

واقع المستهلك الجزائري في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- مقومات وواقع القطاع، ودوره في حماية المستهلك -

د/ محمد يوسف عمامرة

د/ شمس الدين التجاني

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

مركز البحث في الاقتصاد المطبق من أجل التنمية - الجزائر

amamra.medyoucef@gmail.com

tidjani.chemseddine@gmail.com

ملخص باللغة العربية:

يعتبر المستهلك عنصرا هاما وفعالا في حركية الدورة الاقتصادية، ولقد أدى مستوى التطور في آليات وأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالضرورة إلى تحول نمط وطبيعة الاستهلاك من التقليدي المباشر إلى التعامل عن بعد (الإلكتروني). ومن هذا المنطلق تأتي هذه الورقة البحثية بغرض التعرض إلى أحد الجوانب المتعلقة بموضوع المستهلك الجزائري وأساليب حمايته في ظل تطور توجهاته وسلوكياته نحو التسوق والاستهلاك عن طريق الأسواق والمتاجر الإلكترونية .

بالتالي، تهدف هذه الورقة إلى معالجة مشكلة حماية المستهلك الإلكتروني الجزائري في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسوية عملياته المالية والتجارية الإلكترونية المختلفة. وباستخدام أسلوب التحليل والنقاش واعتمادا على القوانين والنصوص التشريعية، وكذا بعض الإحصائيات والأرقام المرتبطة بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فقد توصلت الدراسة إلى بعض الاستنتاجات مفادها وجود فراغ قانوني جزئي يضبط ويضمن حقوق المستهلك الإلكتروني الجزائري، مع وجود ضعف في مستوى وعي وثقافة هذا الأخير اتجاه استخدام الأدوات التكنولوجية في العمليات التجارية والمالية.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا معلومات واتصال، حماية مستهلك الكتروني، اقتصاد رقمي، الجزائر.

Abstract:

The consumer is considered as an important and effective component in the economic cycle dynamics. The level of sophistication in ICT mechanisms and tools has necessarily transformed the pattern and nature of consumption from traditional way to the online one. In this sense, this research paper is intended to address one of the aspect of the Algerian consumer's issues and their ways and means of protecting it in the light of the evolution of its attitudes and behaviour towards shopping and consumption through markets and electronic shops.

Therefore, this paper aims to address the problem of Algerian e-consumer protection in the context of the use of ICT's in the settlement of its various financial and electronic business processes. Using the method of analysis and discussion and based on the different laws and legislative texts, as well as some statistics and figures attendant to the information and communication technology sector, our study found some conclusions to the effect that there is a partial legal emptiness that adjusts and guarantees the rights of the Algerian consumer, through a weakness in the level of awareness and culture of this latter towards the use of technological tools in commercial and financial operations.

Keywords: Information and Communication Technology, Electronic protection of consumer, Digital economy, Algeria.

مقدمة:

لقد شهدت الثورة الصناعية بأوروبا تطورات هائلة في مختلف المستويات (الكهرباء، الطاقة، التكنولوجيا، وسائل النقل، إلخ...) ومن أهمها: الاتصالات¹. وهذه الأخيرة ساهمت بشكل كبير في سهولة انتشار وتوسع الاكتشافات العلمية والتكنولوجية المتجددة بين الدول والأفراد مما جعلها تحظى بأهمية وتداول كبيرين بين المؤسسات والأفراد على السواء. كما ساهم تطور وسائل الاتصال فيما بعد في سهولة وسرعة تنقل وتبادل المعلومات بمختلف أنواعها بين الأفراد والمؤسسات، مما أدى إلى تراكم حجم كبير من المعلومات، ساهم في بناء وتشكيل "المجتمع المعرفي" أو "المجتمع القائم على المعرفة"².

فضلا عن ذلك، تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أحد أهم العوامل والأدوات التي أحدثت أثراً هاماً وبشكل كبير في الوقت الحاضر عمّا سبق، من خلال توسّع استخداماتها في مختلف المجالات، الوظائف، والأدوار التي ينشط فيها الأفراد والمؤسسات. فما أثبتته الدراسات السابقة عن أثر ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وما تثبتته الدراسات الحديثة اليوم أيضاً مقارنة بالعديد من النشاطات الاقتصادية الأخرى، هو تحقيقها لنتائج إيجابية بنسب كبيرة على مختلف المستويات بالنسبة للأفراد والمؤسسات ومدى مساهمتها في رفع معدلات النمو الاقتصادي كذلك .

ومن خلال الأدوار التي تقوم بها تكنولوجيا المعلومات والاتصال والآثار الهامة المختلفة التي تخلفها اليوم في شتى المجالات، نجد أنها تمس كذلك وبشكل كبير كل ما يرتبط بالمعاملات اليومية والمستمرة بين البائع والمشتري، وكذا سلوك وطبيعة المستهلك في السوق تجاه مختلف المنتجات المتاحة من سلع وخدمات بأقل التكاليف عبر شبكات الأنترنت دون وجود عائق الزمن أو المكان. فالمستهلك أصبح يعتمد على تلك الأدوات في القيام بمختلف عمليات التسوّق، وكذا الصفقات والمبادلات المالية والتجارية بشكل الكتروني دون عناء التنقل، إلا أن المشكل المطروح هو مستوى الثقة والضمان في الاعتماد على هذه الأدوات الحديثة في إتمام العمليات التجارية والمالية، وما مستويات الضمان والأمان في القيام بتلك المبادلات بما يضمن حماية حقوق المستهلك بالشكل القانوني المشروع.

من هذا المنطلق تأتي هذه الورقة البحثية من أجل مناقشة المشكلة المطروحة والمصاغة على النحو التالي :

• ما هو واقع ومقومات قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وما مستويات تحقيق حماية المستهلك الجزائري في ظل استخدام هذه التكنولوجيات وأساليب التعامل والتداول فيها؟

من جانب آخر، تبرز أهداف هذه الورقة البحثية من حيث أنها تسعى إلى تقديم مناقشة وتحليل لواقع نشاط قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر بالنظر إلى المقومات وقدرات الاستغلال والأصناف التي يتشكل منها القطاع ومستوى التحول نحو الاعتماد عليه في مختلف المعاملات والمبادلات التجارية والمالية الالكترونية هذا من جهة. وما مدى تأثير تلك التكنولوجيات ومستوى التحول نحو استخدامها بشكل يساعد في حماية حقوق المستهلك في ظل التشريعات والنصوص القانونية والتنظيمية بما يتوافق ومتطلبات هذا القطاع من جهة أخرى .

وبشكل آخر، ستتناول هذه الدراسة بالأساس مناقشة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحماية المستهلك الجزائري ضمن التشريع الجزائري من حيث اعتبار أن هذه التكنولوجيات أداة فعالة وأكثر أمانا لضمان توفر حماية المستهلك، أم أن هذه الأدوات في حد ذاتها هي محل تحقيق وبحث حول مدى ضمان الحماية والأمن من مخاطر استخدامها من طرف المستهلك. تأتي أهمية الورقة البحثية إلى محاولة استقراء قدرات ومؤهلات قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستويات استخدامه في المجال المالي والتجاري، وتحليل دور وآثار ذلك على حماية المستهلك الجزائري، انطلاقا من قراءة ومناقشة النصوص القانونية المتعلقة بذلك، وكذا اعتمادا على بعض المؤشرات والاحصائيات ونتائج بحوث سابقة في تشخيص وتحليل واقع هذه المشكلة بالنسبة للمستهلك الجزائري .

من خلال ما سبق، ستم معالجة موضوع الورقة البحثية في ثلاثة (03) أقسام كما يلي :

1. الأدبيات النظرية والمفاهيمية للمشكلة البحثية "تكنولوجيا المعلومات والاتصال / حماية المستهلك الجزائري"؛
2. تشخيص وتحليل لواقع استخدامات وآثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر؛
3. مناقشة مدى تأثير ومساهمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ضمان حقوق المستهلك الجزائري.

أولا: الأدبيات النظرية والمفاهيمية

1.1 مفهوم وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

في العصر الحالي لم يعد الاقتصاد الحقيقي مقتصرًا على الإنتاج المادي بل تعداه إلى الإنتاج المعرفي النابع أساسًا من استخدام المعرفة والمعلومات ورأس المال البشري في الأنشطة الإنتاجية والخدمية المختلفة، وذلك بما يسمى باقتصاد المعرفة الذي أشار (مارك يوري بورات، 1977) إلى مفهومه على أنه الاقتصاد الذي تؤدي فيه القطاعات التي تستخدم وتنتج المعلومات الدور الأساسي في الاقتصاد في مقابل القطاعات التقليدية والتي تُشكّل فيها عمليات استخدام المواد الخام والطاقة الدور الأساسي في توليد الناتج مثل الزراعة والصناعة. ووفقًا لهذا التعريف يعتبر اقتصاد دولة ما اقتصادًا معرفيًا عندما تفوق أعداد العمالة في القطاعات المعلوماتية العمالة في القطاعات الاقتصادية الأخرى، وقد حدث ذلك في سنة 1967 في الولايات المتحدة الأمريكية عندما بلغت نسبة العمالة في القطاعات المعلوماتية نسبة 53% من إجمالي العمالة³. وفي الاقتصاد المبني على المعرفة ترتفع المساهمة النسبية للصناعات المبنية على المعرفة أو تمكينها، وتمثل في الغالب في قطاعات الخدمات بأنشطتها المختلفة ومن أهمها قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، قطاع الإعلام، قطاع التعليم والبحث العلمي وغيرها⁴.

1.1.1 مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

يشير مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة إلى الأدوات المستخدمة لتنظيم المعلومات والتي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات المدعمة لاحتياجاتها في اتخاذ القرارات وللقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة، وذلك عن طريق تحويل، تخزين ومعالجة كل أنواع المعلومات في شكل معطيات رقمية موحدة، وبثها بسرعة الضوء في كل أنحاء العالم

باستخدام شبكة الانترنت، كما يمكنها ترجمة المعلومات المستقبلية وتحويلها إلى الشكل المرغوب فيه، فضلا عن تغيير طرق الاتصال في الإدارات⁵.

تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ثلاثة أبعاد رئيسية تتمثل في: الآلات التكنولوجية، الموارد المعرفية، والموارد البشرية⁶. حيث قامت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) بتعريف قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال سنة 2007 استنادا إلى التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية (ISIC) كما يلي⁷:

- **التصنيع:** صناعة المكونات الالكترونية واللوحات، تصنيع أجهزة الحاسوب والمعدات الملحقة بها، تصنيع معدات الاتصالات، تصنيع الالكترونيات الاستهلاكية، صناعة وسائط مغناطيسية وبصرية.
- **الخدمات:** تجارة الجملة لأجهزة الحاسوب وملحقات الحاسوب والبرمجيات، تجارة الجملة بالأجهزة والقطع الالكترونية وأجهزة وقطع الاتصالات، نشر البرامج، برمجة الحاسوب والخدمات الاستثمارية والأنشطة ذات الصلة، بوابات الانترنت، إصلاح أجهزة الحاسوب وأجهزة الاتصالات.

ووفقا لمنظور مقارنة (Bresnahan & Trajtenberg, 1995) يُفهم من مصطلح "تكنولوجيا المعلومات والاتصال" على أنّها: "أدوات (تقنيات عامة) (Technologies génériques) موجهة للاستجابة إلى احتياجات ومتطلبات الاتصال، المعلومات، والتنسيق بين الموظفين. كما أنها تستخدم من قبل جميع قطاعات الاقتصاد باختلاف أصناف المؤسسات، بالإضافة إلى تميزها أيضا باستخدام نفس التقنية بأشكال وأوجه متعددة"⁸.

وانطلاقا من هذا التعريف ظهرت العديد من المفاهيم والمتغيرات التي ارتبطت بتكنولوجيا المعلومات والاتصال في العديد من الجزئيات والجوانب، وإذا ما تم التركيز على الجانب التجاري والتسويقي، فإن هذه الأداة قد سمحت وأتاحت للمستهلكين وبشكل سهل وسريع للوصول إلى مختلف المعلومات، حيث تعمل على توفير الخيارات والأنواع الممكنة من السلع والخدمات المعروضة. وباستخدام طرق وأساليب شفافة وواضحة في إجراء المعاملات والمبادلات عن طريق التواصل الالكتروني، يمكن الحصول على فرص للتفاوض في أنواع وأسعار السلع والخدمات المتاحة، وبذلك فهي تؤدي إلى تشجيع البائعين على الابتكار، وكذا تحسين مستويات الثقة لدى المستهلكين⁹.

2.1.1. أهمية قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تظهر أهمية قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الاقتصاد القومي باعتباره محركا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال ما يلي¹⁰:

- زيادة كفاءة القطاعات الاقتصادية، الاجتماعية والحكومية؛
- الوصول إلى المعلومات والخدمات الجديدة، وتوفير نفقات الاتصال، وذلك عن طريق الحكومة الالكترونية، التجارة الالكترونية، الرعاية الصحية عن بعد، التطبيقات الشبكية وتطبيقات الحوسبة الموزعة؛
- استثمار ثانوي للمشاريع الكبرى في مجالات البنى التحتية من خلال استغلال النظم الذكية؛

- التنمية المتوازنة.

إضافة لما سبق فيمكن أن تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على معدلات النمو الاقتصادي انطلاقاً من ثلاثة مراكز رئيسية متمثلة في¹¹:

- صناعة وإنتاج سلع وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال يشكل جزءاً هاماً من القيمة المضافة المحصلة في اقتصاد ما؛
- استخدام رأس مال تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخلات أساسية في مختلف السلع والخدمات يساهم في تحقيق مستويات جيدة من النمو الاقتصادي؛
- يمكن أن تساهم صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين معدل النمو الاقتصادي من خلال التغيير والتقدم التكنولوجي.

ووفقاً لما تم ذكره يعتبر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال الشريان الذي يولد وينقل المعلومات الرابطة بين جميع القطاعات الاقتصادية .

2.1. المستهلك وأساليب الحماية القانونية:

1.2.1. تعريف المستهلك:

تناول المشرع الجزائري تعريف المستهلك في المادة 03، الفقرة (01) من القانون رقم 09-03، على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"¹². أما المادة 03، الفقرة (02) من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية؛ فقد عرّفت المستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قُدّمت للبيع أو يستفيد من خدمات عُرضت ومجردة من كل طابع مهني"¹³.

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، حيث عرف المستهلك في المادة 02 الفقرة (09) على أنه: "كل شخص يقتني بئمن أو مجاناً، منتجاً أو خدمة مُعدّين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"¹⁴.

ولإضفاء صفة المستهلك على شخص ينبغي أن تتوفر فيه جملة من المواصفات التالية¹⁵:

- أن يكون من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية؛
- فعل الاقتناء؛
- أن يستهلك المنتج بصفة نهائية؛
- أن يلبي حاجاته أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به.

2.2.1. تعريف المستهلك الإلكتروني:

لم يرد أي تعريف محصّص حول "المستهلك الإلكتروني" ضمن التشريع الجزائري، غير أنه يمكن استنباط أو استخلاص ذلك التعريف من خلال النصوص التشريعية والقوانين المذكورة آنفا باعتبار أن عملية الاستهلاك تستلزم توفّر الشروط الأساسية لإتمام العملية في شكلها العادي. أما الجانب الإضافي بالنسبة للمستهلك الإلكتروني هو إتمام عقد الاستهلاك عبر القنوات والأساليب الإلكترونية فقط.

بالتالي يمكن تقديم تعريف للمستهلك الإلكتروني على أنه: "كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة"¹⁶.

3.2.1. حماية المستهلك الإلكتروني:

بالرجوع دائما إلى النصوص القانونية التي سبق ذكرها، فقد كرس المشرع الجزائري آليات وإجراءات حماية المستهلك عموما بوضع الضوابط والالتزامات التي يجب أن يتقيد بها الطرف الثاني من العقد (التاجر أو البائع)، وهذا من حيث: إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية، إلزامية أمن ومطابقة المنتجات (الحماية من الأضرار)، إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع، إلزامية إعلام المستهلك، الإعلام بالأسعار وشروط البيع، وكل ما يتعلق بالممارسات التجارية (غير الشرعية، التدليس، غير النزيفة)، وكذا الممارسات التعاقدية التعسفية.

وبالنظر إلى مجمل التعاريف التي جاءت ضمن القوانين والنصوص التشريعية للمستهلك وكذا الضوابط والإجراءات التي تتعلق أساسا بحماية حقوقه فهي تتناول المستهلك العادي، وبالتالي ما ينطبق عن هذا الأخير ينطبق على المعاملات الإلكترونية التي يقوم بها من خلال القنوات الإلكترونية. أي بعبارة أخرى، فإن المستهلك يتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها المشرع للمستهلك العادي مع الأخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بخصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر شبكة إلكترونية"¹⁷.

فضلا عما سبق، فنجد بعض النصوص الأخرى التي ترتبط بمعالجة الجريمة الإلكترونية، أين يمكن أن يقع فيها المستهلك إما وعيًا أو دون وعي أثناء قيامه بمختلف العمليات المالية والتجارية بشكل الكتروني. وفي هذا الصدد نذكر بإيجاز بعض النصوص التشريعية التي وضعها المشرع الجزائري وإن كانت لا تعتبر كافية أو متضمنة لجميع الجوانب التي تساهم في حماية المستهلك، باعتبار أنها لم تتعرض للعديد من الجوانب التقنية المتعلقة بحماية المستهلك الإلكتروني، متمثلة في:

1. الدستور الجزائري (المادة 38، المادة 39)

2. قانون رقم 2000-03 المؤرخ في 05/08/2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية؛

3. قانون رقم 08-01 المتعلق بالتأمينات وذلك في جانب استعمال البطاقة الإلكترونية للمؤمنين (بطاقة الشفاء) والمعلومات

التي تحتويها؛

4. قانون رقم 09-04 المؤرخ في 14 شعبان عام 1430 الموافق 05 أوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها.
5. قانون رقم 04-15 المتمم للأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات متضمنا لثمانية مواد من المادة 394 مكرر إلى 394 مكرر7.
6. قانون الإجراءات الجزائية

3.1. الدراسات السابقة

فيما يتعلق بالدراسات السابقة التي تناولت مشكلة الدراسة من حيث واقع حماية المستهلك في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات، ف نجد كل من دراسة (Jane Winn, Nicolas Jondet, 2008) ، ودراسة (Colette Cuijpers, 2009)، والتقرير الأساسي للجنة الاتصالات بأوغندا (UCC, 2009) ، دراسة (Muhammad.N, Yuhanif.b.Y, and Nor Anita.b.A, 2016) ، وكذا دراسة (Christian Thorun, Max Vetter, Lucia Reisch, and Anne Karina Zimmer, 2017).

وقد تناولت دراسة (Jane Winn, Nicolas Jondet, 2008) موضوع المناقشة والمقارنة بين القوانين الوطنية لحماية المستهلك في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية ومدى فعاليتها خصوصا مع تطور الأدوات التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطور التعاملات المالية والتجارية للمستهلكين. وقد استهدفت الدراسة بالخصوص مناقشة القانون الفرنسي لسنة 2006 حول حقوق المؤلف والحقوق في مجتمع المعرفة من حيث ملائمته وتوافقه مع سلوك المستهلك الإلكتروني في تلك الفترة. كما وقد تناولت دراسة (Colette Cuijpers, 2009) بالأساس علاقة التأثير بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحماية المستهلك من حيث الإجابة عن مشكلة عدم توازن القوى بين المستهلك والمنتج، ومحاولة تقدير مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال إما في دعم قوة المستهلك بالرفع من مستوى حمايته ضمن إطار قانون حماية المستهلك، أو في دعم قوة المنتج مقارنة بالمستهلك .

في حين تناول تقرير لجنة الاتصالات بأوغندا (UCC, 2009) الجوانب المتعلقة بحماية حقوق المستهلك ضمن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا دور منظمات وجمعيات حماية المستهلك بدولة "أوغندا" في التصدي والتعامل مع المشكلات التي يواجهها "المستهلك الأوغندي" في ظل استخدام قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

من جانب آخر، فقد تناولت دراسة (Muhammad.N, Yuhanif.b.Y, and Nor Anita.b.A, 2016) مقارنة في الاطار التشريعي بين نيجيريا وماليزيا للمعاملات التجارية الالكترونية وكذا حماية المستهلك. واتضح من خلال هذه الدراسة أنه لا بد أن تستفيد نيجيريا من التجربة الماليزية من حيث تسجيل هذه الأخيرة لمستويات متقدمة فيما يتعلق بتطبيق ضوابط حماية المستهلك الماليزي في ظل التعاملات التجارية الالكترونية.

فضلا عن ذلك، فقد تناولت كذلك دراسة (Christian.T et al, 2017) تقديم بعض المؤشرات لقياس حماية وقوة المستهلك في ظل العالم الرقمي، بالإضافة إلى تجميع وتحليل لآراء وقراءات بعض الخبراء والأكاديميين في هذا المجال. وقد خلصت هذه الدراسة إلى ضرورة تحسين وتقوية مستوى ثقة المستهلك في أدوات العالم الرقمي، وكذا ضرورة إتاحة البيانات المتعلقة بسلك المستهلك من أجل التحديد الدقيق والأفضل لكيفيات حمايته في ظل التعامل في العالم الرقمي.

ثانيا: تشخيص وتحليل لواقع وآثار قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالنسبة للمستهلك في الجزائر

1.2. مؤشرات الاستخدام والاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

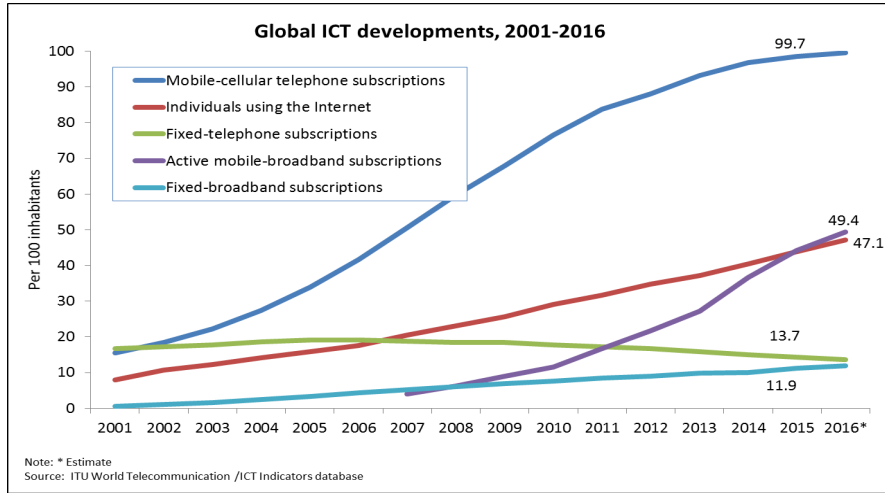
1.1.2. على المستوى العالمي

يعتمد الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) وكذا كل من المنظمات الدولية الأخرى أيضا على جملة من المؤشرات القياسية لمختلف دول العالم (المنتسبة إلى هذه المنظمات)، تهدف عن طريقها إلى قياس وتقدير حجم الاستخدام والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال والذي يتم على أساسه تصنيف وترتيب الدول في ذلك. ونذكر من بين هذه المؤشرات الهامة¹⁸: مؤشر الجاهزية الشبكية (-NRI - Network Readiness Index - المنتدى الاقتصادي العالمي WEF)، مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال (-IDI - ICT Development Index /الاتحاد الدولي للاتصالات ITU)، مؤشر التنافسية العالمي ("محمور الجاهزية التكنولوجية -GCI / Pillar of Technological - Global Competitiveness Index) (readiness - المنتدى الاقتصادي العالمي WEF-)، مؤشر استيراد و/أو تصدير منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصال (- ICT good import / export البنك الدولي WB).

فضلا عن ذلك، يمكن الاعتماد أيضا على أحد أهم المؤشرات التي يعتمدها الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) في قياس تطوّر انتشار واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العالم (ICT Development Index (IDI)) متمثلة في: مستويات استخدام الأنترنت في الأجهزة الثابتة والمحمولة، استخدام الهاتف الثابت، واستخدام الهاتف المحمول، خلال فترة 16 سنة (أي من سنة 2001 إلى 2016)، مثلما يظهر في الشكل رقم (01) أدناه.

وبالنظر إلى الشكل رقم (01) أيضا، فيلاحظ أن عدد المشتركين في شبكة الهاتف المحمول قد سجلوا النسبة الأكبر بمقدار 99.7% (كنسبة تقديرية في سنة 2016) مع تسجيل تطوّر سريع وكبير خلال 16 سنة مقارنة بباقي أنواع تكنولوجيات الاتصال الأخرى، وهو ما يعود إلى توسّع وانفتاح الأسواق ومجال التنافس بين المؤسسات الخاصة الناشطة في قطاع التكنولوجيا والاتصالات، مما ساهم في تشكيل البنية التحتية للاتصالات اللاسلكية في العديد من الدول. في حين أننا نلاحظ تراجع عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت بشكل طفيف خلال نفس الفترة وصولا إلى نسبة تقديرية بلغت 13.7% لسنة 2016. وهو ما يُفسّر بنقص الاقبال على استخدام الهاتف الثابت وتزايد استخدام الهاتف المحمول بشكل أكبر في المقابل¹⁹.

الشكل رقم (01): مؤشر تطور استخدام الأفراد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (IDIndex) (2016-2001)



المصدر: ITU, « *Global ICT developments* », 2016, (http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/statistics/2016/Stat_page_all_charts_2016.xls)

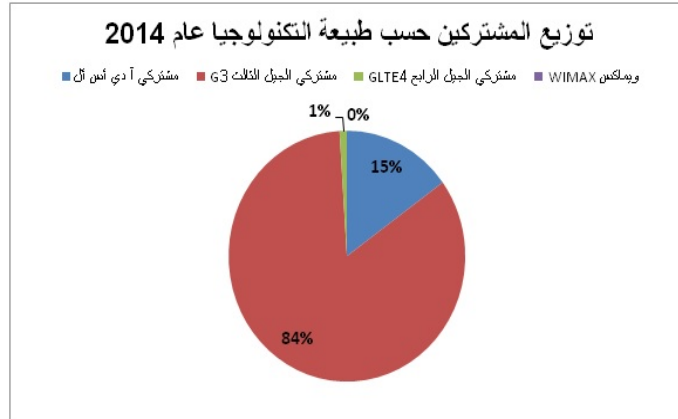
أما فيما يتعلق بعدد المشتركين والمستفيدين من خدمات الربط بالنطاق العريض للأنترنيت السلكي (Broadband subscriptions) (عن طريق خطوط الهاتف الثابت "Fixed Broadband") واللاسلكي (عن طريق خطوط الهاتف المحمول "Mobile Broadband")؛ فنلاحظ كذلك مدى الفرق المسجل بين كلاً من الخدمتين من حيث تزايد الإقبال والاشتراك بشكل كبير على خدمات الأنترنيت ذات النطاق العريض اللاسلكية ليصل إلى نسبة تقديرية بلغت 49.4% في سنة 2016، وهو ما يتوافق مع طلب الأفراد لاستهلاك هذه الخدمة بالنظر إلى التطور الملحوظ في نسبة استخدام الهاتف المحمول بشكل كبير أيضاً مثلما ذكرناه آنفاً. في حين أنه يُلاحظ مقارنة بما سبق بالنسبة لحجم الاشتراك في خدمات الأنترنيت السلكية، تسجيل ارتفاع طفيف خلال 16 سنة بنسبة تقديرية بلغت 11.9%.

فضلاً عن ذلك، يُسجل تزايد ملحوظ في عدد الأفراد المستخدمين لشبكة الأنترنيت خلال 16 سنة السابقة موازاة مع توسع نطاقها ومجالات استعمالها بشكل كبير في أيّ مكان من العالم، وكذا تطوّر الإمكانيات التي تُتيح الوصول إليها بشكل سهل (مختلف أنواع الكومبيوتر المحمول، الهاتف الذكي، وغيرها). ومن خلال قاعدة بيانات (ITU) فيلاحظ أن استخدام الأفراد للأنترنيت قد ارتفع من حوالي 8% سنة 2001 إلى ما مقداره 47.1% تقريباً سنة 2016، أي بفارق ارتفاع قُدّر بـ 39.1% تقريباً خلال 16 سنة الماضية²⁰.

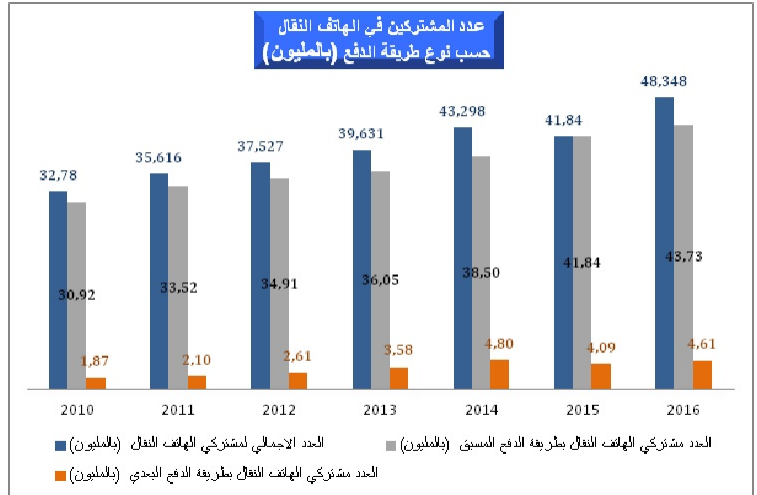
2.1.2. على المستوى الوطني (بالنسبة للجزائر):

اعتماداً على البيانات والاحصائيات المأخوذة عن وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة الجزائرية (MPTTN) نجد بعض المؤشرات التي تتعلق بهذا القطاع من حيث عدد المشتركين وطبيعة اشتراكهم في شبكات الهاتف الثابت، النقل، وكذا شبكة الأنترنيت بأصنافها المتاحة (النطاق العريض، اللاسلكي بخدمة الجيل الثالث والرابع الثابت والنقل).

الشكل رقم (03): توزيع مستخدمي الانترنت حسب طبيعة التكنولوجيا (2010-2016)



الشكل رقم (02): تطور عدد المشتركين في الهاتف النقال (2010-2016)



المصدر: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة الجزائرية (MPTTN)، 2016،

<http://www.mpttn.gov.dz/fr/content/indicateurs-0>

بالنظر والمقارنة بين كل من الشكل رقم (02) و(03) أعلاه، نلاحظ أن هناك ارتفاعا محسوسا في عدد المشتركين في شبكات الهاتف النقال خلال السنوات السبعة (2010-2016). بالتالي إذا ما قمنا بمقارنة هذه الزيادة في سنة 2014 بالنسبة إلى عدد المشتركين في خدمة الانترنت اللاسلكي لفترة الجيل الثالث 3G؛ فنستنتج سبب الطلب والاقبال الكبير على هذه الخدمة من طرف المستخدمين بما يوافق زيادة عدد الاشتراك في شبكات الهاتف النقال، وهو ما يتوافق مع الارتفاع المشهود لنسبة المشتركين في الهاتف الثابت والانترنت النقال أيضا على المستوى العالمي بالنظر الى الشكل السابق رقم (01). إضافة لما سبق، من خلال الجدول أدناه رقم (01) وعلى عكس المؤشرات السابقة أعلاه، فيلاحظ أن عدد مواقع الانترنت المصممة ضمن النطاق الجزائري (DZ) وكذا الخاصة بالمؤسسات والهيئات الرسمية والعمومية أيضا قليلة إلى حد ما خلال السداسي الأول من سنة 2015.

الجدول رقم (01): مواقع الويب وخدمات الانترنت

المؤشرات	السداسي الأول (2015)
عدد مواقع الانترنت بالنطاق (DZ)	7148
عدد المواقع المؤسسية (الوزارات والهيئات التابعة)	587
عدد الاستثمارات المتوفرة	265
عدد الإجراءات المتوفرة على الانترنت	29

المصدر: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة الجزائرية (MPTTN)، 2016،

<http://www.mpttn.gov.dz/fr/content/indicateurs-0>

انطلاقاً مما سبق، يمكن القول أن المستهلك بشكل عام والمستهلك الجزائري بشكل خاص وفي ظل تزايد معدل انتشار واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل كبير، سيؤدي بالضرورة إلى تغيير سلوكياته نحو التعاقد والتعامل الإلكتروني لمختلف عمليات التسوق والتمويل بشكل كبير، وهو الأمر الذي يستدعي حتماً النظر في ضوابط وتقنيات حماية حقوقه.

2.2. آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالنسبة لسلوك المستهلك الجزائري

تظهر آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال ما تساهم به بصورة مباشرة في ناتج النشاط الاقتصادي، كما تظهر آثارها الاقتصادية غير المباشرة عموماً من خلال تدخلها في مختلف القطاعات الاقتصادية عند توظيفهم واستغلالهم للمعلومات وتطبيقهم للمعارف العلمية والتقنيات الحديثة قصد تطوير الأداء في تلك القطاعات، كما تظهر عند استخدام المستهلك أيضاً لهذه الأدوات في إتمام تعاملاته المالية والتجارية بشكل إلكتروني.

بناءً على ذلك، فإن مكانة المستهلك أصبحت أقوى، وهو الشيء الذي أدى إلى ظهور تطورات في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستعمالها وكذا مدى تأثيرها على المستهلكين، والتي تظهر من خلال النقاط التالية²¹:

- ظهور منتجات وأسواق جديدة لخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- زيادة شفافية الأسواق الناتجة عن التدرج في المعلومات وإمكانيات الحصول عليها بسهولة، ومثال ذلك: الوصول إلى المعلومات عن طريق بيانات البنوك والمؤسسات المالية؛
- زيادة فرص وإمكانيات التسوق عن بعد بما يوسع نطاق حرية المستهلك في اختياراته ورغباته، وكذا يتيح إمكانية الاستفادة من مقارنة وانخفاض الأسعار؛
- تعزيز القدرة التنافسية بين الشركات من خلال وصول الشركات إلى الأدوات التقنية والتجارية المتاحة، ومن خلال تمايز المنتجات كذلك فيمكنها أن تستجيب لأذواق المستهلكين المتنوعة وإلى زيادة استعداد المستهلكين لاقتناء وتلبية متطلباتهم الخاصة. بالتالي، فإن المستهلكين لديهم أكثر من فرصة لتلبية رغباتهم المحددة. فضلاً عن ذلك أنه أصبح من الأسهل بالنسبة للمستهلكين (ومنظمات المستهلكين) أن ينقلوا خبراتهم مع منتجات معينة وعلى نطاق واسع أيضاً، ونتيجة لذلك، يتعين على الشركات إعادة تقييم علاقاتها مع المستهلكين.

من جانب آخر، وفيما يرتبط أساساً بالمستهلك الجزائري فنجد أنه وبالرغم من انتشار أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبشكل أخص تداول واستخدام الهواتف النقالة الذكية وكذا الولوج إلى الإنترنت عبرها تبقى محدودة المزايا والإمكانيات في ظل ضعف البنية التحتية المخصصة للتعامل والاستهلاك عبر القنوات الإلكترونية وعدم تفعيلها على الأقل في أبسط أشكالها مثل الشراء والبيع عبر مواقع الواب أو عن طريق الهواتف الذكية.

في حين أنّ الانطلاقة الرسمية لعمليات الدفع الإلكتروني باستخدام البطاقات الإلكترونية (البطاقة الإلكترونية ما بين البنوك (CIB)* والتي كانت بتاريخ يوم 04 أكتوبر 2016 بقيت ذات معدل استخدام جدّ محتشم ولم تحظى بالقبول الكبير بين

المستهلكين الذين يملكون على الأقل بطاقة بنكية إلكترونية إذ بلغت مقدار 100 ألف عملية بيع وشراء إلكترونية فقط خلال سنة 2017 ابتداء من تاريخ انطلاق الخدمة²²، فضلا عن عدم ضمان وثقة المستهلك في استخدام هذه القنوات بعد.

1.2.2. مبادرات وتجارب أولية في المعاملات المالية والتجارية الإلكترونية في الجزائر:

لقد ساهمت بعض المبادرات والتجارب الناجحة إلى حدّ ما في توجّه بعض الفئات من المستهلكين الجزائريين إلى الاستفادة من أساليب وقنوات التعامل المالي والتجاري الإلكتروني، وإن كانت هناك العديد من الصعوبات والعوائق التي حالت دون توسّع وإتاحة استخدام هذه الخدمات سواء من الجانب التنظيمي للسوق الإلكتروني (كيفية إنشاء وتصنيف التسوق الإلكتروني)، أو الجانب القانوني والإداري (النصوص التشريعية والقانونية المنظمة لعمليات التبادل والتجارة الإلكترونية)، وكذا الجانب الاجتماعي (وجود وتقبُّل ثقافة وبيئة العمل والتداول الإلكتروني لدى المستهلكين).

وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى تلك المبادرات والتجارب نذكر منها: eChrilyn, Ouedkniss, Guidinni, nechrifinet,* وغيرها. هذه الأخيرة كانت عبارة عن محاولات فردية أو جماعية من أجل التوجه إلى هذا الصنف من الأسواق، إلا أنه لا يمكن تصنيفها كمواقع أو قنوات للتجارة الإلكترونية الفعلية باعتبار أنها تقوم بمجرد إتاحة إمكانية عرض وتسويق السلع والخدمات من خلال الإعلان والشعار بشكل الكتروني ثم تسوية عمليات الشراء والبيع بالطريقة التقليدية لتحويل الأموال (إما عن طريق تحويل المبالغ في الحسابات الجارية، أو عن طريق الدفع نقدا عند استلام السلعة أو الخدمة)²³.

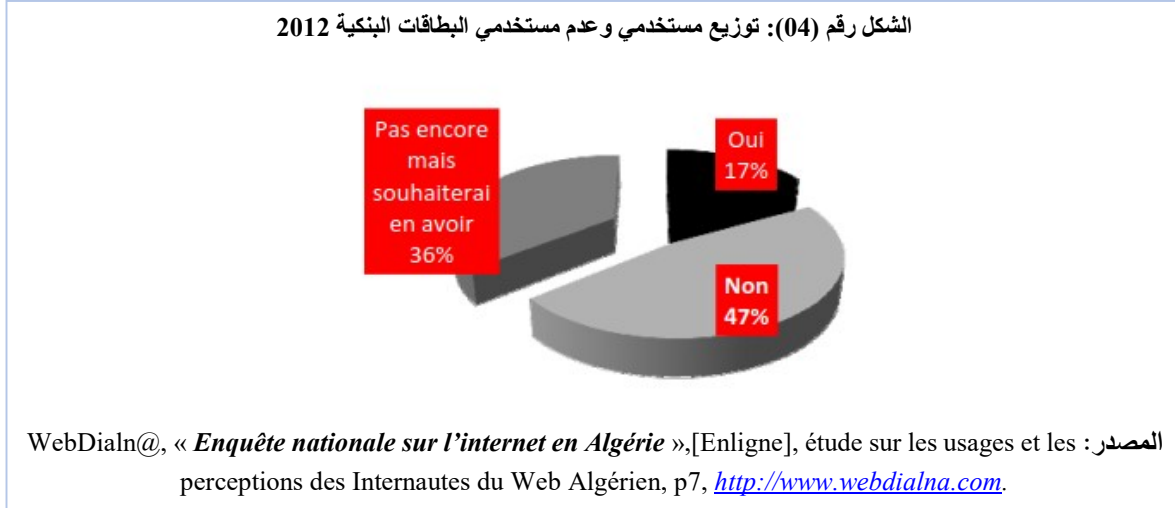
لكن مع انطلاق عمليات الدفع الإلكتروني بالبطاقات البنكية (أكتوبر 2016) أصبح في استطاعة المتعاملين الاقتصاديين وكذا التجار والمستهلكين استخدام هذه التقنية (وإن كانت محدودة الاستخدام في بعض الخدمات حاليا) من أجل القيام بعمليات ومبادلات تجارية إلكترونية فعلية مباشرة. ولعل من بين أهم خدمات الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقات البنكية (CIB) التي يمكن أن يستفيد منها المستهلك الجزائري نذكر ما يلي: خدمات تسديد فواتير الكهرباء، المياه، الهاتف والإنترنت، تذاكر السفر بالطائرة.

فضلا عن ذلك، تجب الإشارة إلى أن هذه الخدمة تتيحها البنوك التجارية الوطنية والأجنبية في الجزائر لزيائنها الحاملين لبطاقات السحب والدفع الإلكتروني. في حين يبقى عدد كبير من المستهلكين الحاملين لبطاقة الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية*) التي تمنحها مؤسسة "بريد الجزائر" لا يمكنهم الاستفادة من هذه الخدمات إلى حين تفعيل هذه البطاقة ضمن نظام الدفع الإلكتروني.

بالنظر إلى بعض الإحصائيات المحصّلة عن طريق أحد الدراسات الميدانية التي قامت به إحدى المؤسسات الخاصة في الجزائر (iDEATIC)* سنة 2012 حول استخدامات وتصورات مستعملي شبكة الأنترنت لعينة مكونة أكثر من 13600 فردا.

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف -ميلة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

وقد خلصت هذه الدراسة في القسم الذي يتعلق بالدفع الالكتروني إلى أن 17% من مستخدمي الإنترنت يصرّحون بامتلاكهم لبطاقة الدفع الالكتروني، وما يقارب نسبة 36% منهم يرغبون في الحصول على هذه البطاقة. في حين أن ما مقداره 87,2% يصرّحون باستخدامها من أجل عمليات سحب النقود فقط، وما يمثل 26,9% من أجل تسديد مشترياتهم، وأن نسبة 15,5% منهم يستخدمونها من أجل تسديد فواتيرهم²⁴، وهذا ما يلخصه الشكل الموالي رقم (04):



فضلا عن ذلك، خلصت نتائج الدراسة أيضا إلى توزيع نسب الخدمات الالكترونية (على الخط) التي يرغبون في اقتنائها عن طريق القنوات الالكترونية، وهو ما يوضحه الشكل رقم (05) أدناه:



بناء على أرقام الاحصائيات المقدمة أعلاه، يُطرح السؤال دوما حول أسباب الضعف أو العزوف إلى حدّ ما في توجّه وإقبال المستهلكين على استخدام هذه التكنولوجيات من أجل تسوية مبادلاتهم المالية والتجارية، وما مستوى أو درجة الحماية المحدّدة للمستهلك الجزائري لتفادي المخاطر والإشكاليات التي يمكن أن تنتج عن طبيعة التعامل الالكتروني.

ثالثا: مناقشة مدى تأثير ومساهمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ضمان حقوق المستهلك الجزائري

ضمن هذا القسم تنبغي الإشارة إلى جانبين هامين :

- عرض بعض تجارب دول عربية وأجنبية فيما يتعلق باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير آليات وأساليب حماية المستهلك؛

- واقع الأدوات والآليات المستخدمة في حماية المستهلك الإلكتروني الجزائري* .

1.3. تجارب دول عربية وأجنبية في تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في حماية المستهلك:

بالنظر والمقارنة بين العديد من الدول العربية والأجنبية نجد أنها قد قطعت أشواطاً كبيرة في تطوير طرق وآليات حماية المستهلك عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهذا من خلال: شبكات التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهواتف الذكية، مواقع الأنترنت، الرسائل القصيرة للهاتف النقال، محطات الراديو والتلفزيون. فضلا عن أن هذه الدول قد وجدت نفسها أمام التزامين :

- تطوّر حاجات ورغبات المستهلكين مع تنوع السلع والخدمات وإمكانية اقتنائها بشكل الكتروني، وبالتالي ضرورة مواكبة مختلف الأسواق لهذه الطلبات والرغبات من خلال طرح منتجات وخدمات ابتكارية حديثة.

- ضرورة توفير الحماية الإلكترونية للمستهلك في ظل وجود أسواق إلكترونية عديدة ومختلفة، من خلال وضع أنظمة وبرامج الكترونية وذكية فضلا عن آليات الحماية التقليدية المعتادة.

1.1.3. بالنسبة لنماذج الدول العربية:

يمكننا التطرق مثلا إلى بعض تجارب الدول العربية التي بلغت مستويات جد مقبولة من حيث إتاحة الخدمة الإلكترونية لحماية المستهلك (تقديم الشكاوى، التواصل المباشر عن طريق البريد أو مواقع التواصل الاجتماعي، الاطلاع والمتابعة الدائمة والمستمرة لكل ما يهم المستهلك، استطلاعات الرأي، ...)، ونذكر من بين أهمها: سلطنة عمان، الامارات العربية المتحدة، لبنان، مصر، ويمكن تلخيص أهم الأساليب والقنوات الإلكترونية المعتمدة في حماية المستهلك في الجدول الموالي رقم (02):

الجدول رقم (02): أساليب وأدوات الحماية الإلكترونية للمستهلك في بعض الدول العربية

البلد	أساليب وأدوات الحماية الإلكترونية للمستهلك
سلطنة عمان (البوابة الإلكترونية للهيئة العامة لحماية المستهلك)	<ul style="list-style-type: none"> - موقع الكتروني (http://pacp.gov.om/default.aspx?lang=ar-OM) - تطبيق الهاتف الذكي (دليل المستهلك الإلكتروني) - خط هاتفي مخصص + استمارة الكترونية للتواصل وتقديم الشكاوى - استطلاعات الرأي - منتدى المستهلك - النصوص والقوانين المتعلقة بحقوق المستهلك - مرصد الأسعار

<ul style="list-style-type: none"> — موقع الكتروني (http://www.consumerrights.ae/ar/pages/default.aspx) — تطبيق الهاتف الذكي (وزارة الاقتصاد) — (خط هاتفي مخصص + استمارة الكترونية) للتواصل وتقديم الشكاوى — إرشادات ودلائل حقوق المستهلك (لوائح ومنشورات) 	<p>الامارات العربية المتحدة</p> <p>(البوابة الالكترونية للهيئة العامة لحماية المستهلك)</p>
<ul style="list-style-type: none"> — موقع الكتروني (https://www.cpa.gov.eg/en-us/Complaints/How-to-submit-a-complaint) — (خط هاتفي مخصص + استمارة الكترونية) للتواصل وتقديم الشكاوى — النصوص والقوانين المتعلقة بحقوق المستهلك — منشورات توعية وتحسيس المستهلك — مرصد الأسعار — الاستخدام الآمن للإنترنت 	<p>مصر</p> <p>(جهاز حماية المستهلك)</p>
<ul style="list-style-type: none"> — موقع الكتروني (http://www.economy.gov.lb/index.php/serviceSubCat/1/11) — (خط هاتفي مخصص + استمارة الكترونية) للتواصل وتقديم الشكاوى — النصوص والقوانين المتعلقة بحقوق المستهلك — منشورات توعية وتحسيس المستهلك 	<p>لبنان</p> <p>(مديرية حماية المستهلك)</p>

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على المواقع الالكترونية

2.1.3. بالنسبة لنماذج الدول الأجنبية:

يمكننا التطرق مثلا إلى بعض تجارب الدول الأجنبية الرائدة التي بلغت مستويات جد مقبولة من حيث إتاحة وتعزيز الخدمة الالكترونية لحماية المستهلك، ونذكر من بين أهمها: الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، أستراليا، كندا، اليابان، بعض الدول الآسيوية، ...، وغيرها، ويمكن تلخيص أهم الأساليب والقنوات الالكترونية المعتمدة في حماية المستهلك في الجدول الموالي رقم (03):

الجدول رقم (03): أدوات وأساليب الحماية الالكترونية للمستهلك في بعض الدول الأجنبية

البلد	خصائص وأدوات الحماية الالكترونية للمستهلك
<p>كندا</p> <p>(مكتب شؤون وحماية المستهلك)</p>	<ul style="list-style-type: none"> — موقع الكتروني (http://www.consumerinformation.ca/eic/site/032.nsf/eng/h_00388.htm) — تطبيق الهاتف الذكي (مكتب حماية المستهلك لمقاطعة مانيتوبا) — نظام الكتروني للحماية والتصريح ضد السرقة والاحتيال في المعلومات الشخصية للمستهلك (Fraud Reporting System (FRS)) — (خط هاتفي مخصص + استمارة الكترونية) للتواصل وتقديم الشكاوى — النصوص والقوانين المتعلقة بحقوق المستهلك — منشورات توعية وتحسيس المستهلك — دلائل ومناشير ارشاد وتوجيه المستهلك
<p>الولايات المتحدة</p>	<ul style="list-style-type: none"> — موقع الكتروني (https://www.ftc.gov)

<p>— نظام الكتروني للحماية والتصريح من الاحتيال ضد المستهلك (FTC complaint assistant)</p> <p>— (خط هاتفي مخصص + استمارة الكترونية) للتواصل وتقديم الشكاوى</p> <p>— النصوص والقوانين المتعلقة بحقوق المستهلك</p> <p>— منشورات توعية وتحسيس المستهلك</p>	<p>الأمريكية</p> <p>(اللجنة الفيدرالية للتجارة - من أجل حماية المستهلك -)</p>
<p>— موقع الكتروني (http://www.eccbelgium.be/)</p> <p>— (خط هاتفي مخصص + استمارة الكترونية) للتواصل وتقديم الشكاوى</p> <p>— النصوص والقوانين المتعلقة بحقوق المستهلك</p> <p>— منشورات توعية وتحسيس المستهلك</p>	<p>بلجيكا</p> <p>(مركز المستهلك الأوروبي - بلجيكا)</p>
<p>— موقع الكتروني (https://www.eccireland.ie/)</p> <p>— نظام الكتروني لتقديم الشكاوي من طرف المستهلك (Small Claims Procedure - Homepage)</p> <p>— نظام حماية المستهلك عن طريق مركز المستهلك الأوروبي (مكتب أيرلندا)</p> <p>— منشورات توعية وتحسيس المستهلك</p>	<p>أيرلندا</p> <p>(مركز المستهلك الأوروبي - أيرلندا)</p>
<p>— موقع الكتروني (http://english.kca.go.kr/wpge/m_13/en3200.do)</p> <p>— (خطوط هاتفية مخصصة موزعة على مختلف المدن الكورية + استمارة الكترونية) للتواصل وتقديم الشكاوى أو الاستشارة.</p> <p>— النصوص والقوانين المتعلقة بحقوق المستهلك</p> <p>— قاعدة بيانات هامة من المنشورات لتوعية وتحسيس المستهلك</p>	<p>كوريا الجنوبية</p> <p>(وكالة المستهلك كوريا)</p>

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على المواقع الالكترونية

انطلاقا من الجدولين رقم (02) و(03) أعلاه، يمكن القول أن هناك مستوى جد مقبول من حيث إتاحة المعلومة وتوفير قنوات التواصل للمستهلك سواء بالنسبة لبعض الدول العربية وكذا الدول الأجنبية .

في حين أن بعض أجهزة وأنظمة الدول العربية المذكورة في الجدول رقم (02) حاولت استخدام جميع الأدوات التكنولوجية الحديثة الممكنة (الموقع الالكتروني، تطبيقات الهواتف الذكية، أرقام الهواتف، ...) من أجل التقرب والتواصل مع المستهلك مباشرة. إلا أن فعالية ومدى استجابة هذه الأنظمة لانشغالات ومشاكل المستهلكين تبقى مرهونة بمستوى الاهتمام والمسؤولية التي يأخذها مسيرها على عاتقهم من أجل تحقيق الحماية المثلى لحقوق المستهلك.

من جانب آخر، وبالنسبة للجدول رقم (03) فكذلك العديد من الدول الأجنبية وبالأخص المذكورة في الجدول، قد امتازت هي الأخرى بوجود الآليات والقنوات التي تسمح بالتواصل مع المستهلك من خلال أدوات التكنولوجيا الحديثة، فضلا عن امتلاكها أيضا لأنظمة ذكية تقوم بحماية المستهلك من عمليات الاحتيال والاختراق الالكتروني لحساباتهم وبياناتهم الشخصية أثناء القيام بالعمليات المالية والتجارية، ومثال ذلك: الولايات المتحدة الأمريكية.

فضلا عن ذلك، تجدر الإشارة إلى أن دول الاتحاد الأوروبي وزيادة عما تمتلكه من أنظمة خاصة لحماية المستهلك، فهي

تمتلك كذلك شبكة موسّعة من مراكز المستهلك الأوروبي مستمّة: ب **"ECC-NET/ European Consumer Centre Network"** وهي موزعة عبر مختلف دول الاتحاد الأوروبي (فرنسا، بلجيكا، ألمانيا، إيطاليا، ...). وتسمح هذه المراكز بتقديم الشكاوى ومتابعة آخر المستجدات والمعلومات المتعلقة بقوانين وضوابط الأسواق الأوروبية وكيفيات حماية المستهلك الأوروبي

أيضا كان متواجدا في إحدى دول الاتحاد الأوروبي. كذلك بالنسبة لبعض دول آسيا وذكرا من بينها "كوريا الجنوبية" فهي تمتاز أيضا بنظام حماية متكامل للمستهلك بحيث أنها تركز على إتاحة جميع المعلومات والوثائق التي يمكن أن تساعد المستهلك الكوري في الاطلاع والتعرف أكثر حول أساليب وآليات حماية حقوقه.

2.3. أساليب حماية المستهلك الإلكتروني الجزائري:

إذا ما تطرقنا إلى موضوع حماية المستهلك الجزائري، فلا بد من الإشارة إلى الآليات المتاحة في ذلك بالنسبة للاستهلاك في شكله العادي (التقليدي) قبل التطرق إلى جانب الاستهلاك بشكل الكتروني. وضمن هذا الصدد تجب الإشارة إلى أن الهيئة الرسمية المكلفة بتطبيق أساليب وآليات حماية المستهلك متمثلة في وزارة التجارة من جهة من خلال أجهزة الرقابة والتفتيش من أجل حماية المستهلك. فضلا عن منح القانون لحق ممارسة الدفاع عن حقوق المستهلك في شكلها المدني، من خلال التنظيمات الوطنية والمحلية متمثلة في جمعيات ومنظمات واتحادات حماية حقوق المستهلك وكذا ترشيد وتوعية سلوكياته من جهة أخرى.

1.2.3. آليات حماية المستهلك من طرف وزارة التجارة

بالرجوع إلى النصوص والقوانين التشريعية (مثلما تم التعرض إليه سابقا) التي تنظم عمليات المراقبة والتفتيش من أجل حماية المستهلك، فنجد أنها تتناول آليات وطرق الحماية بالنسبة للعقود والعمليات التجارية والمالية العادية والتي تتم مباشرة بين الطرفين (عارض السلعة أو الخدمة - المستهلك)، فضلا عن النصوص التي تتناول مكافحة الجرائم السيبرانية (Cybernetique) والإلكترونية والتي هي تحت النقاش والتحيين من أجل مواجهة أشكالها المتطورة بشكل سريع. وإذا ما عدنا أيضا إلى ما سنه المشرع الجزائري فيما يرتبط بتنظيم كفاءات عمل العقود الإلكترونية²⁵ (أنظر المادة 67، 68 من القانون المدني الجزائري)، وكذا من خلال الاطلاع على مجموع النصوص السابقة أيضا، فنجد أنها تفتقد لتفاصيل كثيرة أساسا فيما يخص وضع وتفعيل آليات وأساليب حماية المستهلك الإلكتروني (الشروط، الأدوات، الكفاءات، الموانع). وما يثبت هذه النتيجة الأخيرة هو وجود نقائص وغموض كبير في آليات وإجراءات حماية المستهلك الإلكتروني التي جاء بها قانون التجارة الإلكترونية المصادق عليه لدى مجلس الوزراء وتمت مناقشته لدى نواب البرلمان منذ أشهر فقط إلى حين تنفيذه وسريان مفعوله²⁶. من جانب آخر، وعلى الرغم مما ذكرناه آنفا، فإن وزارة التجارة وفي إطار استراتيجية تطوير القطاع وآليات التواصل وإتاحة المعلومة للمتعاملين ولأفراد المجتمع، فقد حاولت تحديث موقع الواب الخاص بها^(*) وكذا صفحاتها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال إضافة بعض المنشورات والمعلومات وكذا تحسين مضمونها. فضلا عن ذلك فقد قامت أيضا بوضع بعض التفاصيل عن كفاءات تقديم الشكاوى والتقرب من المصالح التقنية المختصة بالرقابة والتفتيش على المستوى المحلي والوطني.

لكننا إذا ما قمنا بمقارنة بعض هذه الإضافات بالنسبة للعديد من الدول التي سبق وان ذكرنا آليات حمايتها للمستهلك (أنظر كل من الجدولين السابقين (02) و(03))؛ فنرى أن ما قامت به وزارة التجارة هو عبارة عن تحويل فقط من المحتوى

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف - ميللة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

المكتوب إلى المحتوى الإلكتروني (عبر موقع الواب) من قوانين ونصوص وكذا مختلف الآليات التقليدية من أجل تحقيق حماية حقوق المستهلك، وما يعاب عنها أيضا أنها لم تعمل على توفير ولو خط هاتفي خاص أو استمارة الكترونية تمكن المستهلك من التواصل أو تقديم الشكاوى بشكل سريع ومباشر إلى مصالح الرقابة والتفتيش.

2.2.3. آليات حماية المستهلك من طرف التنظيمات والجمعيات الحقوقية

مثلما ذكرنا سابقا فإن القوانين والتشريعات قد حوّلت للمجتمع المدني عموما والأفراد المستهلكين خصوصا للدفاع عن حقوقهم من خلال النشاط ضمن جمعيات ومنظمات وطنية ومحلية تساعد على إيصال الانشغالات والمطالب الشرعية للمستهلك، كما تساهم في رفع مستوى الوعي والرشاد الاستهلاكي لديه.

ونشير في هذا الصدد إلى عدد من الجمعيات الوطنية الناشطة على المستوى الوطني والمعتمدة من طرف وزارة التجارة متمثلة في: المنظمة الجزائرية من أجل حماية وارشاد المستهلك (APOCE)، الفدرالية الجزائرية للمستهلكين (FAC)، الرابطة الوطنية لحماية المستهلك (LNPC)، المجلس الوطني لحماية المستهلك،.... وغيرها.

وإذا ما تطرقنا إلى دور هذه الجمعيات والمنظمات الوطنية والمحلية في العمل على حماية المستهلك الإلكتروني بشكل خاص، فنجد أن البعض منها يقوم بتحسين وتطوير آليات وأساليب عملها ونشاطها بالشكل الحديث من خلال تقديم خدماتها على الموقع الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي^(*)، أرقام الهواتف. بالتالي، يمكن للمستهلكين التواصل مباشرة عبر تلك القنوات المتاحة سواء من أجل الاستفسار وطلب معلومات إضافية حول كل ما يتعلق بحماية حقوقه، أو الإخطار وتقديم الشكاوى بشكل غير مباشر إلى السلطات عن طريق المنظمات والجمعيات والتي تقوم هي بدورها بتوجيه الرأي العام للمستهلكين وكذا ارشادهم وتحسيسهم بمختلف المخاطر التي يجب أن يتجنبها أو الامتيازات التي يمكن أن يستفيد منها بالنظر إلى القوانين والتشريعات المعمول بها.

خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الورقة البحثية التعرض إلى أحد الجوانب المتعلقة بموضوع المستهلك الجزائري وأساليب حمايته في ظل تطور توجهاته وسلوكياته نحو التسوق والاستهلاك عن طريق الأسواق والمتاجر الإلكترونية. وقد هدفت هذه الورقة إلى معالجة إشكالية حماية المستهلك الإلكتروني الجزائري في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسوية عملياته المالية والتجارية الإلكترونية المختلفة. وباستخدام أسلوب التحليل والنقاش واعتمادا على القوانين والنصوص التشريعية، وكذا بعض الإحصائيات والأرقام المرتبطة بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فقد توصلنا إلى استخلاص النتائج والملاحظات التالية:

- وجود فراغ قانوني جزئي يتعلق بالتنظيم والتحكم في كفاءات إبرام واتمام العقود والبروتوكولات الإلكترونية، وكذا كفاءات ضمان حقوق وواجبات أطراف التعاقد بشكل مفصل؛

- تأخر كبير في صدور قانون تنظيم عمليات التسوق والتجارة الالكترونية بشكله النهائي والتنفيذي، وهو ما سيساهم في التحكم أكثر في الصفقات والعمليات المالية والتجارية التي يقوم بها المستهلكون، وكذا ضمان حماية حقوقهم بالشكل المناسب؛
- بالنظر إلى مؤشرات نفاذ واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالنسبة للفرد الجزائري، يُلاحظ وجود ضعف مستوى الوعي والثقة في اعتماد المستهلك الجزائري على تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تسوية مختلف العمليات المالية والتجارية بشكل الكتروني؛
- عدم تطوير آليات وقنوات التواصل بشكل متقدم بين المستهلك الجزائري وبين الهيئات الرسمية المكلفة بحماية حقوقه مقارنة بالعديد من مختلف الدول العربية والأجنبية، وكذا عدم تفعيل وتسخير التكنولوجيات الحديثة المتاحة من أجل تطوير وتسهيل أداء أنظمة وأجهزة الرقابة والتفتيش في تنفيذ مهامها.

التوصيات والمقترحات:

- انطلاقاً من استنتاجات الورقة البحثية يمكن تقديم وصياغة بعض التوصيات والمقترحات التي نرى أنها قد تساهم ولو من أحد الجوانب التي ترتبط بالمشكل المطروح في هذه الورقة البحثية نوجزها في النقاط التالية:
- ضرورة وضع آليات وأساليب تساهم في العمل على تفعيل ومحاولة تجسيد أحكام القوانين والنصوص التشريعية الموجودة حالياً بالرغم من وجود فراغ أو نقص لبعض النصوص التفصيلية فيما يخص ضمان حقوق المستهلك أثناء إجراء المعاملات التجارية والمالية،
 - الأخذ بعين الاعتبار الآثار والنتائج التي يمكن أن تترتب على الهيئات الحكومية الرسمية وما ستتحمله على عاتقها بشكل مسبق، نظراً إلى آثار وحجم الاستخدامات غير الشرعية والموازية لقنوات وأدوات التجارة الالكترونية بالنسبة للتجار المخاطرين بالاستثمار في هذا المجال وما مدى تأثير ذلك على المستهلك الجزائري الالكتروني.
 - ضرورة عمل الهيئات الرسمية وكذا التنظيمات المدنية المكلفة بحماية المستهلك على تحسين وتطوير آليات وقنوات التواصل والنقاش بينها وبين المستهلك الجزائري الالكتروني حول كل ما يتعلق بالمشاكل التقنية أو العوائق التنظيمية التي يمكن أن تواجهه.

قائمة المراجع (الهوامش):

- ¹ - Nadia CHETTAB, « *Economie, TIC et bonne gouvernance en Algérie* », communication scientifique au séminaire: (Le système national d'information économique : état et perspectives, de 31 janvier au 01 Février 2005), Algérie, p 2. (Adapté).
- ² - ياسر الصاوي، "إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات"، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة 1، 2007، القاهرة - مصر، ص 16-20. (بتصرف)
- ³ - اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، "تعزيز قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال لمواجهة تحديات اقتصاد المعرفة"، تقرير الأمم المتحدة، نيويورك، 2011، ص 8.

4- المرجع السابق.

5- بن بركة عبد الوهاب، بن التركي زينب، "أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية"، مجلة الباحث، العدد 07، 2010، ص 246.

6- زرزاز العياشي، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها في النشاط الاقتصادي وظهور الاقتصاد الرقمي"، مجلة الاقتصاد والمجتمع، (العدد مجهول)، ص 217.

7- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 14-15.

8- Danielle Galliano, Virginie Lethiais & Nicolas Soulié, « *Faible densité des espaces et usages des TIC par les entreprises : besoin d'information ou de coordination ?* », Revue d'économie industrielle, N° 121, 1^{er} trimestre 2008, document 02, p 44.

9- Christian Thorun, Max Vetter, Lucia Reisch, and Anne Karina Zimmer, "*Indicators of consumer protection and empowerment in the digital world*", Institute for consumer policy, March 2017, Berlin-Germany, p 12.

10- الحاج العمري، "دراسة قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على النمو الاقتصادي - دراسة حالة الجزائر (1995-2009)", رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03-الجزائر، 2012-2013، ص ص 19-21 (بتصرف).

11- المرجع السابق (بتصرف)، ص ص 10-17.

12- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، العدد رقم: 15، الصادرة بتاريخ: 08 مارس 2009، ص 13.

13- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية"، العدد رقم: 41، الصادرة بتاريخ: 27 جوان 2004، ص 04.

14- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، "مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش"، العدد رقم 05، الصادرة بتاريخ: سنة 1990، ص 203.

15- يوروج منال، "ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)", مذكرة ماجستير (غير منشورة) في العلوم القانونية، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، 2014-2015، ص 15.

16- إمدالو سهام، لحسن ليلي، "حماية المستهلك الإلكتروني"، مذكرة ماستر (غير منشورة)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية - الجزائر، 2012-2013، ص 11.

17- المرجع السابق، (بتصرف).

18- **See:** *World Economic Forum Reports, ICT development Reports, Global Information Technology Reports, World Bank Indicators, Measuring the Information Society Summaries Reports*, (from 2005 to 2015).

19- شمس الدين التجاني، "قياس أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء تسيير الخزينة في المؤسسة الاقتصادية - دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات التابعة لمجمع سوناطراك (حاسي مسعود - الجزائر)", أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2016-2017، ص 31.

20- المرجع السابق.

21- SER, « *ICT and the consumer* », Sociaal-Economische Raad, (SER), SER-advisory report, 1998, <http://www.ser.nl>

* - CIB : Carte InterBancaire

22- APS, « *Plus de 100.000 transactions effectuées depuis le lancement du e-paiement en octobre 2016* », publier le : 11/09/2017 (en ligne), <http://www.aps.dz/sante-science-technologie/62709-plus-de-100-000-transactions-effectuees-depuis-le-lancement-du-e-paiement-en-octobre-2016>

* - الأسماء المذكورة عبارة عن مواقع جزائرية لتقديم خدمات البيع والشراء من خلال الأنترنت: Ouedkniss.com, Guidinni.com, nechrifinet.com, echrily.com, وغيرها.

23- Abdelouahab Makhloufi, Matouk Belattaf, « *Le commerce électronique en algerie: vers de nouvelles formes de vente en ligne* », Studia Ekonomiczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego Katowicach edition, 2013, 218-229, (Adapté).

* - البطاقة الذهبية (Carte Gold): هي بطاقة خصم صادرة عن بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمان الدولي EMV (يوروباد-ماستركارد-فيزا)، تحمل الرسم البياني لبريد الجزائر. ويمكن لحامل هذه البطاقة أن يجري مختلف العمليات بواسطتها كعملية سحب الأموال، العمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية، وعمليات دفع الأموال عبر نفايات الدفع الإلكتروني.

* - (IDEATIC): و هي شركة جزائرية متخصصة في حلول البرامج، تقدم حلول لإنجاز تحقيقات ودراسات مباشرة على الانترنت. بالإضافة الى خدمات متعددة.

²⁴- WebDialn@, « *Enquete nationale sur l'internet en Algérie* », étude sur les usages et les perceptions des Internautes du Web Algérien, consulté le : 18/12/2017, <http://www.webdialna.com>

* - المقصود بعبارة "المستهلك الإلكتروني": أي المستهلك الذي يعتمد على القنوات والأدوات الإلكترونية في القيام بعمليات التبادل المالي والتجاري.

²⁵- للاستفاضة أكثر فيما يخص الجانب القانوني للعقود الإلكترونية يمكن الاطلاع على: إسماعيل قطاف، " العقود الإلكترونية وحماية المستهلك"، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2005-2006.

²⁶- عبد القادر زهار، " مشروع قانون التجارة الإلكترونية: نقائص غموض وتخلف عن مواكبة التجارب المتطورة"، (على الخط)، صحيف " الجزائر اليوم"، تاريخ المقال:

<http://aljazairalyoum.com/%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9-%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9%D9%86%D9%82%D8%A7%D8%A6/> (بتصرف).

* - يمكن الاطلاع على موقع الأنترنت الخاص بوزارة التجارة على الرابط التالي: [/https://www.commerce.gov.dz](https://www.commerce.gov.dz)

* - يمكن الاطلاع على الصفحة الخاصة بالمنظمة الجزائرية لحماية وإرشاد المستهلك (APOCE) في شبكة التواصل الاجتماعي مثلًا:

<https://www.facebook.com/apoce.algerie/>