مثل هذه الشروط التعسفية[xv].

أما المشرع الجزائري، فقد اعترف بحق الجمعية في التمثيل أمام القضاء في قانون الصادر سنة 200 من خلال المادة 23 أمام القضاء الجنائي أو المدني، بشرط أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي وأن يكون الضرر مس المصالح المشتركة للمستهلكين، وذلك لإصلاح الضرر الذي لحق بالمصالح الجماعية للمستهلكين[xvi].

إلا أن الواقع في الجزائر، يكشف أن دورها لم يتجاوز دور توعية وتوجيه المستهلكين وتنويرهم بمشاكل الاستهلاك، بالاعتماد على النشرات والمجلات والوثائق الإعلامية التي تقوم بنشرها.

الفرع الثاني: النظام القانوني لجمعيات حماية المستهلك

جاء القانون 03/09 لينص على تعريف لجمعية حماية المستهلك والدور الذي تقوم به داخل العملية الاستهلاكية[xvii].

جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشاة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و تحسسيه و توجيهه و تمثيله.

- يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلكين المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المنصوص عليها في التشريع و التنظيم الساري المفعول.
- بغض النظر عن أحكام المادة الأولى من الأمر رقم 71-57 المؤرخ في 05 أوت 1971 و المتعلق بالمساعدة القضائية، يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية.
- عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل و ذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني.

وعليه فإن جمعيات حماية المستهلك هي جمعية مدنية لاتهدف الى تحقيق الربح وتتبع في دفاعها عن المستهلكين عدة طرق ومن أهمها التوعية والدعاية المضادة والامتناع عن الشراء والامتناع عن الدفع.

كما تلعب هذه الجمعيات الدور الوقائي والدفاعي لحماية المستهلك الالكتروني، فالدور الوقائي يتمثل في حماية هذا الأخير من المنتوجات الفاسدة قبل استهلاكها عن طريق لفت نظر المستهلك الالكنروني إلى السلع التي تتعرض للغش والتزوير.

أما الدور الدفاعي والذي تنفرد به هذه الجمعيات والذي يظهر جلياً أثناء وبعد تنفيذ العقد الالكتروني من طرف المستهلك، فيقصد به الإجراء الذي تباشره أمام الجهات القضائية في حال الإضرار بجماعة المستهلكين، أو التدخل في المنازعات الفردية التي يرفعها المستهلكين كل على حدى[xviii].

وعليه فإن للمستهلكين الالكترونيين أيضاً دور في توفير الحماية لأنفسهم بل يكونون مسؤولون في أحيانا كثيرة ويقع عليهم واجبات لابد من احترامها والوقوف عليها وهي:

- التضامن و التكافل:

يشير إلى ضرورة أن يتضامن المستهلكون فيما بينهم للحصول على حقوقهم ويدافعون عن حقوق بعضهم بعضاً أمام المنتجين والبائعين بشكل متكافل دون أن يعرفوا بعضهم.

- الوعي والتوعية· :

تقديم برامج هادفة لتوعية المستهلك الالكتروني بحقوقه وواجباته فيما يتعلق بالسلع والخدمات التي يرغب بشرائها عن طريق الانترنت.

- اتخاذ الإجراءات المناسبة والعمل على تنفيذها

أن يكون المستهلك الالكتروني إيجابياً وفاعلاً وقادراً على التغيير بما يخدم مصلحة المستهلكين.

- اهتمامات اجتماعية :

تتمثل المسؤوليات الاجتماعية للمستهلكين نبذ الآثار السلبية، استغلال النفايات بما يخدم التنمية المستدامة والتصدي للأشياء التي تسبب أضراراً للبيئة في المجتمع.

- الوعي البيئي· :

تشمل عملية خلق وعي بيئي لدى المستهلكين الالكترونيين فيما يتعلق بالحفاظ على البيئة وتنظيم الاستهلاك لديهم .فمثلاً :التخلص من المنتج بعد الشراء يتطلب من المسوقين أن يعرفوا كيف يتخلص المستهلك من المنتج، وخاصة إذا ما كانت عملية التخلص هذه تضر بالبيئة، ومن ثم توجيه المستهلكين إلى كيفية التخلص الصحيح من هذه المنتجات، وكذلك عليهم نشر ثقافة الحفاظ على البيئة والتشجيع على عمليات التدوير[xix] .

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في ظل الاقتصاد الرقمي

أصبح المستهلك في ظل الاقتصاد الحر عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، إذ أن المنتج الالكتروني قد يدفعه سعيه في ضوء مكنة الإنتاج وتزايده إلى تسويق منتجاته وتوزيعها إلى التغاضي عن المصالح المتعلقة بالمستهلك، فلا يهتم كثيرا بشروط احترام الأمن والسلامة في تلك المنتوجات ومطابقتها للمواصفات والمعايير العالمية، بل وقد يسعى بوسائل غير أخلاقية إلى تضليل المستهلك وخداعه بإيهامه بمزايا غير حقيقية في تلك السلع وصرف نظره عن عيوبها.

ضرورة حماية المستهلك تقتضيها ضعف مركزه القانوني على فرض أنه الجانب الضعيف تقنياً واقتصادياً في علاقته بالمهني المحترف الذي يملك مميزات حصوله على التعامل بالمعلوماتية، فضلا عن القدرة المالية الضخمة .

فليس الأمر- كما قد يبدو– صراعا بين طرفين أحدهما أقوى والأخر أضعف، بقدر ما هو ضبط للتوازن العقدي بينهما على ضوء المعاملات الالكترونية، ولذلك اختلفت الاتجاهات الفقهية والأحكام القضائية في وضع منهج قانوني لحماية المستهلك بسبب اختلاف المفاهيم القانونية والتعاريف الفقهية لحمايته في ظل هذه المعاملات المبنية على العالم الافتراضي.

تلعب جمعيات حماية المستهلك أدوارا هامة في الدفاع عن مصالح جمهور المستهلكين الالكترونيين لأنها أصبحت من جماعات الضغط على المهنيين والمحترفين والاعوان الاقتصاديين عن طريق حثهم على احترام المصلحة الجماعية للمستهلكين عند القيام بمشروعاتهم.

وتتبع جمعيات حماية المستهلك في دفاعها عن المصلحة الجماعية المشتركة إحدى الوسائل التالية: التوعية والدعاية المضادة أو الامتناع عن الشراء أو الامتناع عن الدفع، إضافة إلى إمكانية رفع الدعاوى القضائية، وهذا ما سنحاول التفصيل فيه في هذا المطلب عن طريق تقسيمه الى فرعين، بحيث سنتناول الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك(الفرع أول)،فيما سنخصص (الفرع الثاني) للدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك.

الفرع الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك الالكتروني

تعتمد جمعيات حماية المستهلك على مجموعة من الوسائل للدفاع عن مصالح المستهلكين، ومن بين هذه الأساليب أو الطرق العامة لحماية المصلحة الجماعية للمستهلكين عن طريق جمعيات حماية المستهلك

أولاً: عرض أهم الأساليب أو الوسائل :

تتبع جمعيات حماية المستهلك في دفاعها عن المصـلحة الجماعية المشتركة الأساليب والطرق التالية:

1- التوعية والدعاية المضادة Contre – publicité

2- الامتناع " الإضراب عن الشراء " Grève de paiement

3- الامتناع عن الدفـع Grève de paiement

1- التوعية والدعـاية المضادة

أ- التوعـية :

يقصد بالتوعية قيام جمعيات حماية المستهلك بطبع بعض الدوريات من الصحف أو المجالات أو النشرات الأسبوعية أو الشهرية، وتوزيعها على المستهلكين، بهدف إمدادهم بالبيانات والمعلومات الالكترونية عن خصائص السلع والخدمات المعروضة في السوق المحلية، وتبصيره بأحسن وأجود المعروضات.

ب – الدعاية المضادة :

تعني الدعاية المضادة قيام جمعيات حماية المستهلك بنشر أو توزيع انتقادات مكتوبة بالصحف أو مطبوعات ، والمعلقات ....ومسموعة عن طريق الراديو مثلا أو مرئية عن طريق الانترنت والتليفزيون للمنتجات أو الخدمات الموجودة بالسوق المحلي.

وتعد الدعاية والتوعية أو الدعاية المضادة أحد مظاهر حرية التعبير عن الرأي ولا يجب إخضاعها –في الأصل –لرقابة سابقة من جهة الإدارة لأنها عادة تكون ذات طابع موضوعي، وليس لغرض تجاري خلاف الدعاية أو الإعلان التجاري الذي يموله التجار لترويج منتجاتهم وسلعهم دون مراعاة للموضوعية أو الأمانة في بعض الأحيان.

ولاتعتبر الانتقادات التي تتضمن الدعاية المضادة عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، أو خطأ في حد ذاتها، إلا إذا توفرت فيها الشروط المنصوص عليها قانوناً، كأن تلحق الدعاية المضادة أضرارا جسيمة بالمشروعات أو

بأصحابها، ومن ثم يكون لهؤلاء الحق في الدفاع عن مصالحها واللجوء إلى القضاء لرفع دعوى المسؤولية على الجمعية إذا توافرت الشروط اللازمة لذلك.

2- الامتناع عن الشـراء (المقاطعة)

قد تطلب جمعيات حماية المستهلك – في بعض الأحيان – من جمهور المستهلكين التوقف أو الامتناع عن شراء سلعة أو خدمة معينة أو عدم التعامل مع مشروع معين، وهناك فرق واضح بين الدعاية المضادة وبين المقاطعة، هذه الأخيرة تذهب إلى أبعد من مجرد تزويد المستهلك بالمعلومات فتتخذ المقاطعة شكل الطلب أو الأمر الصادر من الجمعية إلى المستهلكين بالتوقف عن شراء السلع أو المنتجات الضارة بصـحتهم أو سلامتهم، كما حدث في فرنسا في قضية " عجول الهرمونات .

وللاشارة أن في الجزائر ليس هناك ماينص على جوازية قيام الجمعيات الخاصة بالمستهلكين بالحث على مقاطعة شراء السلع، لما تسببه ذلك لأصحاب المشروعات والبائعين من أضرار وخسارة مادية معتبرة، مايؤدي أيضا إلى ندرة السلع وقلة العرض. وقد يكون هذا العمل الذي تقوم جمعيات حماية المستهلك تعسفياً في حق هؤلاء.

3- الامتـناع عـن الدفــع:

قد تطلب جمعية حماية المستهلك، من جمهور المستهلكين، الامتناع عن دفع ثمن المنتج أو مقابل الخدمة التي حصلوا عليها من مشروع معين وهو ما يعبر عنه بعبارة " الإحجام عن الدفـع" وعادة ما تكون الديون الواجـبة على المستفدين(المدينين) طبيعتها القيام بنشاط صناعي أو تجاري. ويكون الهدف من تأخير دفع تلك الديون هو الضغط على الدائن لتخفيض مقدار دينه، ويأخذ هذا الضغط شكل الرفض الجماعي لدفع المبالغ المطلوبة من المستهلكين، حتى يتم تلبية مطالـبهم.

ووفقا للقواعد العامة يكون هذا الرفض غير مشروعا كمبدأ ما لم يكن الدائن نفسه لم يوف من جانبه بالتزاماته التعاقدية، ومن لا يجوز الامتناع عن الدفع لأغراض أخرى، كتخفيض الأسعار مثلا لأن هناك عقد بين الطرفين يجعل هؤلاء يخضعون لمبدأ القوة الملزمة للعقد مع احترام الاستثناءات الواردة في هذا المجال كحماية المستهلكين من الشروط التعسفية في العقود.

الفرع الثاني: الدور الإعلامي لجمعيات حماية المستهلك

إن المستهلك الإلكتروني لاتتوفر له الإمكانيات اللازمة لمعاينة السلع والتحقق من الأداء المناسب للخدمات عبر وسائل الاتصال الحديثة، مما يتطلب وضع آليات تؤدي إلى توفير حد أدنى من الحماية للمستهلكين لاسيما في الفترة التي تسبق التعاقد عبر الانترنت، الأولى هي إعلام المستهلك بتزويده بالمعلومات عند التعاقد معه، ومظاهر إعلامه بالسلعة المعروضة والخدمة المقدمة.

أولاً: حق المستهلك في الإعلام الإلكتروني

يعتبر الحق في الإعلام من أهم وأبرز الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك بصفة عامة ويكون مطلوبا أكثر في مجال المعاملات الإلكتروني، ذلك أن هذا النوع من التعاقد يتم من خلال استخدام الوسائط الإلكترونية دون التقاء في مجلس العقد بين أطرافه، وأن هذه الطريقة فيها من المخاطر مايؤدي إلى التأثير على رضا المستهلك دون علم حقيقي بالمنتوج، لذا حرصت التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني، ونحاول من خلال هذا المطلب أن نوضح المقصود من الحق في الإعلام الإلكتروني مع تبيان مظاهر الحق في الإعلام.

ثانياً: المقصود بالإعلام الإلكتروني

إن عدم التكافؤ في الاحاطة بالمعلومات بين المتعاقدين بخصوص محل التعاقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب إختلاف المراكز القانونية، لأن الطرف الضعيف يتعرض لإستغلال الطرف صاحب القوة الاقتصادية الذي يملك الخبرة والمهارة في التعامل(المحترف)[xx].

من هذا المنطلق ونتيجة لهذا الإختلال في المعرفة بين المهني والمستهلك يتعين على التاجر الإفضاء إلى المستهلك بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستنير إرادة المتعاقد، كما يجب الإدلاء بكل المعلومات طالما لها أهميتها في التعاقد[xxi].

1- تعريف الإعلام الإلكتروني.

إن المشرع الجزائري يبين بوضوح من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلزامية إعلام المستهلك: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلويات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة"[xxii] ، ولكن هذا في العقود العادية دون العقود الإلكترونية التي تجاهلها المشرع.

كما يعرف المرسوم التنفيذي رقم 13-378 إعلام حول المنتوجات بأنه:"كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة او أي وثيقة اخرى مرفقة ب هاو بواسطة أي وسيلة اخرى بما في ذلك **الطرق التكنولوجية الحديثة** أو من خلال الاتصال الشفهي"[xxiii].

ويعرف البعض الاعلام بأنه:"إلتزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي تعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبني عليها رضاءه في العقد"[xxiv].

أما مايتعلق بالإلتزام بالإعلام الإلكتروني فيعرفه البعض بأنه: "إلتزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لايمكنه العلم بها بوسائله الخاصة".

ويتضح لنا من هذا التعريف أن الإلتزام بالإعلام الإلكتروني هو إلتزام سابق على نشوء العقد وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، فهو إلتزام قانوني نجد مجاله في مبدأ حسن النية قبل التعاقد وأثناء التعاقد طالما أنه يتم بكل شفافية وأمانة، بالإضافة إلى أن هذا الإلتزام يتم تقديمه في شكل وسائط إلكترونية يسهل استعمالها والتطرق إلى محتواها في شكل واضح ومقروء[xxv] .

2- محل الحق في الإعلام الإلكتروني

الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هدفه التنوير والتبصير المستهلك وذلك عن طريق إدلاء المنتج أو المهني بكافة المعلومات التي على أساسها يستطيع أن يتدبر أمره بالقبول أو الرفض فيما يخص العقد المراد إبرامه.

- تحديد شخصية البائع.

من أهمم المشاكل التي تثير قلق المستهلك وقد تحد من إقباله على إبرام عقود الإستهلاك الإلكترونية هي عدم معرفة شخصية البائع الذي يتعامل معه، فبيان شخصية المزود يوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد لذا على البائع تقديم معلومات واضحة للمستهلك سواء تتعلق بهويته، إسمه، محله التجاري، بريده الإلكتروني ووضعها تحت تصرف المستهلك للإطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة وقد تناول قانون الاستهلاك الفرنسي والتوجيه الأوروبي الصادر في1997 شخصية المزود[xxvi] وفي سبيل تسهيل معرفة كل هذه البيانات أمام المستهلك الإلكتروني، فقد قام المجلس الوطني للمستهلك الفرنسي بإصدار قرار يقتضي ضرورة وضع تحت تصرف المستهلك كافة المعلومات المتعلقة بالتجار والوسطاء المعروضين على الشبكة وذلك بغية تسهيل المهمة في هذا الصدد بحيث يتيسر على المستهلك الرجوع إلى ذلك السجل قبل الدخول في العلاقة التعاقدية[xxvii].

- إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة.

يقتضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بالإفضاء إلى المستهلك بالمعلومات والبيانات الضرورية اللازمة لمساعدته في إتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه[xxviii]،هذه البيانات والمعلومات عموما تمثل الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة، شروط تحديد أوضاع ممارسة حقه في العدول عن العقد، المعلومات المتعلقة بخدمات مابعد البيع والضمانات التجارية، البيانات المتعلقة باستخدام الشيء المبيع أو الانتفاع بالخدمة، فالبائع المتخصص يلتزم بتوضيح كيفية استخدام الأجهزة الإلكترونية التي يبيعها لمن ليس له دراية بها حتى يقدم المستهلك على شراءها فهو يعلم عن الحالة القانونية للمبيع والحالة المادية له وكيفية استخدامه فالحالة القانونية للمبيع تتضمن كل البيانات القانونية التي قد تثار بعد

التعاقد، بحيث لو علم بها المستهلك قبل إبرام العقد لما أقدم على الشراء، فينبغي إعلامه بكل ما على المبيع من أعباء أو تكاليف أو أية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالسلعة محل التعاقد على النحو المأمول، أما الحالة المادية للشيء فتتضمن كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص وبالأوصاف المادية للمبيع محل التعاقد عملا على تصحيح صورته في ذهن المستهلك بشكل يمكنه من الوقوف على مزايا العقد وخصائصه الذاتية.

أما عن اللّغة المستعملة بغية التعامل مع المستهلك فيجب أن تكون لغة وطنه وهي اللغة الفرنسية، وهذا ما جاء وفق القانون 94-665 الصادر بتاريخ 1994/08/04، حيث نصت المادة الثانية منه على وجوب استخدام اللغة الفرنسية في كل وصف للشيء أو المنتج أو الخدمة وطريقة التشغيل والاستعمال وتعيين نطاق وشروط الضمان، وكذا الفواتير والمخالصات، إلاّ أن استعمال اللغة الوطنية لا يمنع أن تصحبها ترجمة بأي لغة كانت[xxix].

والمشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش لسنة 2009 نص بدوره على ذلك صراحة في نص المادة 18 منه التي جاء فيها على وجوب تحرير البيانات، وطريقة الاستخدام ودليل استعماله وشروط ضمان المنتوج، وكل معلومة أخرى باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات سهلة الفهم من المستهلك بطريقة مرئية و مقروءة و يتعذر محوهما[xxx].

إذن فالتزام البائع بإعلام المستهلك بالأوصاف الأساسية والجوهرية للمبيع يجب أن ينشأ ويتحقق قبل إبرام عقد الاستهلاك أو في وقت معاصر له حتى يتمكن المستهلك من تكوين رضائه بناء على إرادة واعية ومستنيرة تمكنه من معرفة المبيع ومقدار نفعه المادي بالنسبة له[xxxi].

بالإضافة إلى ذلك فان المرسوم التنفيذي 378/13 أكد على إعلام المستهلك عن طريق وضع المعلومات وتسمية المنتوج والتغليف وهذا ما يسمى بالبيانات الإلزامية لوسم للمواد الغذائية، زيادة على ذلك تعريف الحصة وتاريخ الصنع وتاريخ التجميد والتجميد المكثف، وأيضا طريقة الاستعمال دون أن يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مضللة بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليط المستهلك العادي والالكتروني[xxxii].

أما بالنسبة للخدمات فقد أكد نفس المرسوم التنفيذي المشار إليه أعلاه على مقدم الخدمات أن يقوم بإعلام المستهلك عن طريق الإشهار أو الإعلان أو بواسطة أي طريقة أخرى مناسبة، بالخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة[xxxiii].

خاتمة:

إن المعاملات الالكترونية كتقنية حديثة تسعى كافة دول العالم إلى تطبيقها، حيث لا يوجد في القانون الجزائري ما ينص على ذلك، غير مسالة حماية المستهلك من هذه المعاملات في التشريع الجزائري لاتزال بعيدة كل البعد عن ما نشهده من تطور في الدول العربية المجاورة ناهيك عن الدول الأوروبية.

لذلك فالواجب يقتضي وضع قواعد خاصة بحماية المستهلك سواء في العقود التي تبرم الكترونيا والتي تختلف جذريا عن تلك التي تبرم بين حاضرين أو كل المعاملات الأخرى.

ومع الأسف فإن المشرع الجزائري أغفل هذه الأحكام في قانون الاستهلاك لسنة2009 جملة وتفصيلا ولم ينص عن هذه المعاملات الالكترونية رغم خطورتها على المستهلك الجزائري.

من الملاحظ أن الحماية المطبقة على المستهلك تبدو ضعيفة ومحدودة في المستويات الثلاث التي تعرضنا لها، لهذا يجب أن تكثف الجهود على لتوفير الحماية المطلوبة والكفيلة للمستهلكين، ويتم ذلك بإيجاد مدونة خاصة لحماية المستهلك تكون رهن إشارة المعنيين بالأمر، وتسهل دور الأجهزة في القيام بمهمتها وتقوية الجهاز الإداري بالزيادة في كوادرها المتخصصة وإتاحتهم الظروف المادية اللازمة لكي يقوموا بدورهم أحسن قيام.

علاوة على ذلك وعلى المستوى القضائي يجب تقوية هذا الجهاز وذلك عن طريق تكوين قضاة متخصصين في هذا الشأن وتوفير الإمكانيات المادية الضرورية لتأدية دورهم في هذا الميدان بكل عزيمة واحترافية. ولكي يتم الوصول لحماية مثالية للمستهلك يجب أن لا نغفل الدور الذي يمكن أن يقوم به المستهلكين أنفسهم باتخاذهم المبادرة بتأسيس جمعيات هدفها الحماية الفعالة والمستمرة.

تأخرت الجزائر كثيرا عن مسايرة الدول العربية في تطبيق المعاملات الالكترونية نظرا لانعدام النص القانوني لها، فلازال التشريع في هذا المجال في بدايته، بحيث أن هذا التعامل لم يرق بعد بأن يكون قانوناً بل لازال مشروعاً يقبع في أدراج الحكومة ولم يتم تمريره بعد للمصادقة عليه من قبل البرلمان. ومن بين ما جاء في هذا المشروع:

- تطوير وتعميم المعاملات التجارية الإلكترونية للسلع والخدمات والمساعدة على التوجه نحو اقتصاد جديد يقوم على الرقمنة.

- العمل على خلق فرص عمل جديدة وتحسين أداء المعاملات في سبيل تسهيل وتسريع وتيرة التبادلات التجارية.- فتح قنوات جديدة لتوزيع والمنتوجات لتكمل نظام التوزيع التقليدي المعمول به الآن بحيث يسمح بتقليص الهامش العائد إلى الوسطاء من خلال خفض أسعار السلع والخدمات.

- اعتماد خطة الكترونية شاملة من طرف البنوك والهيئات المتخصصة كإدخال البطاقة المصرفية وتوسيع بطاقة الدفع وتطوير التجارة الإلكترونية.

- اتخاذ إجراءات عاجلة لضمان سلامة التعاملات الإلكترونية وتعزيز الثقة في وسائل الدفع الإلكتروني، مع الحرص على سرية وسلامة تبادل البيانات بواسطة أنظمة التشفير المتطورة بما يدعم قوة منظومة الدفع المعتمدة.

كما نص قانون المالية لسنة 2018 على إلزامية تأمين المعاملات وتعزيز الثقة في وسائل أجهزة الدفع الإلكتروني من أجل تشجيع التجارة الالكترونية.[xxxiv]

- ✓ المفاهيم العامة للمستهلك الالكتروني.
- ✓ دور جمعيات حماية المستهلكين في حماية المعاملات الالكترونية.

ومن بين التوصيات التي يمكن أن نقدمها في هذا المجال ما يلي:

- دعم جمعيات حماية المستهلك وتوسيع تدخلها في كل المجالات التي تخدم مصالح المستهلكين الالكترونية.
- تنظيم موضوع التعاقد الالكتروني بدقة وإحكام لحماية المستهلك الالكتروني.
- ردع المرتكبين للجرائم الالكترونية وكل ما يتعلق بالاحتيال والغش الالكتروني، وتنظيم قطاع المعلوماتية بالجزائر بإصدار تشريعات تنظيمية جديدة وحماية الخصوصية الرقمية دعماً للحرية الشخصية.
- إضافة مواد جديدة في قانون الإجراءات الجزائية لتنظيم عمليات ضبط وتفتيش نظم المعلومات وقواعد البيانات مع المحافظة على الحق في الخصوصية.
- تعديل قانون العقوبات والإجراءات الجزائية ليتضمن تجريم كافة عمليات النصب والغش، مع تبيين الطريقة المتبعة لجمع الأدلة في هذا النوع من الجرائم لتحديد المسؤولية الجنائية.
- الاهتمام بالمنظومة المصرفية وإدخال نظم البنوك الالكترونية وفرض حماية على البطاقات المالية والمتعاملين بها.
- تكثيف الجهود من خلال توضيح دائرة المعاملات الالكترونية لترسيخ الثقة والاستقرار النفسي والثقافي لدى المستهلك الالكتروني.
- تخفيض الضرائب المرتبطة بالتجارة الالكترونية أو الإعفاء منها لتشجيع المستهلك التعامل بها.
- خفض تكاليف الاشتراك في الانترنت للزيادة في استخدام الوسائط الالكترونية ومعرفة مكنوناتها.

الهوامش:

[i] القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش(ج ر 15 لسنة 2009).

[ii] مرسوم رئاسي 118/05 مؤرخ في 2005/04/11 المتعلق بتامين المواد الغذائية، المرسوم التنفيذي 367/90 المتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها المعدل والمتمم، المرسوم التنفيذي 366/90 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، المرسوم التنفيذي 465/05 المتعلق بتقييم المطابقة، المرسوم التنفيذي 457/05 الذي يحدد شروط مراقبة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، مرسوم تنفيذي 378/13 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك وغيرها.....

[iii] فوزي محمد سامي، "حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية"، نشرة التحكيم التجاري الخليجي، العدد 23 ،البحرين 2002، ص 10.

[iv] قانون 02/04 المؤرخ في 2004/07/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، (ج ر 41 لسنة 2004).

[v] م 17 من القانون 09/03، المرجع أعلاه.

[vi] م2 من القانون 04/15 المؤرخ في 2015/02/01 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين(ج ر06 لسنة 2015).

[vii] م5 من المرسوم رئاسي 261/15 مؤرخ في 2015/10/08 يحدد تشكيلة وتنظيم وكيفيات سير الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتهما(ج ر 53 لسنة 2015).

[viii] م2 من القانون 04/09 مؤرخ في 2009/08/05 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتهما(ج ر 47 لسنة 2009).

[ix] م 2 من الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات المحررة بالقاهرة بتاريخ 2010/12/21 المصادق عليها من طرف الجزائر بالمرسوم الرئاسي 252/14 المؤرخ في 2014/09/08(ج ر 57 لسنة 2014).

[x] القانون 01/16 المؤرخ في 2016/03/06 المتضمن التعديل الدستوري(ج ر 14 مؤرخة في 2016/03/07).

[xi] م 43 من التعديل الدستوري 2016.

[xii] في الاردن، قانون 85 لسنة 2001، قانون جرائم انظمة المعلومات لسنة 2010.- فلسطين: قانون المعاملات الالكترونية لسنة 2010.- سوريا: قانون التوقيع الالكتروني وخدمات الشبكة.- تونس: قانون 83 لسنة 2000، المعدل لسنة 2001.- الامارات العربية المتحدة: قانون 02لسنة 2002 المعاملات والتجارة الالكترونية .

قانون رقم 04/09 المؤرخ في 2009/08/05 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها(ج ر47 لسنة 2009). [xiii]

[xiv] قانون 04/15 المؤرخ في 2015/02/01 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين(ج ر 06 لسنة 2015).

[xv] أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2005، ص105،106.

[xvi] M. Kahloula et G.Mekamecha, la protection du consommateur en droit algérien, Revue, volume 6, IDARA, n°1.1996. p59.

[xvii] المواد 21-23 من القانون 09/03، المرجع أعلاه.

زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة انيل شهادة ماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص210. [xviii]

[xix] سامر المصطفى، دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، ، المجلد 29 العدد الثاني، 2013، ص13.

[xx] عبد المنعم موسي إبراهيم، حماية المستهلك- دراسة مقارنة-، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا،7002 ، ص633 .

[xxi] عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الإلكترونية(عقد البيع عبر الانترنت، دارسة تحليلية)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007 ص ص340،339.

[xxii] م 17 من القانون 03/09 المشار اليه سابقاً.

[xxiii] م 3 من المرسوم التنفيذي 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.(ج ر58 لسنة 2013).

[xxiv] حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا اليستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، مصر، 1992 ، ص63 .

[xxv] خلفي عبد الرحمان ، حماية المستهلك الالكتروني، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول " المنافسة وحماية المستهلك" بجامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17 و 18 مارس 2009.

[xxvi] MUNOZ Sandrine , «La proposition de la directive relative à certains aspects juridiques du commerce électronique », revue du droit n°157, 1999, p 10.

[xxvii] SCHUHT Cristiane feral , « Les relation juridique entre les acteurs du marché virtuel, les contrats du commerce électronique », revue du droit des contrats, n°14,1999, p21.

[xxviii] عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 102.

[xxix] سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية(دارسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 7001 ، ص67 .

[xxx] المادة 18 من القانون09/03 المتعلق بحماية المستهلك والمشار إليه أعلاه.

[xxxi] إبراهيم خالد ممدوح، أمن المستهلك الالكتروني، دار الجامعية، 2008، ص10 .

[xxxii] المواد 8-36 من المرسوم التنفيذي 378/13 ، المرجع المذكور سابقا,

[xxxiii] المواد 51-57 من المرسوم التنفيذي 378/13 اعلاه.

[xxxiv] قانون رقم 11/17 المؤرخ في 2017/12/27 متضمن قانون المالية لسنة 2018.(ج ر 76 مؤرخة في 2017/12/28).