

دور الرأي العام في حماية المستهلك - إشارة لحالة عقود التسويق الالكترونية

تاريخ استلام المقال: 01 مارس 2017 تاريخ القبول النهائي: 16 مارس 2017

الدكتور فريد علواش

الأستاذ الدكتور عبد الله غالم

أستاذ محاضر "أ"

أستاذ التعليم العالي

allouache_f@yahoo.fr

ghalem602@yahoo.fr

جامعة محمد خيضر - بسكرة

الملتقى الدولي السابع عشر حول: "الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة"

المنعقد يومي 11/10 أفريل 2017

من طرف مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة

ومخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع

قسم الحقوق - كلية الحقوق والعلوم السياسية -

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إظهار مساهمة الرأي العام في حماية المستهلك التي تعد ضرورية وحتمية ومسؤولية أخلاقية، حيث يعد المستهلك الطرف المهم والأضعف في المعاد، والذي يتعرض لمشاكل متنوعة - كالاستغلال والتضليل والخداع والغش المادي والمعنوي مما يسبب له تأثيرات متعددة اقتصادية ونفسية وصحية واجتماعية لذلك طهرت أطراف متعددة تدافع عن حقوقه والرأي العام هو احد هذه الأطراف.

الكلمات المفتاحية: رأي عام - مستهلك الكتروني - حماية قانونية

Abstract:

These paper research aim to demonstrate the contribution of public opinion in consumer protection which is the imperative of moral responsibility, where the consumer is a party is important to the weaker returned, which is exposed to a variety of problems - e.g. exploitation and misleading and deception and fraud moral and material causing him multiple effects economic, psychological, social and health that was cleared of multiple parties defending their rights and public opinion is one of these parties.

Keywords: public opinion - electronic consumer - legal protection

مقدمة:

يؤدي التسويق دورا مهما في عملية نقل رغبات المستهلك من خلال البحوث والدراسات من أجل إشباع حاجاته، ومع التطور التقني فقد تطور عالم التجارة الإلكترونية بفضل الانتشار الواسع للإنترنت وثقافة إستخدامها حيث أصبح الكثير من الأفراد والمؤسسات يرمون صفقات عبر الإنترنت أو التسويق الإلكتروني وفي كل الحالات نجد أن المستهلك هو الطرف المهم.

وعليه سوف نتطرق في البداية إلى وجهة نظر الرأي العام في حماية المستهلك ثم نشير إلى عقود التسويق الإلكترونية.

إن حماية المجتمع تعد ضرورية حضاريا ومسؤولية أخلاقية ويعد المستهلك الطرف المهم فيها والأضعف في المعادلة الاقتصادية والذي يتعرض لمشاكل متنوعة كالإستغلال والتضليل والخداع والغش المادي والمعنوي مما يسبب له تأثيرات متعددة إقتصادية ونفسية

وصحية واجتماعية، ولذلك ظهرت أطراف متعددة للدفاع عن حقوقه نذكر منها الرأي العام.

أولا / ماهية الرأي العام:

يعد الرأي العام عنصرا فاعلا في حماية المستهلك والدفاع عن حقوقه وعليه يطرح السؤال التالي، ما هو الرأي العام؟ وهل يوجد رأي عام حقيقي؟
نسمع الرأي العام عند الإخوة البرلمانيين والصحافيين كثيرا في المناقشات البرلمانية، مصطلح الرأي العام هو وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين في وقت واحد اتجاها موقفاً أو مشكلة معينة.

وقبل التلوج بتعريف قياس الرأي العام من الضروري تعريف ما يسمى بالرأي الشخصي (Personal).

1- الرأي الشخصي:

إن الفرد عبارة عن مجموعة من المعتقدات والآراء والقيم والاهتمامات النسبية في مجالات معينة، وعليه فالرأي الشخصي عبارة عن رأي يكونه الفرد لنفسه في موضوع معين تبعا لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله واتصالاته مع المجتمع، وبالتالي فهو رأي يمثل ظاهرة نفسية لفرد معين معبرا عنها برأي نسبي يحاول تحقيقه والذي يتأثر بالحالة القائمة عندها وعلى أساس ذلك يكون.

2- الرأي العام: "خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب أو السائد لدى فئات الشعب تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية قد تكون اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، سياسية¹.

وللرأي العام أهمية خصوصا لدى السلطات السياسية وهو سمة من سمات المجتمعات الحديثة وهو محور أي نشاط اجتماعي، إقتصادي أو سياسي. وعليه نقدم عدة تعاريف للرأي العام عند بعض المفكرين²:

¹ - مهدي محمد البياح، علي موات سعد السوداني، سهيل نجم عبدالله، استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة بغداد، 2015، ص 150.

² - خلف عبد الحليل ياسين الداهري، مفهوم الرأي العام، مجلة كلية الآداب، العدد 61.

- يعرف DVISION الرأي العام بأنه مجموعة من آراء الأفراد حول قضية معينة ذات اهتمامات مصالح عامة وغالباً ما تمارس هذه الآراء تأثرها على سلوك الأفراد والجماعات وسياسة الحكومة.

- ويعرف LEONARD DOOB الرأي العام بأنه يعني اتجاه الناس ومواقفهم إزاء موضوع يشغل بالهم بشرط أن تكون هذه الجماهير في مستوى اجتماعي واحد.

- ويعرف ALPORT الرأي العام بأنه هو تعبير صادر عن مجموعة من الناس للموافقة أو التأييد أو المعارضة لمسألة من المسائل أو حالة معينة أو اقتراح محدد له أهمية واسعة الانتشار.

وعليه فالرأي العام هو صورة من صور السلوك الجماعي التي تتمخض عن مناقشة وجدل بين أفراد متعددين تعنيهم المسألة التي يتعلق بها هذا السلوك ويجتمعون لتحقيق غاية مشتركة.

3- خصائص مميزة للرأي العام¹:

- استمرارية الرأي العام حول قضية معينة.

- شدة الرأي العام وقوته إزاء أي قضية

- معقولية الرأي العام ومدى ارتكازه على أسس منطقية مقبولة

4 - أهداف الرأي العام فيحددتها الباحثون في الآتي:²

أ- الهدف السياسي:

ويفيد في معرفة اتجاهات الرأي العام حول قضايا معينة أو برامج أو خطة مستقبلية.

ب- الهدف الاجتماعي:

ويفيد في تشخيص ومعالجة مشاكل المجتمع كتنظيم النسل والطلاق والجريمة والتربية... الخ.

ج الهدف الاقتصادي: ويفيد في تخطيط العلاقة بين السلطة والجماهير والمؤسسات وجمهورها وطرق وسائل الاتصال وطرق الأغراء والجدب

¹ - Salem Mohammed Aboud. Methods of measuring public opinion and its impact on consumer protection\ exploratory study. Center for Market Research and Consumer Protection, University of Baghdad.n 20. 2015.p 3.

² - Ibid, p 5.

5 - كيف يتكون الرأي العام:

يتكون الرأي العام نتيجة تفاعل بين مجموعة من العناصر المتداخلة بحيث يؤدي كل منها أثره في تكوين الرأي العام ومن جملة هذه العناصر نذكر ما يلي:

عوامل ثقافية، وهي مجموعة العادات والتقاليد والقيم وأساليب الحياة التي تنظم حياة الفرد داخل بيئته "التنشئة الاجتماعية".

عوامل نفسية داخلية فيزيولوجية، تتحكم في أفكار الفرد وتعطيه تصرفات خاصة ومواقف معينة اتجاه قضية معينة.

عوامل سياسية "النسق السياسي" تسمح الديمقراطية بانتشار الرأي العام والذي يعطي الحرية للأفراد في التعبير، حرية الصحافة المكتوبة والمسموعة... الخ.

الاحداث والمشاكل - تعتبر الأزمات التي يتعرض لها المجتمع من العوامل التي تكون الرأي العام.

الإعلام والدعاية - عن طريق الإعلام يتم نشر المعلومات ونقل الأخبار ويجب احترام رأي الجماهير.

6 - العوامل المؤثرة في الرأي العام:

يتأثر الإنسان بكل ما يحيط به من مؤثرات ولكنه في الوقت نفسه يؤثر فيها ويأخذ هذا السلوك التفاعلي أنماطا متعددة منها التعاون أو التنافس أو الصراع ومنها السيطرة أو السلطة أو الخوف. ولاشك في أن آراء الناس وميولهم ومواقفهم وتصرفاتهم مرتبطة بمستوى ثقافتهم والعلاقة التي يقيمونها مع وسائل الإعلام على مختلف أصعدتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتجارية ويخضع الرأي العام لعدد عوامل مؤثرة في تكوينه منها¹:

- النظام السياسي- وسائل الإعلام- القادة والزعماء- التنظيمات الشعبية- الأسرة-العقيدة الدينية، هذه العوامل هي متشابكة ومتداخلة في ما بينها ولكنها تتفاوت في أهميتها ودورها في تكوين الرأي العام من مجتمع إلى آخر.

¹ - خلف عبد الحليل ياسين الداهري، مفهوم الرأي العام، مجلة كلية الآداب، العدد 61.

ثانياً / لماذا حماية المستهلك؟

إن الإنسان يظل دائماً هو الهدف والوسيلة لتحقيق أي تقدم، فسعادة الإنسان وسلامته ورفاهيته وأمنه واستقراره واطمئنانه هو هدف كل دولة تبحث عن التقدم والتطور.¹

إن الهدف من حماية المستهلك لأنه هو الطرف الضعيف في العلاقة غير المتوازنة الناشئة بين المنتجين والموردين والتجار، فالمستهلك ضعيف أمام هذه الأطراف التي تملئ عليه شروطها في التعاقد، لهذا ظهرت تشريعات اهتمت بتوعية المستهلك وتنوير إرادته قيل أن يبرم أي عقد بهدف حمايته، كما تساهم أيضاً جمعيات حماية المستهلك والإعلام الذي يجب أن يقدم أو يروج لما هو إيجابي للمستهلك.

إن التقدم التكنولوجي وانفتاح معظم الأسواق العالمية أدى إلى تعدد العلاقات التجارية وزيادة وتنوع المنتجات والخدمات بهذه الأسواق ويرجع سبب هذا التنوع إلى كثرة المنتجين وزيادة الطلب على الإستهلاك مما أدى إلى ظهور الغش التجاري بأنواعه والذي راح ضحيته المستهلك بالدرجة الأولى والمؤسسات المنتجة في بعض الأحوال، وتفاوتت نسبة الغش من تزييف لعلامات التجارية، عدم مطابقة المنتج لما هو مكتوب على الغلاف، عدم إحتواء على مواصفات لوجوده، طرق لتغليف خاصة المواد الغذائية، الضمان لخدمات ما بعد البيع، طرق الترويج، حدة لطلبات، هذه الممارسات قد تطرقت لها العديد من المنظمات والحكومات وسنت من أجلها قوانين حددت من خلالها الشروط التعسفية التي يتلقاها المستهلك.²

حيث كانت البداية من طرف لمشروع الألماني ثم المشرع الفرنسي، ثم وصلت إلى المشرع الجزائري حيث سنت الجزائر مجموعة من القواعد والتشريعات لحماية المستهلك حيث قسمت العقود التعسفية في البداية إلى قائمتين قائمة سوداء واحتوت على ثمانية 08 أصناف، أما القائمة الرمادية فاحتوت على عشرة أصناف، والفرق بينها انه في الأولى ليس للقاضي سلطة تقديرية أما في الثانية فله الحق في النظر فيها.

¹ - عبدالله بن سلمان بن محمد بن شليل، تحديد الاحتياجات التدريبية ودورها في تحسين أداء العاملين بالرقابة لشؤون المستهلك في وزارة التجارة والصناعة بمدينة الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2013، ص 29.

² - فارس جبار كريم، المستهلك وأساليب توعيته في العقد دراسة مقارنة، مجلة رسالة الحقوق، العدد الثالث 2013.

عن من بين العقود التي يصعب التحكم فيها، والتي تعتبر من العقود الحديثة عقود التجارة الإلكترونية وعليه يطرح السؤال الآتي؟

1 - من هو المستهلك الإلكتروني وكيف تم حمايته في ظل العقود الإلكترونية؟

المستهلك الإلكتروني هو الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة لشراء أو إيجار أو قرض أو انتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية دون أن يقصد من ذلك تسويقها ودون أن تتوافر لديه الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها، إن الضامن في مثل هذه العقود هو التوقيع الإلكتروني والذي يصعب تزويره مقارنة بالتوقيع العادي، ولكن هناك مشاكل تحدث عند تنفيذ هذه العقود ينصح عند استخدامها التدقيق في بعض مكونات العقد

2 - مكونات العقد:

- أ- دقة صياغة العقد باستخدام ألفاظ تتسم بالإحكام والانضباط .
- ب- تحديد العناصر الجوهرية، مثل محل العقد، من حيث المشروعية، من حيث الإلتزامات المتعلقة به من تسليم وضمن وفي المقابل كيفية الوفاء ونوع العملة وكيفية السداد الإلكتروني.
- ج- تحديد القانون الواجب التطبيق، كالتحكيم الإلكتروني؟ كيفية إرسال الوثائق، إصدار الأحكام التي تكون نافذة في حق الأطراف.
- د- تحديد المستندات التي تكون جزءا من العقد كالرسائل الإلكترونية، المطبوعات... الخ.

3- لماذا يجب حماية المستهلك الإلكتروني؟

- أ- التطورات الحديثة في شبكة الإنترنت.
- ب - حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية " حجز الفنادق، تذاكر السفر..."
- ج - إفتقار المستهلك إلى ثقافة استخدام الإنترنت " الجانب التقني"

4 - أسباب اللجوء الى الأسباب المعاصرة في توعية المستهلك:¹

أ - موقف المستهلك، فعقد الاستهلاك يؤدي بطبيعته الى عدم التوازن في العلاقة بين طرفيه، هذا الاختلال في التوازن مرده استغلال القوة الاقتصادية التي يتمتع بها المنتج مما يجعله في مركز أقوى في مواجهة المستهلك والأخيراً في مركز أدنى، وهكذا، عندما

¹ - عامر القيسي، تطور القانون الوضعي في اساليب توعية المستهلك، كلية الحقوق جامعة النهريين.

يصبح عدم التوازن من الخطورة بمكان فإنه يجب مدّ يدّ المساعدة للمستهلك وتوعيته بوسائل فعالة.

ب - استقلال الادارة الذي تقوم عليه الأساليب التقليدية مع معطيات التعامل الحديثة، فمبدأ استقلال الارادة يتعارض مع أي محاولة لتعديل بنود العقد إذ ليس للقاضي استنادا لقواعد العدالة ان يعدل في شروطه بل ولا يتدخل .

ج - ان تطور المجتمعات الحديثة وما صاحب ذلك من التقدم في المجال العلمي والتكنولوجي قد أدى الى اعادة النظر في الأساليب التي تحكم تكوين وتنفيذ العقد، فالمذاهب القائمة على الفكر الفردي قد أصابها تغير كبير، فالحرية الفردية لا تعني إهدار مصالح الآخرين بل ان أصحاب المذهب الفردي نفسه لا ينكرون اليوم ضرورة تحقيق العدالة الاجتماعية والنظر الى توازن المصالح على أساس ان هذا التوازن هو الذي يكفل استمرارية التقدم الاجتماعي والاقتصادي.

الخلاصة:

عموما يعتبر العقد المبرم عبر الإنترنت من عقود الإذعان إذا لم يكن هناك تفاوض فالأمر يتوقف على مدى إمكانية التفاوض حول شروط العقد، فإذا كان هذا الأخير يجيز التفاوض ويسمح للمستهلك بمراجعة بنوده وتعديله أحيانا فإنه لا يعتبر عقد إذعان أما إذا انعدمت صفة التفاوض أو المساومة جاءت طريقة العقد جامدًا لا تقبل المراجعة فهو عقد إذعان

حيث قررت أغلب التشريعات، ومنها التشريع الجزائري حماية المذعن وهذا من خلال تخويل القاضي سلطة تعديل العقد وثانيا تفسير الشك في صالح الطرف المذعن. إن وجود أي خطأ حتى ولو كان غير مقصود من قبل البائع أو المنتج يجيز للمستهلك أن يطالب بالتعويض حتى وان لم يكن ضرر معيب لأن التزام المنتج أو المهني بصفة عامة هو هو انتفاع المستهلك بالمبيع.

هنالك بعض الحقوق المستحدثة كحقه في العدول وفي الإستعانة بهيئات وطنية ودولية لحمايته.

إن عرض السلع والخدمات عبر الإنترنت يعتبر من صاحبها مرتكب لجريمة الإعلان الكاذب الذي نصت عليه التشريعات الحديثة المتعلقة بحماية المستهلك.

كما أن الإحتيال الذي يتعرض له المستهلك عبر الإنترنت تنطبق عليه جريمة الإحتيال المنصوص عليها في القواعد العامة لأن الجاني يتوصل إلى الإستيلاء على أموال المستهلك كلها أو بعضها متى وقع على فواتير الشراء.

قائمة المراجع:

- مهدي محمد البياع، علي موات سعد السوداني ، سهيل نجم عبدالله، استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 2015.
- خلف عبد الحليل ياسين الدايري، مفهوم الرأي العام، مجلة كلية الاداب، العدد 61.
- عبدالله بن سلمان بن محمد بن شليل، تحديد الاحتياجات التدريبية ودورها في تحسين أداء العاملين بالرقابة لشؤون المستهلك في وزارة التجارة والصناعة بمدينة الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2013.
- فارس جبار كريم، المستهلك وأساليب توعيته في العقد دراسة مقارنة، مجلة رسالة الحقوق، العدد الثالث، 2013.
- عامر القيسي، تطور القانون الوضعي في اساليب توعية المستهلك، كلية الحقوق جامعة النهرين.

Salem Mohammed Aboud. **Methods of measuring public opinion and its impact on consumer protection\ exploratory study.** Center for Market Research and Consumer Protection, University of Baghdad. N 20. 2015.

