

دور منظمات المجتمع المدني في حماية المستهلك الإلكتروني.

د/ العيد قرشي

جامعة: مُجد الصديق بن يحي - جيجل -

laid.korichi@gmail.com

د/ عمار صايفي

جامعة: مُجد الصديق بن يحي - جيجل -

ammarsaifi@yahoo.fr

ملخص باللغة العربية:

إن موضوع حماية المستهلك يعد من المواضيع المعقدة، التي تلقى الاهتمام المتزايد من قبل الحكومات والشعوب، خاصة مع ظهور التجارة الإلكترونية واتساع نطاقها، الأمر الذي أصبح يستدعي تكاتف جهود الجميع من أجل تحقيق هذه الحماية، وفق منظومة موسعة تشتمل على الحكومة بأجهزتها الرقابية الرسمية المختلفة، و منظمات المجتمع المدني ممثلة في جمعيات حماية المستهلك والجمعيات التعاونية والتي أصبح يعقد عليها الكثير من الآمال في توعية المستهلكين بحقوقهم وواجباتهم والدفاع عن مصالحهم.
الكلمات المفتاحية: حماية المستهلك، المستهلك الإلكتروني، منظمات المجتمع المدني، جمعيات حماية المستهلك.

Abstract:

The issue of consumer protection is one of the most complex issues that receive increasing attention by governments and peoples, especially with the emergence and expansion of electronic commerce. This has led to the intensification of everyone's efforts to achieve this protection, according to an expanded system that includes the government with its various official monitoring bodies, and civil society organizations represented by consumer protection associations and cooperative societies, which rely on them to educate consumers about their rights and duties and defend their interests.

Keywords: Consumer Protection, Electronic Consumer, Civil Society Organizations, Consumer Protection Associations.

مقدمة:

على الرغم من أن موضوع حماية المستهلك معروف منذ العصور القديمة، فقد كفلت الأديان السماوية والقوانين الوضعية في كثير من الحضارات هذه الحماية، إلا أن الحاجة لحماية المستهلك قد تعاظمت في المجتمعات المعاصرة نظرا للمخاطر الكبيرة التي أصبحت تنطوي عليها العملية الاستهلاكية، خاصة في ظل التطور العلمي والتكنولوجي وظهور العديد من السلع والخدمات الجديدة، التي يصعب على المستهلك معرفة مدى جودتها أو قيمتها الحقيقية أو مخاطرها خاصة تحت تأثير الدعاية الكاذبة أو المضللة.

كما أن ظهور التجارة الإلكترونية ونموها السريع وزيادة الإقبال عليها من قبل المستهلكين في تلبية حاجاتهم من السلع والخدمات قد أفرز تحديا جديدا من أجل تحقيق حماية المستهلك الإلكتروني، حيث أنه وفي الوقت الذي ينبغي فيه إعادة النظر في القوانين والتشريعات وتكييفها والتطورات الحاصلة بالشكل الذي يكفل هذه الحماية وينظم عمليات التجارة الإلكترونية، فإنه ينبغي أيضا عدم إغفال دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز هذه الحماية وترقيتها إلى المستوى الذي يحفظ حقوق المستهلك ويرعى مصالحه.

وسنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الإجابة على الإشكالية التالية:

ما هو دور منظمات المجتمع المدني في حماية المستهلك الإلكتروني؟

و لغرض تحليل هذا التساؤل، ارتأينا تقسيم هذه الورقة البحثية إلى العناصر التالية:

أولا/ حماية المستهلك الإلكتروني.

ثانيا/ المجتمع المدني وظهور حركة حماية المستهلك.

ثالثا/ أهمية المجتمع المدني في حماية المستهلك الإلكتروني.

أولا/ حماية المستهلك الإلكتروني**1- مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني:**

يقصد بالمستهلك الشخص الطبيعي أو الشخص المعنوي الذي يقوم بشراء خدمة أو سلعة، أو يستأجر الخدمة أو السلعة أو يستعملها أو يستفيد منها لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني¹. كما يقصد بالمستهلك كل "من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها، أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"². وهو ما يعني أن المستهلك إنما يتمثل في ذلك الشخص الأخير الذي يجوز ملكية السلعة ولا تنتقل من يده إلى يد أخرى من بعده.

أما المستهلك الإلكتروني فهو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوفر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها³. وبالتالي فمفهوم المستهلك الإلكتروني لا يختلف كثيرا عن المفهوم العام للمستهلك (المستهلك في التسوق التقليدي)، ويكمن الاختلاف فقط في طريقة الاتصال بين المستهلك و المهني (المنتج أو البائع) حيث يستخدم المستهلك الإلكتروني وسائط الكترونية من حواسيب و هواتف ذكية وغيرها من الأدوات

المربوطة بشبكة الانترنت للتواصل مع الباعة و المنتجين، في حين يكون الاتصال مباشر دون وسائط في حالة المستهلك التقليدي.

ويقصد بحماية المستهلك رعاية المستهلك ومعاونته في الحصول على ما يلزمه من سلع وخدمات يتطلبها استقراره المعيشي وحياته في المجتمع، وذلك بأسعار مناسبة في كل الأوقات وضمن الظروف كلها مع منع أية أخطار أو عوامل من شأنها الإضرار بمصالحه أو تؤدي إلى خداعه وتضليله⁴. كما تعني حماية المستهلك حفظ حقوقه و ضمان حصوله عليها. أي أن هذه الحماية يجب أن تكون شاملة تتجاوز ضرورة توفير السلع والخدمات و منع الاحتكار والتلاعب في الأسعار لتشمل جميع مراحل العملية الاستهلاكية بدءا بالسلعة في حد ذاتها من حيث جودتها و صلاحيتها، مروراً بالعقود التي تبرم للحصول عليها وانتهاء بالضمانات المقدمة.

ونظرا للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها، وبصفة خاصة في مرحلة التعاقد الالكتروني، ولوقاية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات، ولحمايته من شر الوقوع لنزعتة الاستهلاكية، لذلك وجب على القانون أن يتعرض لحمايته في المعاملات الالكترونية لاستخراج الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يرفع الضرر والخطر عن المستهلك، وليس فقط على المستوى الوطني، بل إن المعاملات الالكترونية ولأنها في الغالب تكون معاملات دولية تتم عن طريق شبكة المعلومات الدولية الإنترنت لا تعرف الحدود، ومن تم فهي تمتد لتشمل كافة أرجاء المعمورة، مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي بهدف التنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك⁵. كما يستدعي تدخل منظمات المجتمع المدني ممثلة في جمعيات حماية المستهلك لتفعيل فعالية الرقابة ورفع مستوى الوعي لدى المستهلك.

وتتسم حماية المستهلك بخصائص عديدة منها، عمومية وشمولية الحماية، والعدالة في موازنتها لحقوق وواجبات مصالح وأطراف التعامل، فليس حماية المستهلك كغاية تبرر كل وسيلة قانونية تصبو إلى تحقيق هذه الغاية، فليس الأمر صراعا بين طرفي التعاقد بقدر ما هو ضبط للتوازن العقدي بينهما. وتكمن أهمية توفير الحماية للمستهلك في كونه الطرف الضعيف في التعاقد بينما المهنيون في مركز القوة، فالمستهلك هو الشخص الضعيف اقتصاديا وقانونيا، كما أنه قليل الخبرة بالنظر إلى المهني أو المحترف، وأيضا لأنه في المعاملات الالكترونية يكون التعاقد عن بعد ولا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك⁶.

2- محاور مفهوم حماية المستهلك:

يقوم مفهوم حماية المستهلك على ثلاثة محاور رئيسية، وهي⁷:

- **المحور الرقابي:** الذي يضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية العالمية، وتقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني الممثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك، والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك للتدليس والغش التجاري والتضليل بكافة صوره وأشكاله.

- **المحور التشريعي:** وهو القائم على أساس إعادة النظر في التشريع القائم من أجل إيجاد مظلة حماية لكافة حقوق المستهلك.

– المحور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك: وهو الذي يقوم عليه رفع وعي المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته، بما يرشد قراراته ويوجهه إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية.

3- مبررات حماية المستهلك الإلكتروني:

هناك العديد من العوامل التي دفعت نحو الاهتمام بحماية المستهلك الإلكتروني، نذكر منها ما يلي⁸:

أ- التطور الحديث في شبكة الإنترنت: إن شبكة الإنترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسب، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة، ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعًا علميًا يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية.

غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتمثل في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدائية، مما ينبغي أن يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت مقارنة بالبيع الذي يتم في موطن ومحل إقامة المستهلك ويتمثل ذلك في عدم قدرة المستهلك على معاينة المبيع بطريقة حقيقية، أو الالتقاء مع المزود في مجلس عقدي تقليدي.

ب- حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية: فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وفي هذا السياق فإنه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح.

ج- افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التكنولوجي: تعتبر شبكة الإنترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فهذه الشبكة تمثل صالة عرض لكافة المنتجات والخدمات، فالبريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواع متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك، والتعاقد معه من خلالها⁹.

فقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الكمبيوتر وشبكة الإنترنت تسهل عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدها، وهنا يجب أن نفرق بين ما يسمى إعلام المستهلك والذي هو من حقوق المستهلك وبين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الإنترنت، والتي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات والمنتجات، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك عن التعامل مع جهاز الحاسب وشبكة الإنترنت، فافتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الإنترنت، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة¹⁰.

وتمثل ذلك من خلال ما يواجه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الصغيرة، بالإضافة لما سبق فإن عدم معرفته بشبكة الإنترنت قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع قراصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد

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

الوهمي. لذا فإن حاجة المستهلك إلى الحماية في التسوق الإلكتروني تنبع أيضاً من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية¹¹.

ثانياً/ المجتمع المدني وظهور حركة حماية المستهلك

1- تعريف المجتمع المدني وعناصره:

يشير مصطلح المجتمع المدني إلى المجموعة واسعة النطاق من المنظمات غير الحكومية والمنظمات غير الربحية التي لها وجود في الحياة العامة وتنهض بعبء التعبير عن اهتمامات وقيم أعضائها أو الآخرين، استناداً إلى اعتبارات أخلاقية أو ثقافية أو سياسية أو علمية أو دينية أو خيرية. ومن ثم يشير مصطلح منظمات المجتمع المدني إلى مجموعة عريضة من المنظمات، تضم: الجماعات المجتمعية المحلية، والمنظمات غير الحكومية، والنقابات العمالية، وجماعات السكان الأصليين، والمنظمات الخيرية، والمنظمات الدينية، والنقابات المهنية، ومؤسسات العمل الخيري¹².

و يُعرف المجتمع المدني على أنه: "مفهوم يشير إلى مختلف التنظيمات والهيئات التطوعية التي تنشأ بمقتضى الإرادة الحرة لأعضائها بقصد حماية مصالحهم والدفاع عنها"¹³.

كما يعرف المجتمع المدني على أنه: "مجموعة المؤسسات والفعاليات والأنشطة التي تحتل مركزاً وسيطاً بين العائلة، باعتبارها الوحدة الأساسية التي ينهض عليها البنيان الاجتماعي والنظام القيمي في المجتمع من ناحية، والدولة ومؤسساتها وأجهزتها ذات الصبغة الرسمية من ناحية أخرى"¹⁴.

ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن المجتمع المدني عبارة عن تنظيمات تطوعية حرة تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة ويعمل بشكل مستقل إلى حد بعيد عن إشراف الدولة المباشر، فهو يتميز بالاستقلالية، والتنظيم التلقائي، وروح المبادرة الفردية والجماعية، والعمل التطوعي، والحماسة من أجل خدمة مصالح أفرادها والآخرين.

و تركز أطروحة المجتمع المدني على عناصر أساسية تميزها عن غيرها من التكوينات الاجتماعية التقليدية، إذ أن الفارق الرئيسي الذي يميزه عنها هو مدى توافر العناصر الأساسية التالية¹⁵:

أ- الطوعية: وترتبط هذه النقطة بعنصر الإرادة الحرة للفرد واختياره في الانتماء إلى إحدى مؤسسات المجتمع المدني، إما لتحقيق منفعة عامة أو الدفاع عن مصالح طبقة أو فئة معينة من طبقات المجتمع، وترتبط (الطوعية) بعوامل أخرى مثل طبيعة التركيب النفسي والاجتماعي والبيئي في تكوين ملامح شخصية الفرد.

ب- المؤسسية والتنظيم: والمقصود منها هو ضرورة العمل ضمن تنظيمات ومؤسسات تعتمد على نظام إداري وبرنامج وأهداف آنية وإستراتيجية معينة، إذ لا نكاد نجد أي عمل أو نشاط فاعل ومؤثر من دون تنظيم وتخطيط مسبق يقوم به جهاز فني و إداري يتمتع بمهارة وكفاءة وخبرة عالية.

ج- الغاية والدور: ومعناها إن فاعلية وتأثير مؤسسات المجتمع المدني ترتبط بمدى الدور الذي تؤديه داخل المجتمع وعلى ضوء ذلك يحدد مدى نجاحها أو فشلها ، باعتبارها تمثل مؤسسات أمة وليس مؤسسات دولة، ومن خلال الدور الذي تقوم به هذه المؤسسات تتحدد علاقاتها مع الدولة أيضاً إذ إن كلا الطرفين يجب أن يتناسان مع بعضهما البعض في تقديم خدمة للمجتمع.

د- الاستقلالية: ونعني بالاستقلالية هنا هي أن لا تخضع مؤسسات المجتمع المدني لأي شكل من أشكال التبعية والهيمنة من الخارج أو الداخل والمتمثلة بفرض آراء وسياسات و إملاءات وبرامج وخطط الجهة المهيمنة، الأمر الذي يؤثر سلباً في مستقبلها وفشلها حتماً لأنها لا تنسجم مع طموحات الجماهير ومطالبها في الاستقلالية.

ه- الالتزام بمنظومة الأخلاق والقيم والآداب العامة المرعية في البلاد، والتعامل مع الحريات كحق إنساني وقانوني الغاية منه تحقيق الذات الفردية والجماعية من خلال الأنشطة المختلفة لمؤسسات المجتمع المدني فضلاً عن قبول التنوع والاختلاف في الرأي واحترام رأي الأغلبية والأقلية التي تقرها العملية الديمقراطية ومن هنا يصبح لمفهوم المجتمع المدني قيمة أخلاقية و مطلوبة لكل فئات المجتمع.

و- الترابط ضمن إطار منظومة ثقافية مترابطة من القيم والمفاهيم الإنسانية. إلا في إطار منظومة ثقافية مترابطة من القيم والمفاهيم الإنسانية.

2- أسباب تزايد الاهتمام العربي بالمجتمع المدني:

لقد بدأ مفهوم المجتمع المدني ينتشر في أدبيات الفكر السياسي العربي المعاصر منذ مطلع السبعينات من القرن المنصرم بصفة خاصة، متأثراً بعودته في المجتمعات الأوروبية، وعرف رواجاً بصورة واضحة في البلدان العربية التي رفع فيها الخطاب الرسمي مشاريع التحول الديمقراطي وآثاره الإيجابية على مجمل الحياة السياسية الاقتصادية والاجتماعية رغم أن هناك بلدان عربية لم يصلها بعد خبر "المجتمع المدني" فلا نجد له أثراً لا في الخطاب الرسمي ولا في خطاب فئات النخبة¹⁶.

كما طرح الخطاب السياسي العالمي - ممثلاً في وثائق الأمم المتحدة ومؤتمراتها المتتالية- لقيمة المجتمع المدني وشراسته في تحقيق غايات التنمية البشرية، خطاباً سياسياً عربياً يستخدم لأول مرة مفهوم المجتمع المدني والتوقعات من مشاركاته وشراسته، وصاحبت هذا الخطاب تعديلات تشريعية وقوانين جديدة تنظم المجتمع المدني في العديد من البلدان العربية.

عموماً يمكن أن نعيد أسباب تزايد الاهتمام بالمجتمع المدني في البلدان العربية إلى ما يلي¹⁷:

أ- محاولة تقليد الغرب ومسايرته: بعد أن أدى المجتمع المدني دوراً فعالاً في تطوير المجتمعات الغربية وفي عملية التحول الديمقراطي، أصبح ينظر إليه على أنه الحل الأمثل لمشاكل الواقع العربي ومعضلاته.

ب- تغير دور الدولة الحديث: شهد دور الدولة في القرن الحادي والعشرين تقلصاً في بعض الوظائف وتعمقاً في الوظائف التقليدية كالأمن والقضاء، وهذا ما أدى إلى تنامي الدعوة لتطوير وتقوية منظمات المجتمع المدني كشريك ثالث إلى جانب القطاع الخاص لمشاركة الدولة في مهمتها.

3 - نشأة وتطور حركة حماية المستهلك:

كانت بداية ظهور حركة حماية المستهلك، في الغرب في القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث ظهرت فكرة جمعية المستهلك في الثلاثينات من القرن الماضي وتبلورت في الخمسينات من نفس القرن، ومن جانب آخر فقد تم إصدار أول مجلة متخصصة في حماية المستهلك تحت عنوان تقارير المستهلكين. وقد مرت هذه الحركة بالمراحل التالية¹⁸:

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

المرحلة الأولى (1900-1930): تعتبر بداية سنة 1900 بمثابة التاريخ الذي شهد أولى بدايات حركة حماية المستهلك.

المرحلة الثانية (1930-1950): بدأت حركة حماية المستهلك في هذه المرحلة تأخذ ملامح واضحة نظراً للظروف الصعبة التي عايشها المستهلك آنذاك، خاصة بعد الأزمة الاقتصادية (أزمة الكساد) التي شهدتها العالم في سنة 1929. كما ازدادت معاناة المستهلكين سوءاً بعد اندلاع الحرب العالمية الثانية.

المرحلة الثالثة (1950-1962): هناك من يرى بأن بداية هذه المرحلة (أي سنة 1950) تمثل التاريخ الحديث لتأسيس ونشأة حركة حماية المستهلك في الدول الغربية، وهذا من خلال بروز وظهور عدة مجموعات ضاغطة تنادي بالدفاع عن حقوق المستهلكين.

المرحلة الرابعة (1962 إلى الآن): يرى كثير من الكتاب أن سنة 1962 تعد بمثابة الانطلاقة الرسمية لنشأة الحركة الاستهلاكية، حيث جاء هذا التأسيس انعكاساً للرسالة التي تقدم بها الرئيس الأمريكي آنذاك (جون كينيدي)، والتي عرفت بـ"قائمة حقوق المستهلك".

ومع تزايد الاهتمام بحقوق المستهلك، صدرت التشريعات التي تكفل تلك الحقوق وتضمن حمايتها. وأنشئت المنظمات الحكومية وغير الحكومية والدولية والجمعيات التي تولي اهتمامها لحماية المستهلك، كما تم تأسيس المنظمة الدولية لحماية المستهلك، وأصبح لها مقرات فرعية في إفريقيا وآسيا وأوروبا وأمريكا الشمالية واللاتينية، وتوحيماً لجهود حركة حماية المستهلك، أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم 39/248 الصادر بتاريخ 09 أبريل 1985، حقوق المستهلك لتكون بمثابة مبادئ عامة عالمية لحماية المستهلك، وتتلخص فيما يلي¹⁹:

- **حق الأمان:** للمستهلك الحق في الحماية من المنتجات وعمليات الإنتاج والخدمات التي تُشكل خطراً على صحته وسلامته.
- **حق المعرفة:** للمستهلك الحق في تزويده بالحقائق التي تساعد على الشراء والاستهلاك بصورة سليمة وتعيينه في إدراك حقوقه الأساسية ومسؤولياته.
- **حق الاختيار:** الحق في الاختيار بين العديد من البدائل من السلع والخدمات بأسعار تنافسية مع ضمان الجودة.
- **حق الاستماع إلى آرائه:** أن تُمَثَّل مصالح المستهلك لدى الجهات الرسمية وغير الرسمية ويُأخذ بآرائه في تطوير السلع والخدمات.
- **حق إشباع احتياجاته الأساسية:** للمستهلك الحق في الحصول على السلع والخدمات الضرورية الأساسية كالغذاء والكساء والمأوى والرعاية الصحية والتعليم.
- **حق التعويض:** للمستهلك الحق في تسوية عادلة لمطالبه المشروعة، بما في ذلك التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية أو أية ممارسات تضر بالمستهلك.
- **حق التثقيف:** للمستهلك الحق في اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة لممارسة الاختبارات الواعية بين السلع والخدمات، وأن يكون مدركاً لحقوقه الأساسية ومسؤولياته وكيفية استخدامها من خلال برامج التوعية المستدامة.

- حق العيش في بيئة سليمة: للمستهلك الحق في العيش والعمل في بيئة خالية من المخاطر.

4- عوامل نشأة حركة حماية المستهلك:

- من العوامل الرئيسة التي أدت إلى إنشاء حركة حماية المستهلك ما يلي:
- عدم رضا المستهلكين بسبب انعدام الأمان في العديد من المنتجات المعروضة في الأسواق.
- عدم رضا المستهلكين بسبب غموض شروط الضمان الخاصة بالسلع.
- نقص أو انعدام المعلومات عن السلع والخدمات المعروضة.
- عدم اهتمام الشركات بالشكاوي المقدمة من طرف المستهلكين.
- الاهتمام برفع مستوى معيشة الفرد من الناحية النوعية.
- انتشار الإعلانات المضللة.

ثالثاً/ أهمية المجتمع المدني في حماية المستهلك الإلكتروني

لما كانت جماعة المستهلكين تشكل الغالبية في المجتمع ولضعف المستهلك الفرد فقد برز الدور الإيجابي لتكاتف المستهلكين للمحافظة على حقوقهم والدفاع عن مصالحهم من خلال إنشاء منظمات أو هيئات تهتم بشؤون المستهلكين وحماية مصالحهم. ومن أوائل هذه الهيئات نجد الجمعيات التعاونية التي تهدف إلى تخفيض الأسعار من خلال بيع السلع بأسعار منخفضة عن تلك التي يبيع بها التجار في الأسواق، إلى جانب جمعيات حماية المستهلك والتي تسهر على الدفاع عن حقوق المستهلكين ورفع مستوى الوعي الاستهلاكي لديهم.

1- الجمعيات التعاونية الاستهلاكية:

يقصد بالجمعية التعاونية كل جمعية ينشئها أشخاص طبيعيون أو اعتباريون، بقصد الارتفاع بالمستوى الاقتصادي والاجتماعي للأعضاء عن طريق إتباع المبادئ التعاونية، ويجوز إنشاء جمعيات تعاونية تكون العضوية فيها مقصورة على مجموعة من المواطنين تجمعهم ظروف مشتركة بسحب إقامتهم أو عملهم أو وظيفتهم أو مهنتهم.

وهي عبارة عن مجموعات أولية (شبكة) تضم مجموعة من الأشخاص لإدارة مصالحهم الاقتصادية بصورة جماعية وعلى الأسس التعاونية الديمقراطية، لكل عضو صوت واحد بغض النظر من ما يملكه من رأسمال في التعاونية، والجمعية التعاونية منظمة عادلة ينشئها الأفراد بقصد رفع مستواهم الاقتصادي والاجتماعي²⁰.

وتتنوع الجمعيات التعاونية وفق نشاطاتها، ونجد من بينها الجمعيات التعاونية الاستهلاكية التي تهتم بشؤون المستهلك التي تعمل على البيع بالتقسيط للسلع الاستهلاكية التي تشتريها أو التي قد تقوم بإنتاجها بنفسها أو بالتعاون مع الجمعيات التعاونية الأخرى²¹. وتؤدي الجمعيات التعاونية دوراً حيوياً في حماية المستهلك من خلال²²:

- توفير السلع الضرورية اللازمة.
- محاربة الغش التجاري عن طريق منع الاحتكار.

- تحقيق التكافل الاجتماعي بين فئات المجتمع.
- زيارة المصانع التي تقوم بالتصدير؛ للتأكد من مدى توافر المواصفات في السلعة.
- قيامها بإنتاج غالبية السلع الاستهلاكية، التي تحمل علامة التعاون، والتي تكون منخفضة الثمن وجودة عالية.
- الموزع الرئيسي لسلع الفئات الفقيرة، إذ هي ملاذ هذه الفئات للحصول على احتياجاتها؛ باعتبارها منظمات لا تستهدف الربح، ومن ثم فإن الهوامش التي تضيفها على تكلفة السلع هي هوامش ضئيلة، فكأنها تعطي دعماً من عندها ليصبح السعر التعاوني أقل كثيراً من أسعار المنافسين، فضلاً عن أنها تتمسك في سياسات البيع والشراء بأولوية مطلقة للسلع الأساسية.
- التعليم والتدريب والإعلام²³: تقدم التعاونيات التدريب والتعليم لأعضائها بالتعاونيات ولقياداتها المنتخبة ومديريها وموظفيها ليستطيعوا أن يساهموا بفعالية لتنمية تعاونياتهم، مع تنوير الرأي العام عن طريق الإعلان والإعلام وخاصة الشباب وقادة الرأي عن طبيعة ومزايا التعاون عن طريق التثقيف والتوعية التعاونية.
- كما يمكن للجمعيات التعاونية المساهمة في حماية المستهلك الإلكتروني من خلال تبني التجارة الإلكترونية لمنتجاتها، بالإضافة إلى تنبيه المستهلكين بالمنتجات المقلدة أو المواقع الإلكترونية الوهمية والعمل على رفع الوعي الاستهلاكي لديهم من خلال تقديم نصائح وإرشادات تخص التسوق الإلكتروني عبر موقعها الإلكتروني أو موقعها للتواصل الاجتماعي. كما أن إنشاء جمعيات تعاونية استهلاكية في الأحياء السكنية للتقرب من المستهلك وتخفيض الأسعار، وكذا التشجيع على دخول المستهلكين كشركاء مساهمين في الجمعيات التعاونية من شأنه التقليل من التوجه نحو التسوق الإلكتروني لطلب الكثير من السلع وبالتالي تجنب مخاطر هذا الأخير.

2- جمعيات حماية المستهلك:

- تعتبر جمعيات حماية المستهلك إحدى مؤسسات المجتمع المدني، ولكنها أكثرها أهمية، تقوم على توفير خدمات مجانية تستهدف حماية المستهلكين من خلال توعيتهم بحقوقهم وحمايتهم من جميع أنواع الغش والتقليد والاحتيال والخداع والتدليس في جميع السلع والخدمات والمبالغة في رفع أسعارها. وهي تختص بما يلي²⁴:
- تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشاكل المتعلقة بمصالح المستهلكين وحقوقهم.
- تلقي شكاوى المستهلكين والتحقق منها والعمل على حلها.
- معاونة المستهلكين الذين يقع عليهم ضرر في تقديم شكاوهم للجهات المختصة، واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم.
- مباشرة الدعاوى التي تتعلق بمصالح المستهلكين.
- عمل الأبحاث ومقارنات الأسعار، وجودة المنتجات، للتأكد من صحتها وصحة البيانات الخاصة بها، وإبلاغ الأجهزة المعنية بالمخالف منها.
- إلى جانب المهام السابقة التي تقوم بها جمعيات حماية المستهلك، فهي تعمل على مواكبة التطورات الحاصلة في مجال الاستهلاك خاصة منها ما يتعلق بالتجارة الإلكترونية وحماية المستهلك الإلكتروني وضمان حقوقه، وذلك من خلال:
- عرض قصص واقعية لتجارب المشترين مع السلع الرديئة، وتحديث مستمر لنشرات إخبارية تتضمن حوادث الغش التجاري وتفاصيل القضايا الحديثة مدعمة بآراء الخبراء والمتخصصين. وتوفر هذه المواقع أيضاً خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد

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

- الإلكتروني من خلال ما يسمى مركز الشكاوى، كما تفرد بعض الصفحات التي تحتوي على المعلومات التي تساعد المستهلك على تجنب الوقوع في حالة احتيال أو غش²⁵.
- التركيز على توعية المستهلك بالتسوق الإلكتروني الآمن وتوفير الإمكانات والمصادر الكافية لذلك، مع ضرورة تبني منهجيات علمية في ذلك.
 - التحذير من المعلومات المغلوطة وغير الصحيحة التي تنشر من خلال المواقع الإلكترونية مثل مواقع التواصل الاجتماعي بشأن بعض المنتجات.
 - تحذير المستهلكين من التعامل مع الصفحات الوهمية وبعض المواقع الإلكترونية التي قد تعرضهم للمساءلة القانونية إضافة إلى خسارتهم لأموال وضياع حقوقهم.
 - تحذير المستهلكين من التعامل مع المواقع التي تطلب بيانات تخص الحساب البنكي أو كلمة المرور الخاصة به، أو المواقع التي تقدم تخفيضات وهمية وغير معقولة بدرجة لا يمكن تصديقها.
 - التحسيس بضرورة تعزيز قدرات القطاعات المعنية بحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية وزيادة التعاون فيما بينها وتداول المعلومات.
 - العمل على محاربة مواقع التواصل الاجتماعي التي تباع منتجات مغشوشة ومقلدة أو غير آمنة لتهديدها سلامة وصحة المستهلكين وانتهاكها حقوق الملكية الفكرية.
 - التحذير من الإعلانات المخادعة والمضللة التي تُمرر عبر المواقع الإلكترونية مواقع التواصل الاجتماعي.
 - دعوة الجهات ذات العلاقة إلى مراجعة التشريعات والسياسات والأنظمة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

خاتمة:

إن حماية المستهلك الإلكتروني أصبحت تشكل أهمية بالغة خاصة مع تزايد أهمية التجارة الإلكترونية واتساع مستخدمي الإنترنت في العالم والاتجاه نحو التسوق الإلكتروني، إذ أنه وعلى الرغم من مساهمة التجارة الإلكترونية في دعم حقوق المستهلك من خلال فتحها لمجالات أوسع لحق الاختيار، وتوفير منتجات وخدمات ذات جودة عالية وأسعار تنافسية، إلا أنها قد ساهمت أيضا في رفع درجة مخاطر التسوق من احتيال وخداع المستهلك، وهو ما يستدعي تضافر الجهود للتصدي لمخاطر التي تواجه المستهلك الإلكتروني.

و من خلال دراستنا لهذا الموضوع توصلنا إلى النتائج التالية:

- تساهم منظمات المجتمع المدني ممثلة في جمعيات حماية المستهلك والجمعيات التعاونية بشكل واضح في حماية المستهلك، فهي تقوم على توفير خدمات مجانية تستهدف حماية المستهلكين من خلال توعيتهم بحقوقهم وحمايتهم من جميع أنواع الغش والتقليد والاحتيال والخداع و التدليس في جميع السلع والخدمات والمبالغة في رفع أسعارها.

- تؤدي جمعيات حماية المستهلك والجمعيات التعاونية، دورا بالغ الأهمية في حماية المستهلك الإلكتروني من المواقع الإلكترونية الوهمية أو شراء بضائع مغشوشة أو الوقوع ضحية شروط تعسفية في العقود الإلكترونية، وذلك من خلال عمليات التحسيس المستمر للمستهلك بالمخاطر المحيطة به في التجارة الإلكترونية وزيادة الوعي الاستهلاكي لديه ورعاية مصالحه والمحافظة على حقوقه والدفاع عنها.
- تساهم جمعيات حماية المستهلك في التطبيق الفعال لقوانين وتشريعات حماية المستهلك من خلال تلقي شكاوى المستهلكين وتقديمها للجهات المختصة، وكذلك من خلال الدعوة إلى ضرورة تطوير التشريعات التي تحمي المستهلكين وتحافظ على حقوقهم في التجارة الإلكترونية متى دعت الحاجة إلى ذلك.

التوصيات والمقترحات:

- ضرورة قيام جمعيات حماية المستهلك، والجمعيات التعاونية باستثمار مواقع التواصل الاجتماعي لتوعية المستهلك، من خلال التركيز على حقوق المستهلك وطرق التعرف على أساليب الغش والتقليد والتضليل والاحتيال في السلع والخدمات.
- ضرورة قيام جمعيات حماية المستهلك، والجمعيات التعاونية بتقديم برامج ترويجية هادفة لتوعية المستهلكين بالمواقع الإلكترونية وأسماء الشركات الوهمية أو التي يمكن أن تضر بمصالحهم.
- ضرورة عقد مؤتمرات و نشر مجلات لتوعية المستهلك عامة و المستهلك الإلكتروني خاصة.
- ينبغي تعريف المواطن بجمعيات حماية المستهلك النشطة، من خلال إنشاء هذه الأخيرة لمواقع رسمية الكترونية خاصة بها ومكاتب فرعية، من أجل تسهيل عملية التواصل والانخراط وتقديم الشكاوي، حيث أن العديد من الجمعيات موجودة ولكنها غير معروفة في المجتمع.
- تشجيع الجمعيات التعاونية، وجمعيات حماية المستهلك على مواصلة دورها، في مجال التوعية والإعلام وتمثيل المستهلكين والدفاع عن حقوقهم.
- على الجمعيات التعاونية اعتماد التجارة الإلكترونية في تسويق منتجاتها وخدماتها.
- إصدار الإرشادات لحماية المستهلك الإلكتروني التي توضح مبادئ وواجبات كل من البائع والمستهلك الإلكتروني.
- حث مواقع التسوق الإلكتروني على تقديم النصائح للمستهلك، وتبصيره بشروط التعاقد والتوصيل والأسعار بشكل لا يقبل الشك أو التدليس.
- التأكيد على حق المستهلك في الحصول على المعلومة، الأمر الذي يعد ضرورياً لحمايته ومساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد من عدمه، كما أنه شرط يندرج ضمن عملية التجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع (الهوامش):

¹ علي عُجْد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2009، ص 49.

- ² عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الجزء الأول، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2002، ص 138.
- ³ أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005م، ص 108.
- ⁴ طارق الخير، حماية المستهلك ودورها في رفع الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، مجلة جامعة دمشق، المجلد 17، العدد الأول، 2001، ص 92.
- ⁵ خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية دراسة مقارنة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 34-35.
- ⁶ خالد ممدوح إبراهيم، نفس المرجع السابق، ص 34.
- ⁷ محمود محي الدين، وسحر نصر، البعد الاقتصادي لحماية المستهلك، ورقة عمل مقدمة لمنتدى المرأة وحماية المستهلك، المجلس القومي للمرأة، القاهرة، مصر، 2005م، ص 28.
- ⁸ أحمد السيد كردي، حماية المستهلك في التسوق عبر الإنترنت، نشر بتاريخ 25-10-2014، على الموقع الإلكتروني: <http://www.alukah.net/culture/0/77589/>
- ⁹ أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص 108.
- ¹⁰ أحمد السيد كردي، مرجع سابق.
- ¹¹ حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة مع أوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط، الطبعة الأولى، دار الفكر، مصر، 1996، ص 13.
- ¹² مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، دور منظمات المجتمع المدني في رفع الوعي الاستهلاكي وترشيد السلوك الإنفاقي، جامعة بغداد، 2014، على الموقع الإلكتروني: <http://www.mracpc.uobaghdad.edu.iq/ArticleShow.aspx?ID=340>
- ¹³ شكر عبد الغفار، مُجد موروا، المجتمع الأهلي ودوره في بناء الديمقراطية، دار الفكر، دمشق، 2003، ص 40.
- ¹⁴ منظمة هاريكار غير الحكومية، دور منظمات المجتمع المدني في التنمية الاجتماعية، مطبعة زانا، دهوك، العراق، مارس، 2007، ص 12.
- ¹⁵ عباس فاضل محمود، دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز البناء الديمقراطي في العراق، مجلة الأستاذ، العدد 203، 2012، ص 621-623 بتصرف.
- ¹⁶ مُجد البكوري، المجتمع المدني في الوطن العربي: ملامح الانبثاق والتبلور، محاذير الاستعمال و التطور، جريدة القانونية الإلكترونية، نشر بتاريخ 06-07-2015، تحت عدد 221، المغرب، على الموقع الإلكتروني: <http://www.alkanounia.com>
- ¹⁷ مرزوقي عمر، المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الجزائر: إشكالية الدور، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 432، فيفري 2015، ص 36.

¹⁸ صبري مُجد خليل، حماية المستهلك : فلسفتها و آلياتها في الفكر الاقتصادي المقارن، صحيفة الراكوبة، السودان، نشر بتاريخ 2013-12-16، على الموقع الالكتروني:

<https://www.alrakoba.net/articles-action-show-id-43169.htm>

¹⁹ بوابة حكومة أبوظبي، حقوق المستهلك وواجباته، على الموقع الالكتروني:

<https://www.abudhabi.ae/portal/public/ar/citizens/health/consumer-rights/consumer-rights-and-responsibilities>

²⁰ مُجد الفاتح عبد الوهاب العتيبي، منظمات المجتمع المدني الناشئة الآليات وأدوات العمل وتحقيق الأهداف، الحوار المتمدن، العدد: 2724، نشر بتاريخ: 2009-07-31، على الموقع الالكتروني:

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=179782>

<http://jcc.gov.jo>

²¹ المؤسسة التعاونية الأردنية، على الموقع الالكتروني:

²² نجاح ميدني، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008، ص 49-50.

²³ مُجد الفاتح عبد الوهاب العتيبي، مرجع سابق.

²⁴ جهاز حماية المستهلك، دور جمعيات حماية المستهلك، على الموقع الالكتروني:

<https://www.cpa.gov.eg/ar-eg>

²⁵ سامي عبد العزيز، المعالجة الصحفية لقضية حماية المستهلك المصري: رؤية تحليلية، مؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان، جامعة النهضة والمجلس العربي للتربية الأخلاقية، 28-29 مارس 2009م، ص 317.