

الملتقى الوطني حول "المستهلك والاقتصاد الرقمي" ضرورة الانتقال وتحديات الحماية .يومي 23 و 24 أفريل 2018.

|   |   |
|---|---|
| <u>الاسم واللقب</u> : عاشوري ابراهيم              | <u>الاسم واللقب</u> : بوخروبة الغالي BOUKHEROUBA Ghali                          |
| <u>مكان العمل</u> : جامعة عبد الحميد بوصوف – ميله | <u>المؤهل العلمي</u> : طالب سنة ثالثة دكتوراه                                   |
|   | <u>التخصص</u> : مناجنت مالي ومحاسي  |
|   | <u>مكان العمل</u> : جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم -                       |
|   | <u>البريد الالكتروني</u> : <a href="mailto:Ghali.c@live.fr">Ghali.c@live.fr</a> |
|   | <u>رقم الهاتف</u> : 07-97-54-11-73  |

**المحور الثالث :** الاخطار التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني في الاقتصاد الرقمي ووسائل حمايته منها .

**عنوان المداخلة :** المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك في عالم رقمي .

**ملخص :**

نتيجة للثورة التكنولوجية التي ظهرت في منتصف القرن العشرين، ظهرت مشكلة حماية المستهلك الإلكتروني نظرا للمخاطرة الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية، ومن اجل وقاية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات. وهذا ما استدعى وجود اليات لفحص السياسات الاستهلاكية الالكترونية لتلبية لحاجات المستهلك ومدى رضاه عنها ، وذلك بوضع قوانين تتدخل لحماية المستهلك قبل التعاقد الالكتروني وبعده ، وارساء قواعد تحكم العقود الالكترونية نظرا لقصور القواعد التقليدية .

**الكلمات المفتاحية :** المستهلك ، المستهلك الإلكتروني

**Résumé :**

À la suite de la révolution technologique apparue au milieu du XXe siècle, le problème de la protection électronique du consommateur a surgi en raison du grand risque lié au processus de consommation et à la protection des consommateurs contre les risques de leurs biens et services. Cela a nécessité l'existence de mécanismes pour examiner les politiques électroniques des consommateurs en réponse aux besoins des consommateurs et la satisfaction du développement des lois qui protègent le consommateur avant et après la passation de contrats électroniques et l'établissement de règles régissant les contrats électroniques.

**Mots – clés :** Consommateur, consommateur électronique.

## مقدمة :

يحتاج المستهلك إلى الحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وتنبع أهمية توفير حماية المستهلك من أنه يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، فالرغبة في الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتجين، ومقدمي الخدمات لإتباع أساليب غير مشروعة للإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة، ومن هنا تظهر أهمية التعريف بالمستهلك الذي نسعى لتوفير الحماية له، وبعد اتساع مستخدمي الإنترنت في العالم، بدأ يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت التي تستطيع الوصول إلى كل مكان، وتمارس تأثيرًا يتجاوز أحيانًا الأدوات التقليدية في الواقع.

اكتسب موضوع حماية المستهلك أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة ، وبرزت قضية حماية المستهلك كقضية هامة ضمن قضايا المسؤولية الاجتماعية الواجب على المنظمات اخذها في الحسبان عند وضع الخطط واتخاذ القرارات ، كما احتلت قضية حماية المستهلك مكانا بارزا بين القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية المطروحة في المؤتمرات والندوات وحازت على اهتمام العديد من الكتاب والباحثين .

بدأت حركة حماية المستهلك نتيجة للعديد من الممارسات اللاإنسانية التي كان يمارسها المنتجون والتجار والوسطاء ضد المستهلكين في السوق بعيدا عن القيم الاجتماعية والضوابط الاخلاقية ، وبذلك نشأت فكرة حماية المستهلك وتوسعت حركتها في المجتمعات المتقدمة جراء الضغط الذي مارسه المستهلكون على حكوماتهم من اجل التدخل وفرض القوانين لحمايتهم مما يعرف بجشع المضاربين من التجار والصناع .

ان اول قانون لحماية المستهلك صدر في الولايات المتحدة سنة 1873 ، ثم توالى بعد ذلك صدور القوانين واتخاذ الاجراءات من قبل الكثير من دول العالم بغية حماية المستهلك وحقوقه ، سواء تعلق الامر بما يختص بقوته المعيشي اليومي ، او باقي نواحي الحياة بما فيها حقه في بيئة سليمة وصحية .

ومن خلال ذلك نطرح الاشكالية التالية :

### ما هي اليات ومبادئ حماية المستهلك في ظل الاقتصاد الرقمي ؟

ومن خلال الاشكالية التالية ، نقسم البحث الى ثلاث محاور كالتالي :

#### المحور الاول : الاطار العام للمستهلك

#### المحور الثاني : مفهوم الحماية الالكترونية للمستهلك

المحور الثالث : المبادئ التوجيهية الصادرة عن الندوة العالمية لمنظمي الاتصالات لعام 2014 بشأن أفضل الممارسات من أجل حماية المستهلك في عالم رقمي.

## المحور الاول : الاطار العام للمستهلك

### 1- مفهوم المستهلك :

يعرف سلوك المستهلك بانه : " النمط الذي يتبعه المستهلك في سلوكه او البحث او الشراء او الاستخدام او التقييم للسلع والخدمات والافكار التي يتوقع منها ان تشبع حاجاته ورغباته " .

ويعرف ايضا بانه " سلوك انساني يتأثر بمجمل العوامل والضغوط الاقتصادية ، الاجتماعية ، النفسية ، ويعبر عليه بالإمكان معرفة الفرد خروجاً من سلوكه " .

<sup>1</sup> وينظر الى سلوك المستهلك على انه عملية والتي يمثل الشراء مرحلة واحدة فقط في مراحلها المتعددة .<sup>2</sup>

ويعرف ايضا انه : " الشخص الذي يشتري لديه القدرة لشراء السلع والخدمات المعروضة للبيع لمجذب اشباع الحاجات والرغبات الشخصية او العائلية " .<sup>3</sup>

### 2- انواع المستهلكين :

هناك نوعين من المستهلكين وهما :

أ- **المستهلك النهائي** : ويسمى ايضا المستهلك الفردي بانه الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات لاستعمال الشخصي او للاستهلاك العائلي او تستهلك من طرف فرد من العائلة ، او لتقدمها كهدية لصديق<sup>4</sup> . فهو الشخص الذي يقوم بشراء السلعة او الخدمة وذلك لمجذب اشباع حاجاته ورغباته الشخصية او العائلية .<sup>5</sup>

ب- **المؤسسات** : هي الوحدات التي تقوم بإنتاج السلع والخدمات ويكون دافع الشراء هنا هو اعادة الانتاج<sup>6</sup> ، ويمكن في هذه الحالة التمييز بين ثلاثة انواع من المشترين :

- **المشتري الصناعي** : والمستهلك الصناعي قد يكون مؤسسة تجارية او صناعية او مؤسسة تشتري السلع والخدمات بغرض استعمالها في اعمالها او في انتاج سلع اخرى ويكون المستعملون الصناعي السوق الصناعية<sup>7</sup> ، ويستعمل ويقيم ويتخلص من السلع والخدمات التي يتوقع ان تشبع حاجاته بعد استعمالها<sup>8</sup> ، اي هدفه الرئيسي انتاج سلع وخدمات جديدة وبيعها بغرض تحقيق الربح ؛

- **المشتري الوسيط** : هو الذي يشتري بغرض اعادة البيع مع تحقيق الربح ؛

- **المؤسسات الحكومية** : تتمثل اساس في المؤسسات التي لا تشتري بغرض الربح وانما بغرض تحقيق المنفعة .

### 3- مفهوم حماية المستهلك :

هناك عدة تعاريف لحماية المستهلك حيث الجا تعتبر الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظمات بالدولة نحو توفير السلع او تقديم الخدمات للمستهلك باقل تكلفة مادية وجسمانية ونفسية من خلال المتغيرات البيئية السائدة بالدولة . كما تعني الاجراءات اللازمة لحماية كل شخص يسعى للحصول على سلعة او خدمة لمجذب اشباع حاجاته الشخصية او العائلية .<sup>9</sup>

### 4 - عوامل الاهتمام بحماية المستهلك :

هناك مجموعة من العوامل التي ادت الى الاهتمام بحماية المستهلكين لعل اهمها :<sup>10</sup>

- زيادة متطلبات المستهلك من المنتجين في الحصول على خدمات تتفق مع رغباته كفرد ، نتيجة ارتفاع دخل ومعيشة المستهلك ومستوى تعليمه ورفاهيته ، بينما يقدم المنتجون منتجاتهم لسوق كبير ، دون مراعاة رغبات كل فرد على حدة ، وادى ذلك الى ترك المستهلك في حالة دون الاشباع الكامل ؛
- توقع المستهلك جودة مرتفعة للمنتجات او الخدمات مع انخفاض الدخل الحقيقي والقوة الشرائية للمستهلك نتيجة ارتفاع الاسعار ، ادى ذلك الى احباط وغضب المستهلك ؛
- عدم توافر المعلومات الكافية عن خصائص الخدمات واسعارها ؛
- ظهور مشكلة المستهلك منخفض الدخل ، ومعاناته من الغش والمغالاة في الاسعار وانخفاض الجودة وذلك : لعدم ادراكه لأهمية حمايته ، وانخفاض مستوى تعليمه وخبرته وعدم وعيه بحقوقه ؛
- تغير النظرة القانونية والسياسية لموضوع الحماية ، وقبول الحكومة التدخل لحماية مصالح المستهلكين ، واتجاه السياسيين لتأييد حماية المستهلك كوسيلة لكسب المزيد من الاصوات في مجال حماية المستهلك ؛
- الاضرار النفسية التي يتعرض لها بعض المستهلكين بالجوانب القانونية للنظام التسويقي لكل من السلع والخدمات والتي يمكن اللجوء اليها وقت الضرورة لحمايتهم .

### 5- الاطراف المسؤولة عن حماية المستهلك :<sup>11</sup>

اذا بناء على ما سبق يجب حماية المستهلك ، وتقع مسؤولية حماية المستهلك على الحكومة ، الافراد ، جمعيات حماية المستهلك والمؤسسات المنتجة او الموزعة .

- **الحكومات :** منذ ان تنامت الحركات التي تتكفل بمهمة حماية المستهلك والدفاع عن مصالحه زاد دور الحكومات في الدول المختلفة في لعب ادوار هامة تصب في تجسيد هذا الهدف ، وهذا انطلاقا من مسؤوليتها عن حماية مواطنيها . ويمكن تلخيص اهم هذه الادوار في ضمان مواطنيها في الحصول على البيانات والمعلومات دون تضليل ، وضمان حقه في الاستماع الى انشغالاته وانتقاداته ، ويتم التكفل بهذه القضايا وغيرها التي تصب في حماية المستهلك من خلال تفعيل عمل الاجهزة الحكومية التالية :

✓ - **الاجهزة القانونية في الوزارات :** وهي ذات العلاقة بموضوع الحماية ، والتي تتولى الاشراف على وضع وصياغة القرارات التي تكفل حماية المستهلك، واجراءاتها الخاصة في حالة حدوث اخلال لهذه الحماية .

✓ - **الاجهزة الإشرافية والرقابية :** وهي التي يتجسد دورها في عملية الاشراف والرقابة تجاه موضوع الاخلال بحماية المستهلك، حيث يمتد مجال عملها الى رقابة الممارسات التسويقية للمنتجين والبائعين والموزعين ، بالإضافة الى الاضطلاع بدور الاشراف على اجراء بحوث التسويق والمتضمنة لحالات : السوق ، المستهلكين ، الاسعار ، الترويج والتوزيع. كما يمتد الدور الرقابي لهذه الاجهزة الى كل ما يرتبط بعملية التبادل مثل كفاية الضمانات الممنوحة للمستهلك، وجودة المنتجات المباعة ، وصلاحياتها للاستعمال ..الخ

✓ **الاجهزة القضائية :** ويتمثل دورها في مسألة الفصل في القضايا المتعلقة بحماية المستهلك، غير ان ما يلاحظ عند تقييم فعالية الاجهزة القضائية هو البطء في الفصل في مثل هذه القضايا ، بالإضافة الى عدم وجود محاكم خاصة بقضايا حماية المستهلك ، فهي حاليا تعالج ضمن المخالفات التجارية .

■ **الافراد :** يلعب الافراد سواء كانوا افراد ام جماعات دورا هاما في تفعيل الحماية من منطلق انهم اصحاب المصلحة الاولى ، ويمكن لعب هذه الادوار في الحماية من خلال التنظيمات المختلفة التي يعملون ضمنها ، مما يتيح كشف الممارسات التسويقية التي تقود الى الاخلال بحماية المستهلك .

■ **جمعيات حماية المستهلك :** اذا اردنا ان نحلل دور جمعيات حماية المستهلك في هذا المكان ، فيمكن القول ان هذه الجمعيات تلعب دورا هاما في حماية المستهلك ، وهذا من خلال القيام بمجموعة من المهام مثل ربط قضايا المستهلك بظروف المجتمع للتعرف على الطاقات ، ودفع المؤسسات الرسمية والهيئات المتخصصة الى سن قوانين تحمي المستهلك، من خلال التوعية ونشر ثقافة الاستهلاك والتركيز على القضايا التي تحظى بأكبر اهتمام لدى المجتمع وهي : الغذاء ، تلوث الهواء ، الاتصالات ، التدخين ...الخ.

■ **اجهزة الاعلام :** تؤدي اجهزة الاعلام بمختلف انواعها دورا هاما في تامين الحماية للمستهلك ، وهذا من خلال توعية الجماهير فيما يخص حقوقها ومصالحها ، اضافة الى دفاعها عن هذه الحقوق من منطلق انها تدخل ضمن القضايا الاجتماعية ، حيث نجد ان البرامج الاعلامية تهدف الى المساهمة في معالجة مثل هذه القضايا الحساسة بالنسبة للمجتمع ككل عن طريق توعية المستهلكين بما يتيح لهم ادراك حقوقهم وواجباتهم .

## 6- المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك :<sup>12</sup>

1- **توفير السلامة الإلكترونية للمستهلك :** من خلال اعتماد الحكومات والسياسات والنظم القانونية وانظمة السلامة والمعايير الوطنية والدولية بما يضمن ان تكون المنتجات الالكترونية مأمنة اينما وجدت ، وابلغ المستهلكين بالمعلومات الهامة المتعلقة بسلامة الاستعمال وان يلتزموا بسحبها والتعويض على المتضرر في حال وقوع خطر من جراء استعمال هذه الموارد ؛

**2- تعزيز وحماية المصالح الالكترونية للمستهلك :** من خلال تنفيذ السياسات الحكومية التي تمكن المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى من موارده الاقتصادية وتحقيق المعايير المقبولة للأداء ، وطرق التوزيع الملائمة والممارسات التجارية العادلة والتسويق ، اي اتخاذ السياسات التي تضمن قيام المنتجين والموزعين والبائعين بالتقيد بالمواصفات والمعايير الالزامية وتحد من الممارسات التجارية التي تلحق الضرر بالمستهلكين ، وتشجع على المنافسة النزيهة والفعالة والمعاملات العقدية المنصفة .

**3- ضمان السلامة وجودة السلع الاستهلاكية والخدمات الالكترونية:** من خلال وضع المعايير والمواصفات الالزامية والطوعية ، وتشجيع تنفيذها لضمان سلامة وجودة السلع والخدمات ، واعادة النظر دوريا بما ينسجم مع القواعد الدولية الموضوعية لسلامة الغذاء، كما انه لا بد من بذل الجهود لتوفير البنية التحتية لاختبار واعتماد سلامة وجودة واداء السلع والخدمات الاستهلاكية الاساسية ، وبذل الجهود الممكنة لرفع مستوى المعايير الموضوعية بالسرعة الممكنة لتتوافق مع المواصفات والمعايير الدولية .

### المحور الثاني : مفهوم الحماية الالكترونية للمستهلك

بعد اتساع مستخدمي الانترنت في العالم ، بدا يتبلور مفهوم الحماية الالكترونية للمستهلك ، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش او الاحتيال او شراء بضائع مغشوشة باستخدام ادوات شبكة الانترنت التي تستطيع الوصول الى كل مكان وتمارس تأثيرا يتجاوز احيانا الادوات التقليدية في الواقع ، فمبررات حماية المستهلك من منظور تقني تلخص في افتقار المستهلك الى التنوير المعلوماتي التقني ، وحاجة المستهلك الى الخدمات الالكترونية ، والتي تنبع من التطور الحديث في وسائل التسوق والاتصال ، اضيف الى ذلك مدى تأثير التطور الحديث في شبكة الانترنت على المستهلك .<sup>13</sup>

واذا كان المستهلك بصفة عامة هو اي مواطن يكتني مواد استهلاكية بمختلف انواعها من منتجات وخدمات بهدف التغذية واستخدامها في اللباس او لغرض منزلي او شخصي او للاستفادة من خدماتها في مجالات الحياة المختلفة .<sup>14</sup> ولكن وضع تعريف قانوني للمستهلك ليس بهذه السهولة ، وخاصة اذا اخذنا في الاعتبار نوع التقنية المستخدمة في المعاملات التجارية الالكترونية بين المنتج والمستهلك، وهو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الالكترونية المختلفة من شراء وبيع وقرض وانفاق وغيرها .. الخ ، من اجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لا شباع حاجاته الشخصية او العائلية دون ان يقصد من ذلك اعادة تسويقها ودون ان تتوفر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الاشياء واصلاحها .<sup>15</sup>

لقد ادى التطور في مجال المعلوماتية وسهولة الاتصال من خلال شبكة الانترنت الى تزايد الضغط على المستهلك لمحاولة جذبه في عالم التجارة الالكترونية واقناعه بالتعاقد لذا فحمايته ضرورية في ظل التطور التكنولوجي الحديث ، وذلك في مواجهة الموردين الذين يتعاقد معهم المستهلك دون ان يراهم ويبرم معهم عقودا تجارية .<sup>16</sup>

## 1- تعريف الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني :

الحماية المدنية هي تلك الحماية - غير العقابية - والتي تهدف الى مساعدة المستهلك في نطاق التجارة الالكترونية على عدم الوقوع فريسة للغش والاحتيال، وحتى يعلم حقيقة التصرفات التي يباشرها وطبيعة المتعاملين معه ، ويتم كل ذلك دون اللجوء الى الاجراءات الجزائية التي يمكن له المطالبة لها في حال وقوعه ضحية لهذا الغش او التقليد او الاحتيال .

## 2- المواقع الالكترونية لحماية المستهلك :

فقد بدا مفهوم الحماية الالكترونية في التبلور ، خاصة بعد اتساع مستخدمي الانترنت في العالم ، وهو ما يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش او الاحتيال او شراء بضائع مغشوشة باستخدام ادوات الويب التي تستطيع الوصول لكل

مكان وتمارس تأثيرا يتجاوز احيانا الادوات التقليدية ،<sup>17</sup> وقد ظهرت مواقع عديدة خاصة في الدول الغربية على الانترنت لحماية المستهلك العربي وتعريفه بحقوقه الاستهلاكية التي من ابرزها سلامة المنتج، والحق في الاختيار ، وان يستمتع اليه البائع ، وكذلك ان يعلم باي عيوب في السلعة ، بالإضافة الى الحق في التوعية ، والتعويض عن الاضرار التي يتعرض لها المستهلك .<sup>18</sup>

ولقد أصبحت هذه المواقع، التي بعضها مجاني وأخرى تقدم خدمة بمقابل، منبراً مهماً للمستهلك لإبداء رأيه وإعطاء فرصة للآخرين للمشاركة في خبراتهم عن المنشآت التجارية التي يتسوقون منها، وإعطاء النصيحة للمستهلك فيما يخص مع من يتعامل؟ وكيف تنتقي مقدم السلعة قبل السلعة نفسها؟ وما مدى رضا الزبائن السابقين؟ وكذلك تقييمات مستهلكي بعض الأسواق وإمكانية الاطلاع على أرشيف يضم الشكاوى السابقة والمرسلة من قبل المستهلكين.

وتقوم مواقع حماية المستهلك بتقديم هذه الخدمات من خلال منتديات لتبادل الخبرات أون لاین، والقيام بعرض 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 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 غش.<sup>19</sup>

## 3- مبادئ حماية المستهلك.<sup>20</sup>

استناداً لما تقدم تم الطلب الى الحكومات اتباع سياسات حماية المستهلك وان تحدد أولوياتها وفقاً للظروف الاجتماعية والاقتصادية التي تحقق احتياجات السكان ومصالحهم دون ان تقف هذه الاجراءات حواجز امام التجارة الدولية وفقاً للمبادئ التوجيهية التالية:

- **توفير السلامة المادية للمستهلك:** من خلال اعتماد الحكومات والسياسات والنظم القانونية وانظمة السلامة والمعايير الوطنية والدولية بما يضمن ان تكون المنتجات المصنعة مأمونة اينما وجدت (اثناء التداول التخزين) وابلاغ المستهلكين المعلومات الهامة المتعلقة بسلامة الاستعمال وان يلتزموا بسحبها والتعويض على المتضرر بالتعويض المناسب في حال وقوع خطر من جراء استعمال هذه المواد؛
- **تعزيز وحماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:** من خلال تنفيذ السياسات الحكومية التي تمكن المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى من موارده الاقتصادية وتحقيق المعايير المقبولة للأداء وطرق التوزيع الملائمة والممارسات التجارية العادلة والتسويق، أي اتخاذ السياسات التي تضمن قيام المنتجين والموزعين والبائعين بالتقيد بالمواصفات والمعايير الالزامية وتحد من الممارسات التجارية التي تلحق الضرر بالمستهلكين وتشجع على المنافسة النزيهة والفعالة والمعاملات العقدية المنصفة ؛
- **ضمان السلامة وجودة السلع الاستهلاكية والخدمات:** وسيتم ذلك بوضع المعايير والمواصفات الالزامية والطوعية وتشجيع تنفيذها لضمان سلامة وجودة السلع والخدمات واعادة النظر بما دوريا بما ينسجم مع القواعد الدولية الموضوعة لسلامة الغذاء (دستور الغذاء العالمي) كما انه لا بد من بذل الجهود لتوفير البنية التحتية لاختبار واعتماد سلامة وجودة واداء السلع والخدمات الاستهلاكية الاساسية وبذل الجهود الممكنة لرفع مستوى المعايير الموضوعة بالسرعة الممكنة لتتوافق مع المواصفات والمعايير الدولية؛
- **تحقيق تسهيل التوزيع للسلع الاستهلاكية والخدمات الاساسية:** يجب ان تقوم الحكومة باعتماد السياسات التي تضمن كفاءة توزيع السلع والخدمات للمستهلكين ويمكن النظر باستخدام اجراءات محددة لضمان عدالة توزيع السلع والخدمات الاساسية عندما يكون التوزيع مهددا بالخطر مثلا في الارياف، ويمكن ان تشمل هذه السياسات المساعدة في انشاء المرافق المناسبة للتخزين والبيع بالتجزئة وتحسين مراقبة الشروط التي تقدم بموجبها السلع والخدمات وخاصة في المناطق الرئيسية وتشجيع الانشطة التجارية والتعاونية المتعلقة بذلك؛
- **تشجيع التدابير التي تمكن المستهلكين من الحصول على تعويض:** إن ضمان التدابير القانونية والتنظيمية التي تمكن المستهلك من الحصول على التعويض عند الاقتضاء بحيث تكون منصفة وسريعة التنفيذ وتلبي حاجات المستهلكين من ذوي الدخل المحدود تعتبر من المهام الرئيسية للدولة التي يجب ان تشجعها لحل المنازعات بطريقة عادلة بصرف النظر سواء اكانت الاجراءات رسمية او طوعية، وهذه يتطلب التعاون مع المستهلك لتعريفه بالإجراءات المتبعة لحل الخلافات التجارية وواجباته في هذه الحالة؛
- **وضع برامج التثقيف والاعلام:** ان تشجيع وضع برامج اعلامية هادفة لتوعية واعلام المستهلكين تمكن المستهلك اختيار السلع بشكل واع لحقوقه ومسؤولياته بما يؤمن توفير حاجات الفئات الحساسة من المستهلكين (الاطفال المسنين المهجرين المحرومين الفقراء الامين. الخ) ويمكن ادخال مثل هذه البرامج في المناهج التعليمية بحيث تشمل مواضيع الصحة والتغذية والوقاية من الامراض التي تنقلها الاغذية ووسائل غشها ومخاطرها ومنعكساتها على البيئة ومتطلبات بطاقة البيان



والمقاييس القانونية المعتمدة، كما ان اطلاع قطاع الاعمال التجارية والصناعية على البرامج الملائمة لهم ومشاركتهم بها تعتبر من المتطلبات التي يجب التشجيع لها؛

- تدابير خاصة متعلقة بالمواضيع التي تعطى الاولوية للمستهلك: يجب على الدولة اعطاء الصحة والغذاء وتوفير الماء والدواء الاولوية، كما ان تقييم مبادئ الجودة وشهادة المطابقة في الصناعة وتطبيق المواصفات ووضع المعلومات في بطاقة البيان لا تقل اهمية عن السياسات والخطط المتعلقة بتحديد احتياجات السكان من الغذاء المتوازن والماء الصالح للشرب لجميع فئات المستهلكين، وكذلك توفير الادوية وترخيص انتاجها وتوزيعها وتسجيلها بما ينسجم مع الضوابط العالمية.

#### 4- اهداف حماية المستهلك الالكتروني :

يمكن حصر مجموعة من الاهداف تبنتها حركة حماية المستهلك ، وتناضل من اجل الدفاع عنها ، وهي مرتبطة بما يتعرض له المستهلك من خداع وغش في الاسواق ، من اهم هذه الاهداف نجد ما يلي :<sup>21</sup>

- التكفل بحماية المستهلكين من اساليب الغش والخداع الممارس عليهم من طرف المنتجين او الوسطاء اثناء اتمام عمليات التبادل في اطار العمليات البيعية ؛
- الالتزام بضمان حقوق المختلفة للمستهلكين ، وحمايتهم من مختلف اشكال وصور التلاعب الممكن حدوثه في السلع والخدمات التي يحتاجونها ويرغبون فيها ؛
- تامين وتقديم المساعدة الممكنة لفئات الدخل المحدود ، وتمكينهم من الحصول على السلع والخدمات التي يحتاجونها ؛
- تفعيل التنسيق والتعاون مع منظمات الاعمال من اجل تمكينها من المعلومات التي تخص المستهلكين ، والتي قد لا تتاح لتلك المنظمات، نظرا لضعف قدراتها في الاتصال .

#### 5- اهمية حماية المستهلك الالكتروني :

تكمن اهمية توفير الحماية للمستهلك لأنه الطرف الضعيف في التعاقد بينما المهنيون في مركز القوة في مواجهة المستهلكين ، وايضا لأنه في المعاملات الالكترونية يكون التعاقد عن بعد ولا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك .

ونظرا للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ولوقاية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات ، ولوقيته من شر الوقوع ضحية لنزعة الاستهلاكية ، لذلك وجب على القانون ان يتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الالكترونية لاستخراج الاليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يرفع ضرر والخطر عن المستهلك ، وليس ذلك على المستوى الوطني فقط بل ان المعاملات الالكترونية ، ولأنها في الغالب تكون معاملات دولية تتم عن طريق شبكة المعلومات الدولية الانترنت ، لا تعرف الحدود ومن ثم فهي تمتد لتشمل كافة ارجاء المعمورة مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي لمجذف التنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين ، واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك ، ومن هنا تظهر اهمية التعريف بالمستهلك والعملية الاستهلاكية قبل ان نبين ماهي الضمانات الواجب توفيرها له .<sup>22</sup>

## 6- مسائل ضرورية لحماية حقوق المستهلك الإلكتروني: <sup>23</sup>

### - حق المستهلك في الاعلام :

يقصد بها اعطاء المستهلك جميع المعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد من عدمه ، ويعني ذلك حق المستهلك في الاعلام المتعلق بالمنتجات المعروضة وثنها ، ويدرج ذلك ضمن عقود التجارة الالكترونية ، ومنها الاعلام بقوانين المعلوماتية والحريات .

### - حق المستهلك في العدول عن ابرام العقد :

لا جدوى من احاطة المستهلك علما بالبيانات عن السلع والخدمات دون اعطائه وقتا للتفكير قبل اقدام على ابرام العقد. حيث يعتبر التفكير هو المكمل للإعلام ، والقانون لا يجبر المستهلك على التفكير ، ولكن يلزم المتعاقد معه او المهني حسب التعبير الفرنسي الذي يترك فرصة للمستهلك ان يفكر قبل اقدام على التعاقد.

### - حق المستهلك في مكافحة الشروط التعسفية وحماية البيانات الشخصية:

يعتبر المستهلك في عقد التجارة الالكترونية عبر الانترنت هو الطرف الضعيف دائما ، لذلك فان اعتبارات العدالة تقتضي اعتبار هذه العقود بمثابة عقود اذعان حتى يكون للمستهلك الحق في ابطالها او رد الشروط التعسفية فيها . العلة في ذلك ترجع الى ان هذه العقود يصعب التفاوض في شأنها ، وبالتالي فان اي شرط تعسفي يستطيع المستهلك المطالبة بإبطاله لأنه يمثل اعتداء على مصلحته .

### - مكافحة الشروط التعسفية في عقد الانترنت :

تتطلب قوانين التجارة الالكترونية ضرورة اعتبار وثائق الدعاية والاعلان التي تتم عبر شبكة الانترنت من الوثائق المكملة للعقود التي يتم ابرامها لشراء المنتجات . اما بالنسبة للتعاقد بالطريق التقليدي ، فيتم تبادل الوثائق و المستندات ما بين طرفي العقد والتي تتضمن عروضاً بالسلع والخدمات . ومواصفاتها ومزاياها وهي مرجع عند الخلاف حول تنفيذ العقد في حين انه فيما يتعلق بالتعاقد الإلكتروني تكون الدعاية على شبكة الانترنت عن السلع والخدمات حول تنفيذ العقد في حين انه فيما يتعلق بالتعاقد الإلكتروني تكون الدعاية على شبكة الانترنت عن السلع والخدمات عبر وسائط الالكترونية على شبكة الانترنت او عن طريق اقراص او شرائط ، وانه بإعدام هذه الوسائط يكون كلا الطرفين قد افتقدا مرجعا هاما لحل خلافهما في شان تنفيذ بنود العقد . لذلك تنص قوانين التجارة الالكترونية على ضرورة الاحتفاظ على الوسائط الإلكترونية التي تمت الدعاية او الاعلان بمقتضاها بوصفها وثائق مكملة للعقود المتعلقة بالمنتجات التي يرغب المستهلك في شرائها. <sup>24</sup>

## - حماية التوقيع الالكتروني للمستهلك :

يعتبر التوقيع الالكتروني من التطبيقات التي ظهرت وتوسع في استخدامها توازيا مع التوسع في استخدام الحاسوب ، وتقدم تطبيقاته وتقنياته على نحو جعل الحياة اليومية للأفراد والدول تعتمد عليه بصفة شبة كاملة ، وهو ما ادى للبحث عن حماية المستهلك الذي يستخدم التقنيات ، الالكترونية في التعاقد .

والعلة في الحاجة الى حماية التوقيع الالكتروني سببها اعتبارات الامن والخصوصية على شبكة الانترنت ، حيث ان هذا الموضوع يثير قلق الكثير من المستهلكين والمزودين ، الامر الذي يسبب نوعا من انعدام الثقة لهذه الشبكة، ولذلك تم اللجوء الى تكنولوجيا التوقيع الالكتروني حتى يتم رفع مستوى الامن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين عبر شبكة الانترنت ، حيث انه وبفضل هذه التكنولوجيا يمكن الحفاظ على سرية المعلومات ، وتحديد هوية المرسل والمستقبل في التعاقد الالكتروني .

فالثقة في التوقيع الالكتروني تكون من خلال التأكد من صحته بشهادة تصديق معتمدة ، فالتصديق على صحة التوقيع الإلكتروني يقع على ظرف ثالث محايد في التعاقد الإلكتروني يسمى مزود خدمات التوثيق ، وقد يتمثل في افراد او شركات او جهات مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الالكترونية ، ويسمى هذا الطرف الثالث ايضا سلطات او جهات التوثيق ، ويمكن تلخيص المهام التي يقوم بها مزود خدمات التصديق فيما يلي : تحديد هوية المتعاملين في التعاملات الالكترونية وتحديد اهليتهم القانونية للتعامل والتعاقد ، والتحقق من مضمون هذا التعامل وسلامته ، وكذلك جديته وبعده عن الغش والاحتيال ، وتعقب المواقع التجارية على شبكة الانترنت للتحري عنها وعن جديتها ومصداقيتها ، واذا تبين لمزود خدمات التصديق عدم امن احد المواقع، فانه يقوم بتوجيه رسالة تحذيرية الى المستهلكين المتعاملين معه يوضح فيها عدم مصداقية هذه المواقع .

## - مبررات الحماية المدنية المستهلك الإلكتروني :

تتلخص في افتقار المستهلك الى التنوير المعلوماتي التقني ، وحاجة المستهلك الى الخدمات الإلكترونية ، في وسائل التسوق والاتصال ، اصف الى ذلك مدى تأثير التطور الحديث في شبكة الانترنت على المستهلك كما يلي :

## - التطور الحديث في شبكة الانترنت :

عندما اصبحت اجهزة الحاسوب اكثر قوة في اواخر الثمانينات زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة ، وبالرغم من ان هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الالكتروني الذي يستطيع المستخدمون استخدامه في ارسال رسائل كل منهم للأخر الا ان هذه الشركات عملت على ان يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركتها ، ففي اوائل التسعينات ظهر ما يسمى بشبكة الانترنت ، وظهرت العديد من التقنيات ، والادوات والوسائل التي اسهمت في تطوير هذه الشبكة .<sup>25</sup>

ولذلك فان شبكة الانترنت تعد من احدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، وتتألف من الالاف من اجهزة الحاسوب المتصلة معا بشبكة الانترنت ، فمن خلالها يمكن الوصول الى العديد من السلع

والخدمات بطريقة سهلة . ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي كل لحظة بالجديد ، مما ينبغي ان يقود الى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على افضل اداء للممارسات التجارية الالكترونية .<sup>26</sup>

#### - حاجة المستهلك الى الخدمات الالكترونية :

يؤدي افتقار المستهلك الى الخدمات الالكترونية جعله عاجزا عن التفاعل مع المواقع التجارية عبر شبكة الانترنت ، والمقصود عدم اكتراث المستهلك بالمواقع التجارية عبر شبكة الانترنت بسبب فلة الحاجة لهذه المواقع . ولكن مع التطور الحاصل اصبح لهذه المواقع اهمية كبيرة ، بحيث اخذت تحتوي على العديد من الاشكال الانواع منها : الخدمات العقارية والسياحية والمصرفية والتأمين وبيع تذاكر الطائرات والفنادق وغيرها من الخدمات المهمة .

فحاجة المستهلك الضرورية الى الخدمات الالكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الالكترونية التجارية ، وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الافضل للمستهلك ، بالإضافة الى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع ، وفي هذا السياق فانه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية . فأهمية الخدمات الالكترونية الموجودة على شبكة الانترنت تزيد من اقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين ، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل واضح .

#### - افتقار المستهلك الى التوفير المعلوماتي التقني :

تعتبر شبكة الانترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة امام الملايين من الناس ، فهذه الشبكة تمثل صالة عرض لكافة المنتجات والخدمات ، فالبريد الالكتروني ومواقع الانترنت والتفاعل المباشر تلخص جميعها في هدف واحد الا وهو عرض انواعا متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك ، والتعاقد معه من خلالها .<sup>27</sup> فقدرته المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت تسهل عليه الوصول الى المنتجات والخدمات التي يريدونها ، وهنا يجب ان نفرق بين ما يسمى اعلام المستهلك والذي هو من حقوق المستهلك ، وبين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الانترنت ، والتي تمثل حد ادنى من اجل وصول المستهلك الى معلومات عن الخدمات والمنتجات، فالحد الادنى يعبر عن قدرة المستهلك عن التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت .

افتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الانترنت ، بالإضافة الى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة ، ويتمثل ذلك من خلال ما يواجهه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل امامه في الشاشة الصغيرة ، بالإضافة لما سبق فان عدم معرفته بشبكة الانترنت قد تواجهه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة ، ويتمثل ذلك من خلال ما يواجهه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل امامه في الشاشة الصغيرة ، بالإضافة لما سبق فان عدم معرفته بشبكة الانترنت قد يؤدي الى وقوع المستهلك بخداع قراصنة الانترنت من خلال المواقع الوهمية او التعاقد الوهمي .

لذا فان حاجة المستهلك الى الحماية في التعاقد الالكتروني تنبع ايضا من كون المستهلك الطرف الاقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الالكترونية ، والاقل قوة في المعادلة الاقتصادية .<sup>28</sup>

## 7- أهمية مواقع حماية المستهلك الالكترونية :

يحتاج المستهلك الى الحماية سواء على المستوى الوطني او الدولي ، وتنبع أهمية توفير حماية المستهلك من انه يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية ، فالرغبة في الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتجين ، ومقدمي الخدمات لاتباع اساليب غير مشروعة للإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة ، وبعد اتساع مستخدمي الانترنت في العالم ، بدا يتبلور مفهوم الحماية الالكترونية للمستهلك، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش والخداع المختلفة ، وبعد اتساع مستخدمي الانترنت في العالم ، بدا يتبلور مفهوم الحماية الالكترونية للمستهلك، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش او الاحتيال او شراء بضائع مغشوشة باستخدام ادوات شبكة الانترنت التي تستطيع الوصول الى كل مكان ، وتمارس تأثيرا يتجاوز احيانا الادوات التقليدية في الواقع .

ومن ناحية اخرى فقد بدا مفهوم الحماية الالكترونية في التبلور، خاصة بعد اتساع مستخدمي الانترنت في العالم ، وهو ما يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش او الاحتيال او شراء بضائع مغشوشة باستخدام ادوات الويب التي تستطيع الوصول لكل مكان وتمارس تأثيرا يتجاوز احيانا الادوات التقليدية .

وقد ظهرت مواقع عديدة خاصة في الدول الغربية ترفع صوت المستهلك في مواجهة الغش التجاري بجميع اشكاله ، كما بدا تدشين بعض المواقع العربية على الانترنت لحماية المستهلك العربي ، وتعريفه بحقوقه الاستهلاكية التي من ابرزها سلامة المنتج، والحق في الاختيار ، وان يستمتع اليه البائع ، وكذلك ان يعلم باي عيوب في السلعة، بالإضافة الى الحق في التوعية ، والتعويض عن الاضرار التي يتعرض لها المستهلك .

ولقد اصبحت هذه المواقع ، التي بعضها مجاني واخرى تقدم خدمة بمقابل ، منبرا مهما للمستهلك لإبداء رايه واعطاء فرصة للأخرين للمشاركة في خبراتهم عن المنشآت التجارية التي يتسوقون منها ، واعطاء النصيحة للمستهلك فيما يخص مع من يتعامل ؟ وكيف تنتقي مقدم السلعة قبل السلعة نفسها ؟ وما مدى رضا الزبائن السابقين ؟ وكذلك تقييمات مستهلكي بعض الاسواق وامكانية الاطلاع على ارشيف يضم الشكاوي السابقة والمرسلة من قبل المستهلكين .

وتقوم مواقع حماية المستهلك بتقديم هذه الخدمات من خلال منتديات لتبادل الخبرات اونلاين ، والقيام بعرض قصص واقعية لتجارب المشترين مع السلع الرديئة ، وتحديث مستمر لنشرات اخبارية تتضمن حوادث الغش التجاري وتفاصيل القضايا الحديثة مدعمة بآراء الخبراء والمتخصصين .

وتوفر هذه المواقع ايضا خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الالكتروني من خلال ما يسمى مركز الشكاوى، كما تفرد بعض الصفحات التي تحتوي على المعلومات التي تساعد المستهلك على تجنب الوقوع في حالة احتيال او غش .<sup>29</sup>

### المحور الثالث : المبادئ التوجيهية الصادرة عن الندوة العالمية لمنظمي الاتصالات لعام 2014 بشأن أفضل الممارسات من أجل حماية المستهلك في عالم رقمي

أتاح الاقتصاد الرقمي بوضوح فرصاً جديدة مثيرة ولكنه طرح أيضاً تحديات أمام المستهلكين ستتطلب مزيداً من الاهتمام من منظور تنظيمي. إذ يواجه المستهلكون قضايا جديدة ناجمة عن توافر تكنولوجيات المعلومات والاتصالات على نطاق أوسع من حيث خيارات أوسع للأجهزة والخدمات والتطبيقات المتاحة على الخط. ويلزم تحديد تدابير استباقية، سواء تدابير السياسة العامة والتدابير التنظيمية، إضافة إلى حلول التنظيم المشترك والتنظيم الذاتي والمبادرات الموجهة نحو تثقيف المستهلكين وتمكينهم، فهذا أمر ضروري لحماية حقوق جميع المستعملين في عالم رقمي مفتوح وشفاف وشامل.

نحن، المنظمين المشاركين في الندوة العالمية لمنظمي الاتصالات لعام 2014، نعتز بأن حقوق جميع أصحاب المصلحة يجب أن تكون متوازنة لضمان استفادة المستهلكين ومؤسسات الأعمال على السواء من الفرص الرقمية. ولذلك، قمنا بتحديد وإقرار هذه المبادئ التوجيهية بشأن أفضل الممارسات لحماية مصالح المستهلك مع ضمان إتاحة فرص متكافئة للأطراف الفاعلة التقليدية والجديدة في السوق من خلال تعزيز نهج تنظيمي غير متشدد.

- **رسم اتجاه استراتيجي:** نحن نرى أن الحكومات يجب أن تستمر في أداء دور رئيسي في تيسير حماية المواطنين على جميع المستويات من خلال تطوير مجموعة واسعة من التشريعات والسياسات الحكومية ذات الصلة، مثل وضع سياسات وطنية بشأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والنفوذ الشامل، وتشريعات ملائمة لحماية المستهلك، وتشريعات بشأن الأمن السيبراني والجريمة السيبرانية، بما في ذلك تشريعات لحماية الأطفال على الخط؛ ولوائح بشأن جودة الخدمة وحدود التعرض للمجالات الكهرومغناطيسية، فضلاً عن مبادرات تكميلية مثل وضع مبادئ توجيهية بشأن الأفعال المحظورة وأفضل الممارسات للتصدي لقضايا متنوعة كالقرصنة وإرسال البيانات الشخصية (بين مقدمي الخدمة و/أو مقدمي المحتوى) والاحتيال على الخط. وعلاوة على ذلك، يمكن إعطاء الأولوية لمجموعة من تدابير السياسة العامة لوضع آليات تنظيمية للتكيف الذاتي من أجل إقامة فضاء سيبراني آمن وموثوق به. ويمكن وضع مبادرات عابرة للحدود من أجل زيادة تعزيز التعاون الدولي وتنفيذ السياسات العامة. ونعتبر أن اللوائح ينبغي أن تعيد تعريف حقوق المستهلك ومصالحه المشروعة التي تشمل على سبيل المثال لا الحصر: النفاذ إلى المعلومات والخدمات المتاحة علناً عبر الإنترنت وجودة الخدمة والخصوصية والسرية وحماية البيانات الشخصية وإمكانية الخروج من البرامج والخدمات؛ والحق في تقديم شكوى؛ وإمكانية نقل الأرقام؛ وحقوق الملكية الفكرية. ويتعين على المنظمين وواضعي السياسات أن يسعوا جاهدين إلى حماية تلك الحقوق عالمياً وعلى قدم المساواة ضمن نطاق القوانين واللوائح. ونذكر أنه لدى إنفاذ التشريعات ذات الصلة وإعادة النظر فيها، يجب على المنظمين وواضعي السياسات أن يضعوا آليات فعالة للتعاون (مذكرات التعاون مثلاً) مع السلطات المعنية بحماية المستهلك وموردي الخدمات والهيئات الأخرى ذات الصلة على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية. وعند القيام بذلك، من الضروري تحديد الأدوار والمسؤوليات بين الأطراف بوضوح فضلاً عن تقاسم المعلومات والموارد حسب الاقتضاء. ونذكر كذلك أن التعاون متعدد الجنسيات وتنسيق اللوائح والمبادرات مطلوبان للتعامل بفعالية مع

الظواهر العابرة للحدود مثل القضايا المتعلقة بالمحتوى والخدمات التي تقدمها أطراف فاعلة بحرية عبر الإنترنت (OTT) بما في ذلك خصوصية المستهلك والاحتيال على الخط والجرائم السيبرانية المتصلة بأنشطة التجارة الإلكترونية والوسائط الاجتماعية. وبالمثل، يمكن تمكين كيانات إقليمية متخصصة للتعامل مع القضايا عبر الوطنية بطريقة منسقة ومركزة.

- **تعزيز القدرة التنافسية للسوق:** نقر بأن الأطر القانونية والتنظيمية يلزم أن تبقى مفتوحة وتطلعية ومحيدة ومرنة للسماح بالاستفادة من التكنولوجيات الجديدة والخدمات المبتكرة والممارسات التجارية الجديدة من قبيل الحوسبة السحابية والوسائط الاجتماعية والنطاق العريض المتنقل والبيانات الضخمة وإنترنت الأشياء، لكي يستفيد المستعملون من مجموعة متنوعة من الخدمات المقدمة على جميع مستويات سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وفيما يتعلق بتخزين المعلومات وإرسالها، ينبغي أن تُعامل الأطراف الفاعلة في سوق الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاضعة للتنظيم ومقدمو الخدمات بحرية عبر الإنترنت غير الخاضعين للتنظيم على قدم المساواة عندما يتعلق الأمر بإنفاذ الصكوك القانونية لحماية المستهلك.

- **الشراكة مع دوائر الصناعة:** نعترف بأن على الأطراف الفاعلة في دوائر الصناعة أن تؤدي دوراً حيوياً في ضمان الشفافية والمساءلة في ممارساتها التجارية بل وأيضاً في التنبؤ، التلقائي للتدابير الرامية إلى حماية حقوق المستهلكين مثل حماية البيانات الشخصية ومكافحة الدعاية الجماهيرية المضللة وغير النزيدة والرسائل الاقتحامية واستمرارية البيانات وحماية الأطفال على الخط. ونوصي بأن يشجع المنظمون وضع مدونات الممارسات من أجل مقدمي الخدمات بما في ذلك الخدمات المقدمة بحرية عبر الإنترنت لضمان امتثال المحتوى والترويج وتشغيل الخدمات لجميع شروط حماية المستهلك الضرورية.

- **توفير إطار سليم للخدمات التعاقدية:** نعتبر أن من أفضل الممارسات الحظر القانوني لاستخدام أحكام وشروط عامة تضر بمصالح العميل. وعلاوةً على ذلك، ينبغي حظر الاختلافات غير المبررة وغير المتناسبة بين الحقوق والواجبات الناشئة بموجب العقد المتعلق بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغض النظر عن إبرامه على الخط أو خلاف ذلك. ونعترف كذلك بالحاجة إلى وضع قواعد شفافة بشأن الأحكام والشروط المتعلقة بإبرام العقود على الخط وشكل هذه العقود فضلاً عن الإجراءات المتصلة بها (مثل تعرف هوية المستعمل، وتأكيد الطلب والغائه وإنهائه).

- **قنوات متعددة للإصلاح:** نرى أن دور المنظمين في الوساطة ورفع شكاوى المستهلك من أجل الإنصاف أمر ضروري، ويلزم الحفاظ على علاقة سليمة مع مقدمي الخدمات لتحقيق هذه الغاية. ويمكن أن تكون إجراءات معالجة الشكاوى ناجحة ولا سيما الإجراءات التي تشجع المستهلكين على التماس الإنصاف أولاً مع مقدمي الخدمات، كما أنها تعزز توعية مقدمي الخدمات باحتياجات المستهلك وحقوقه ومسؤولياته. ونؤمن بأن المستهلكين لا يتمتعون فقط بالحق في تقديم شكوى بل والأهم من ذلك، هم يتمتعون بالحق في التماس وسيلة انتصاف كلما انتهكت حقوقهم.

وفي حالة حدوث نزاع، يمكن استعمال آليات بديلة (مثل التوفيق والتحكيم والتسوية الودية) باتباع إجراءات واضحة وشفافة لفض المنازعات إضافة إلى التقاضي الرسمي والمسعى الحميدة، بحيث يمكن للمستهلك أن يدافع عن حقوقه بسرعة وبدون تكلفة أو بتكلفة

منخفضة للغاية. وقد تكون مراكز الوساطة المتخصصة في مجال الاتصالات/تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فعالة بشكل خاص في هذا الصدد.

– **جودة الخدمة وتجربة المستهلك:** يمكن اتخاذ سلسلة من التدابير لضمان نفاذ المستهلكين، بمن فيهم الأشخاص ذوو الإعاقة، على أساس سهل وموثوق إلى خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومحتوى الويب كذلك، منها وضع معايير ومواصفات الحد الأدنى من جودة الخدمة للتكنولوجيات والخدمات الجديدة واستعراضها بانتظام؛ ومراقبة مقدمي خدمات الشبكة؛ وتقييم جودة خدمات الاتصالات/تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بانتظام ونشر النتائج المتصلة بها.

– **حماية خصوصية وبيانات المستهلك:** نرى أن إنشاء نظام قانوني متكامل لحماية البيانات والمعلومات الشخصية على نحو فعال أمر بالغ الأهمية لازدهار العالم الرقمي. ونوصي بأن يشارك مقدمو الخدمات المتاحة بحرية عبر الإنترنت وخصوصاً خدمات الوسائط الاجتماعية، في إجراءات أكثر شفافية لمعالجة البيانات والحصول على موافقة عملائهم من خلال نظام للقبول قبل تداول البيانات الخاصة بهم، وتزويد المستعملين بإمكانية أن يختاروا بوضوح صفة الاتصالات الخاصة بهم أي أن تكون خصوصية أو علنية. وينبغي أن يكون المستعملون قادرين على اتخاذ قرارات مستنيرة حول درجة نفاذ الآخرين إلى بياناتهم واحتمال استخدام أطراف ثالثة لها.

يعرض عالم الإنترنت الأطفال والشباب إلى مخاطر محددة، لا سيما من حيث تعرضهم للمحتوى المخصص للراشدين فقط والاعتداء الجنسي. وإننا نعترف بأهمية استكمال الأدوات القانونية بمجموعة من التدابير التي تشمل توعية الجمهور وتنبهات المحتوى ومبادرات التنظيم الذاتي المتعلقة بالصناعة مع بذل مزيد من الجهود في تثقيف المستهلك فيما يتعلق بفئات مستهدفة مثل الأطفال والشباب والآباء والأمهات والمعلمين.

ونرى أن إنشاء فريق للاستجابة لطوارئ الحاسوب (CERT) يمكن أن يولد فوائد متعددة للمستهلكين من حيث توفير خدمة للإنذار المبكر مثلاً بشأن التهديدات والهجمات السيبرانية الممكنة لعامة الجمهور وللوكالات الحكومية.

– **تمكين المستهلكين:** ينبغي أن يكون منظم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات استباقياً في الترويج لدى أصحاب المصلحة وإعلامهم وإذكاء الوعي لديهم بشأن الفوائد والتحديات التي يطرحها عالم النطاق العريض الموصل. وعند القيام بذلك، من المهم إدراك الحاجة إلى حماية وتثقيف المستهلكين الذين لديهم احتياجات مختلفة من حيث النفاذ والذين قد يكونون عرضة بشكل خاص للممارسات التجارية المخادعة أو لديهم صعوبات في فهم شروط الخدمة وأحكامها فهماً كاملاً (مثل الأميين وذوي الإعاقة والأطفال والشباب). وإضافةً إلى ذلك، فإن اتباع نهج تصاعدي يستهدف المواطنين من خلال إشراك المدارس والمراكز المجتمعية والمنظمات غير الحكومية، لا سيما عن طريق وسائل الإعلام الاجتماعية، يمكن أن يسهم إسهاماً كبيراً في توعية المستهلك.

– **حق المستهلك في الحصول على المعلومات:** يتعين على المنظمين ضمان أن يتيح جميع مقدمي الخدمات معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب حول خدماتهم ومنتجاتهم وذلك بطريقة واضحة وشفافة وقابلة للمقارنة تسمح باتخاذ قرارات رشيدة. ولذلك، ينبغي أن يكون المستهلك قادراً على فهم طبيعة الخدمات بما في ذلك كيفية حساب الأسعار وجودة



الخدمة المقدمة، بالإضافة إلى فهم حقوقه ومسؤولياته. وينبغي تحديث جميع اللوائح المتصلة بحقوق المستهلك في المعلومات بانتظام واستمرار بما يسمح لها أن تكون عملية وقابلة للتنفيذ.

– **إعادة تعريف دور المنظمين:** لا يغيب عن بالنا أن جهة تنظيم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُنظر إليها بشكل متزايد بوصفها شريكاً للأطراف الفاعلة في السوق ومدافعاً عن حقوق المستهلكين. وتتخذ قراراتها استناداً إلى الأدلة والخبرة التقنية لتعزيز النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها والقدرة التنافسية للأسواق والتنمية الاجتماعية والاقتصادية الشاملة.

ولذلك، من الضروري إعادة النظر في ولاية جهات تنظيم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بهدف تعزيز قدرتها استراتيجياً على إنفاذ القوانين من أجل التصدي لتحديات البيئة الرقمية الحيوية.<sup>30</sup>

في النهاية ارتأينا الى تقديم بعض التوصيات التالية :

- وضع معايير لاختيار رؤساء جمعيات حماية المستهلك الذين يتميزون بالخبرات والكفاءات العالية؛
- وضع ضوابط حاکمة في السعر وضرة ان تكون هناك اعلانات دورية من الموردين بالذات للخدمات ، تتضمن اسعار هذه الخدمات وحالتها ؛
- الزام المورد بتسليم فاتورة الكترونية للمستهلك الالكتروني على الا يتحمل المستهلك اي اعباء مالية ؛
- حق المستهلك الالكتروني في تجريب المنتجات المقدمة اليه في اطار التبادل .
- ضرورة وضع قانون خاص وواضح بحماية المستهلك الالكتروني ، او قانون خاص بالتعاملات الإلكترونية ؛
- يجب على الشركات معرفة كيفية ادارة معلوماتها الداخلية والخارجية والحفاظ عليها ، والتعرف بشكل افضل على المخاطر المرافقة لخصوصية المعلومات الواردة عبر شبكة الانترنت ؛
- تطوير سياسات تعزيز ثقة المستهلك بها وعدم الاكتفاء بالمعايير العادية .

<sup>1</sup> نزار عبد المجيد البرواري واحمد محمد فهمي البرزنجي ، استراتيجيات التسويق – المفاهيم، الاسس والوظائف ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ، الاردن ، 2004 ، ص111.

<sup>2</sup> محمد ابراهيم ، ادارة التسويق ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، مصر ، 2000 ، ص194.

<sup>3</sup> بن عيسى عنابي ، سلوك المستهلك – عوامل تأثير البيئة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ج 1 ، 2003 ، ص16.

<sup>4</sup> بن عيسى عنابي ، مرجع سبق ذكره ، ص 15.

<sup>5</sup> نعيم العبد عاشور ورشيد نمر عودة ، مبادئ التسويق ، دار البازوري ، عمان ، الاردن ، 2006 ، ص35.

<sup>6</sup> حسن عبد العزيز امين ، استراتيجيات التسويق في القرن الواحد والعشرين ، دار قباء ، القاهرة ، مصر ، 2001 ، ص16.

<sup>7</sup> صلاح الدين الشنواني ، الادارة التسويقية – المفهوم والاستراتيجية ، مؤسسة شباب الجامعة ، الكويت ، 1996 ، ص172.

<sup>8</sup> عيادة نخلة رزق الله ، سلوك المستهلك والاستراتيجيات التسويقية – منهج بيئي اجتماعي ، مكتب عين شمس ، القاهرة ، مصر ، 1998 ، ص31.

<sup>9</sup> حسن عبد الباسط جمعي ، حماية المستهلك – الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية ، القاهرة، مصر ، 1996 ، ص41.

<sup>10</sup> احمد ابراهيم عبد الهادي ، امينة مصيلحي سجيل ، حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية ( دراسة ميدانية) بالتطبيق على محافظة المنوفية ، جمعية رعاية حماية المستهلك ، بحث مقدم للمؤتمر العام الاول لحماية المستهلك، القاهرة ، مصر ، 21 و 22 اكتوبر ، 1995 ، ص30

- <sup>11</sup> فورين حاج قويدر ، حماية المستهلك في ظل المعاملات الالكترونية ، ملتقى وطني حول اثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك ، ديسمبر 2012 ، شلف ، ص 4 - 6
- <sup>12</sup> مرجع نفسه ، ص 6.
- <sup>13</sup> ذيب عبد الله محمود ، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني - دراسة مقارنة ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير تخصص قانون خاص ، جامعة النجاح ، فلسطين ، 2009 ، ص 29.
- <sup>14</sup> خالد ممدوح ، حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية
- <http://www.dr-mohamedlutfi.com/vb/showthread.php?t=462&page=1>
- <sup>15</sup> الداوي الشيخ ، تحليل البات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي - حالة الجزائر ، جامعة الجزائر
- <http://kenanaonline.com/users/controled/downloads/55242>
- <sup>16</sup> حمد الرفاعي ، الحماية المدنية للمستهلك ازاء المضمون العقدي ، دار النهضة العربية ، 1994 ، ص 105 - 106 .
- <sup>17</sup> محمود محيي الدين وسحر نصر ، "البعد الاقتصادي لحماية المستهلك" ، ورقة مقدمة لمنتدى المرأة وحماية المستهلك" ، القاهرة ، المجلس القومي للمرأة ، 2005 .
- [http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA\\_C&cid=1177156124044&pagename=Zone-Arabic-Namah%2FNMALayout](http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1177156124044&pagename=Zone-Arabic-Namah%2FNMALayout)
- <sup>18</sup> موقف محمد عبده ، حماية المستهلك في الفقه الاسلامي ، طبعة (1) ، دار عمان 2002 .
- [http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA\\_C&cid=1177156124044&pagename=Zone-Arabic-Namah%2FNMALayout](http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1177156124044&pagename=Zone-Arabic-Namah%2FNMALayout)
- <sup>19</sup> سامي عبد العزيز ، المعالجة الصحفية لقضية حماية المستهلك المصري. «رؤية تحليلية» مؤتمراً أخلاقيات الإعلام والإعلان ، جامعة النهضة والمجلس العربي للتربية الأخلاقية
- <sup>20</sup> 28، 29 من مارس 2009 ، ص 18.
- <sup>21</sup> احمد السيد طه كردي ، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الالكترونية ، جامعة بنها ، كلية التجارة ، 2011 ، ص 20-21.
- <sup>22</sup> ناصر البكري ، التسويق - اسس ومفاهيم معاصرة ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، 2006 ، ص 237.
- <sup>23</sup> خالد ممدوح ، حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية
- <http://www.dr-mohamedlutfi.com/vb/showthread.php?t=462&page=1>
- <sup>24</sup> فورين حاج قويدر ، حماية المستهلك في ظل المعاملات الالكترونية ، الملتقى الدولي حول ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، شلف ، ص 8-11
- <sup>25</sup> عبد الفتاح حجازي ، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ص 26.
- <sup>26</sup> طارق عبد العال ، التجارة الإلكترونية - المفاهيم - التجارب - التحديات - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية. الطبعة الأولى. مصر: الدار الجامعية.
- <sup>27</sup> 2003 ص 36.
- <sup>28</sup> بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت. الطبعة الأولى. الأردن: عالم الكتب الحديث. 2004. ص 10 - 11
- <sup>29</sup> أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني. مرجع السابق. ص 108
- <sup>30</sup> بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت. مرجع سابق. ص 16 - 17
- <sup>31</sup> احمد السيد طه كردي ، حماية المستهلك الالكتروني ، تاريخ الاطلاع 2018/10/13
- <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/275121>
- <sup>32</sup> المبادئ التوجيهية الصادرة عن الندوة العالمية لمنظمي الاتصالات لعام 2014 بشأن أفضل الممارسات من أجل حماية المستهلك في عالم رقمي ، تاريخ الاطلاع : 2018/01/13 .
- [http://www.itu.int/en/ITU-D/Conferences/GSR/SiteAssets/Pages/GSR2014/GSR14-Consultation/GSR14\\_BPG\\_v3\\_ar.DOC](http://www.itu.int/en/ITU-D/Conferences/GSR/SiteAssets/Pages/GSR2014/GSR14-Consultation/GSR14_BPG_v3_ar.DOC)