مجلة روح القوانين – كلية الحقوق جامعة طنطا

عدد خاص – المؤتمر العلمى الدولى الثامن – التكنولوجيا والقانون

حماية المستهلك في ظل التطور التكنولوجي

إعداد الدكتور/ قيس موسى حسين الشمري

دكتوراه القانون المدني – كلية الحقوق جامعة طنطا

مقدمة

شهدت البشرية في نهاية القرن العشرين وبداية هذا القرن تطورًا هائلًا في وسائل الاتصال وتقنياته وما زالت تشهد، حيث جعلت السلوك الإنساني يتغير من مختلف الجوانب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والقانونية أيضا".

وانعكس ذلك التطور التقني الهائل على كل المجالات، لا سيما المجالات القانونية والتجارية، فقد أدى ذلك إلى نشوء عصر جديد من التجارة وهو التجارة الإلكترونية، كما أن هذا التطور لعب دورًا كبيرًا في خلق روابط أكثر سرعة وأقل تكلفة بين الأفراد في شتى بقاع العالم.

وليس غريبًا في ظل هذه الثورة التكنولوجية استخدام الإنسان لهذه الوسائل المطورة، في نقل إرادته والتعبير عنها، وبشكلٍ سريعٍ للغاية، صار الإنسان يخطور تجاه التقنيات والتكنولوجيا خطوات كبيرة، وذلك لما توفره من ظروف تسهل له ما يريد فعله، حيث إن التكنولوجيا لا تعترف بالحدود أو العوائق المادية.

أولًا: أهمية البحث:

ومع ذلك التطور التكنولوجي وظهور العقود الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والتعليم الإلكتروني، كل ذلك أدى إلى ظهور الحاجة إلى تشريعات جديدة تواكب هذه الثورة الجامحة والتي لا تنضب تطوراتها، فأدى ذلك إلى ضرورة البحث عن آليات وتشريعات تحمي المستهلك نظرًا لأنه الطرف الأقل خبرة في تلك العمليات[١].

(١) حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في مصر، دار الفكر، القاهرة، ١٩٩٦، ص١٣.

كما أن العقود في معظم قوانين العالم تحكمها قاعدة مهمة، هي أن "العقد شريعة المتعاقدين"[(١)]، وتعد هذه القاعدة أثرًا جوهريًا لمبدأ سلطان الإرادة، من حيث التنوير الكامل لأطراف بما يحقق توازنًا اقتصاديًا بين طرفي عقد الاستهلاك الإلكتروني[(٢)].

ثانياً: مشكلة البحث:

تنبع مشكلة هذا البحث من المخاطر الجمة التي قد تصيب الفرد نتيجة عدم علمه بآليات التكنولوجيا أو استخدامها لا سيما في التسوق الإلكتروني أو إبرام العقود الإلكترونية، وكان لا بُدَّ من إيجاد وسائل لحماية المستهلك من الغش والخداع والتلاعب في أسعار السلع.

ونحاول في هذا البحث الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما هي مبررات حماية المستهلك؟
- ما هي حقوق المستهلك في مجال الخدمات الإلكترونية؟
- كيفية توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني؟

ثالثاً: منهج البحث

يستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لقانون حماية المستهلك ومدى كفاءة هذا القانون، والآليات التكنولوجية المستخدمة لحماية المستهلك.

---

(١) نص المادة (١١٣٤) مدني فرنسي، ونص المادة (١٤٧) مدني مصري، والمادة (١٩٦) مدني كويتي.

(٢) أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الكتب القانونية، ٢٠٠٨، ص١٠٨ وما بعدها.

رابعاً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى توضيح مدى حاجة المستهلك إلى الضمانات الكافية التي تحميه في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي ألم بالعالم بأكمله.

رابعاً: خطة البحث

يقسم البحث إلى مطلبين، نتناول في المطلب الأول مفهوم حماية المستهلك والإطار القانوني لهذه الحماية، والضمانات الحديثة للمستهلك، في المطلب الثاني نستعرض بعض الآليات التكنولوجية الهادفة لحماية المستهلك والمطبقة بدولة الكويت.

المطلب الأول
مفهوم حماية المستهلك

تُعَدُّ شبكة الإنترنت من أهم الابتكارات التي توصل إليها العقل البشري في مجال المعلوماتية منذ أواخر القرن المنصرم، حيث أزالت الحدود الجغرافية بين الدول وساعدت في تحويل العالم إلى قرية صغيرة.

الفرع الأول
حماية المستهلك والحق في الالتزام بالإعلام

أدت الثورة التكنولوجية التي ألمت بالعالم أجمع في شتى مناحي الحياة، وقصور النظرية التقليدية للالتزامات في حماية المستهلك إلى صدور العديد من التشريعات والقوانين الخاصة بحماية المستهلك، حيث إن التطور التكنولوجي في مجالات الاتصالات والمعلومات أسهم في دخول الأجهزة الإلكترونية العديدة في مجالات الحياة اليومية للأفراد والشركات على حدٍ سواء، وهو ما أثر أيضًا على الطريقة التي تتم بها المعاملات والصفقات التجارية.

وقد أحدث ظهور التجارة الإلكترونية تأثيرًا كبيرًا على النظام القانوني للعقود التقليدية، حيث ظهر التسوق الإلكتروني عبر الحدود، ويعد ذلك أهم نقلة في عملية التجارة لا سيما في ظل التطور التكنولوجي الهائل في هذا الصدد، وما دمنا نتحدث عن التجارة فلها طرفان، البائع والمشتري أي المستهلك، وتتعدد مسميات البائع سواء أكان المُنتِج الفعلي للسلعة أو المسوق لها، أو أي شخصية تندرج تحت مسمى المُنتِج.

وكلما توسع المشرع في تحديد مفهوم المُنْتِج كلما حقق لجمهور المستهلكين حمايةً كبيرةً، وكلما تقلص مفهوم المُنْتِج كلما تعرض المستهلك لانتهاك حقوقه الناشئة عن تعويض الضرر الناتج عن المنتجات المعيبة.

ولعل ذلك كان الدافع وراء ذهاب القانون الفرنسي وقوانين الجماعة الأوروبية إلى تنظيم مسؤولية كل من يتعامل مع المستهلك على المُنْتَجات التى تسبب ضررًا لهذا الأخير، وأعطته وصف المُنْتِج الحكمي حتى وإن كان وكيلًا تجاريًا يتعامل باسم المُنْتِج أو الموزع ولحسابه[١].

ومن ثَمَّ بدأت الحاجة لحماية المستهلك في السوق الإلكترونية، حيث تعد الثقة في السوق الإلكترونية أبرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته الشخصية، كما أن الحماية القانونية للمستهلك سواء في مرحلة ما قبل التعاقد، أو في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني أو في مرحلة تنفيذه مهمة جدًا بسبب أن المستهلك يمكن

(١) عبد الحميد الديسطى، آليات حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ٢٠٠٨، ص٣٣٥، أشرف رزق، حماية المستهلك، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠١٤، ص٣٣٨.

أن يكون طرفًا ضعيفًا، ففي تلك الحالة قد يحتاج لسلعة معينة بصورة ضرورية، وبالتالي يخضع لشروط غير عادية ومجحفة بحقه، فالشركة البائعة تكون هي الطرف القوي في هذا العقد مقابل المستهلك(١).

ولعل حاجة المستهلك للحماية القانونية بسبب المخاطر وقلة الأمان وكثرة المشاكل عبر الإنترنت، حيث إن حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني من أهم وأكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث والتفصيل، بسبب حداثة هذا الموضوع، وما يواكب التعاقد الإلكتروني من تطور علمي بحيث أصبح العالم سوق كبيرة داخل شاشة صغيرة، يمكن من خلالها المرور إلى الموقع المراد والاطلاع على شروط الشراء والتعاقد، والوصول إلى السلعة أو الخدمة المعينة، ومن ناحية أخرى، فقد أدى ظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة في السوق الإلكترونية إلى تنبه العديد من الدول للإسراع في وضع تشريعات تقوم على حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني(٢).

ويُعَدُّ مصطلح حماية المستهلك حديث العهد، ويعرف بأنه استعمال المجتمع لوسائل قانونية تحفظ مصلحة المستهلك الحالية والمستقبلية في المواد، وفي المشاهد والصور، وفي أدوات المعرفة والتوصية والإيحاء(٣).

---

(١) أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص ٢٥.

(٢) Smith, G. R, "Confronting Fraud in the Digital Age", Paper presented at the Fraud Prevention and Control Conference, the Australian Institute of Criminology in association with the Commonwealth Attorney-General's Department, Surfers Paradise, 24-25 August. (2000).

(٣) عبد الحميد الديسطى، آليات حماية المستهلك، مرجع سابق، ص٢٩.

يُعرف المستهلكون بأنهم "الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني[١].

لم يحظَ مفهوم المستهلك باهتمام الفقه القانوني حتى بداية النصف الثاني من القرن العشرين حيث كان هذا المفهوم مستعملا فقط من قبل علماء الاقتصاد، لكن تزايد استعمال المصطلح في اللغة القانونية خاصة مع بداية حركة الدفاع عن المستهلكين.

ويعرف المستهلك تعريفًا موسعًا على أنه "كل من يبرم تصرفا قانوني من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية[٢].

والبين من التعريف الموسع للمستهلك أنه يسعى إلى تمديد قانون الاستهلاك ليشمل بحمايته الأشخاص الذين يتصرفون لغرض مهني ولكن خارج اختصاصهم المهني، ومثال ذلك التاجر الذي يقتني جهاز إنذار لحماية محله من الاقتحام والسرقة[٣].

ويعرف المستهلك تعريفًا ضيقًا على أنه "ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحصل أو يستعمل منتجات لأغراض غير مهنية[٤]".

(١) عرف مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في ٢٦ يوليو١٩٩٣. ولم يعرف هذا القانون المستهلك.

(٢) بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، ص ٢٢.

(٣) المرجع السابق، ص٢٢ وما بعدها.

(٤) أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية المستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون رقم الطبعة،١٩٩٤، ص٤٤.

وعليه فيمكن تعريف المستهلك على أنه "من يقوم باستعمال السلع والخدمات للإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعلوهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها، أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"(١).

وعرف قانون حماية المستهلك الكويتي رقم ٣٩ لسنة ٢٠١٤ المستهلك في المادة الأولى منه بأنه كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري سلعة أو خدمة بمقابل أو يستفيد من أي منهما بغرض الاستهلاك أو يجري التعامل أو التعاقد معه بشأنها.

الفرع الثاني

حق المستهلك في الإعلام

ولقد نشأت مسؤولية تتعلق بإعلام المستهلك بنوعية السلع التي يود شراءها ومزاياه وعيوبها، وقد أقرت العديد من التشريعات المختلفة حق المستهلك في الإعلام لحمايته ومساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد أو عدمه، وهو شرط يندرج ضمن علمية التجارة الإلكترونية.

ويعد المستهلك أضعف أطراف عملية التجارة، حيث إن التعاقد يكون عن بُعدٍ ولا يكون المنتج بين يد المستهلك، ونظرًا للمخاطر الجمة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ولوقاية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات ولوقايته من شر الوقو ع ضحية لنزعته الاستهلاكية، لذلك وجب على

(١) عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الجزء الأول، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص ٣٤.

القانون أن يتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لاستخراج الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يرفع الضرر عن المستهلك، وليس ذلك على المستوى الوطني وإنما تمتد عالميًا، ومن هنا تظهر أهمية التعريف بالمستهلك الإلكتروني وضرورة حمايته في العملية الاستهلاكية قبل أن توضيح مبررات حمايته[١].

ومنح المشرع الكويتي المستهلك الحق في ضمان صحته وسلامته عند تزويده بأية سلعة أو خدمة وعدم إلحاق الضرر به عند استعماله أو تمتعه بالخدمة، وضمان جودة السلع والخدمات، وصلاحية السلع للاستخدام في الغرض الذي أعدت من أجله، والحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه، والتسوية العادلة للمطالبة المشروعة بما في ذلك التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المُرضية أو أي ممارسات تضر بالمستهلك[٢].

ويزيد التعاقد الإلكتروني أهمية الالتزام بالإعلام عنه في العقود التقليدية؛ لأن محل العقد غير موجود في أثناء التعاقد، ولا يوجد إلا مجموعة من الصور والفيديوهات تعبر عن الشيء المبيع، وفي بعض الأحايين يستعين البائع بمصور

(١) خالد ممدوح، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مقال منشور عبر الموقع التالي https://kenanaonline.com/users/KhaledMamdouh/posts?page=2#https://kenanaonline.com/users/KhaledMamdouh/posts/77868.

(٢) المادة التاسعة من قانون حماية المستهلك الكويتي المشار إليه.

محترف لرسم هذه الصورة بتقنية مبهرة، مما يدفع المشتري للتعاقد، وفي بعض الأحايين يفاجئ المستهلك أن هذا المنتج سراب يحسبه الظمآن ماءً، من هنا تتضح أهمية الالتزام بالإعلام في التعاقد الإلكتروني عنه في العقود التقليدية(١).

وتُتيح مؤسسات البيع عن بُعدٍ للمستهلكين بالحصول على بيانات ومعلومات عن السلع والمُنتَجات باستخدام الحاسب الآلي بالاتصال بأداة عرض الصور وإرسالها إلى مسافة عن طريق خط اتصالات، من خلالها يستطيع المستهلك مناداة الحاسب الآلي المركزي لمؤسسة البيع عن بُعد لفتح شريطه التصويري وعرض السلع والخدمات بطريقة تبهر المستهلك ليتعرف إلى مواصفات السلعة التي يقوم باختيارها وطلبها بعد ذلك بقناة الاتصال نفسها (٢).

ويعرف الالتزام بالإعلام، بأنه يجب على مزود الخدمة قبل أي طلب، تزويد متلقي الخدمة بسلسلة من المعلومات الواضحة والمفهومه المتعلقة بالخطوات المختلفة التي يجب اتباعها لإبرام العقد، وتحديد الوسائل التقنية وتصحيح الأخطاء التي حدثت في إدخال البيانات قبل تقديم الطلب، أو اللغات المعروضة لإبرام العقد، أو الموقع الإلكتروني حيث يمكن الرجوع إلى قواعد السلوك التي قد يخضع لها مزود الخدمة، ويتعين توفير هذه البنود التعاقدية والشروط العامة المقدمة إلى المستلم بطريقة تسمح

(١) هالة جمال الدين محمد محمود: الأحكام الخاصة في إثبات عقود التجارة الدولية وفقًا لطرق الإثبات الحديثة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة القاهرة، ٢٠١١ م، ص ١٤١.

(٢) (Yves) Pottier : La protection de l’acheteur par correspondance، thèse de doctorat، Paris X، NANTERRE 1982، no 949، p. 338، JOUBERT (Jean)، Quel avenir pour la vente par catalogue، revue française de Marketing 1 - 1990، no. 126، p. 45.

له بالاحتفاظ بها وإعادة إنتاجها والدخول إليها[١].

ويعرف بأنه "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين البيانات اللازمة، وذلك لإيجاد رضاء سليم كامل مستنير على علم بكافة تفصيلات هذا العقد، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة ترجع إلى طبيعة هذا العقد، أو صفة أحد طرفيه، أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم بيانات معينة، أو يلزمه بمنح ثقة مشروعة للطرف الآخر، الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالتزام الإدلاء بالبيانات[٢].

ويعرف بأنه "التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه، بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة"[٣].

ويذهب رأي إلى تعريفه على أنه "التزام قانوني سابق على التعاقد الإلكتروني يتعلق بالتزام أحد طرفي العلاقة، بإعلام وإخبار الطرف الآخر بمعلومات وبيانات شاملة وكافية عن الشيء محل التعاقد، وكيفية التعاقد عليه عبر شبكة الإنترنت أو

(١) Vassili CHRISTIANOS et Fabrice PICOD:Consommateur Eur;Répertoire de droit européen;Juillet 2020.

(٢) نزيه صادق المهدي، الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات، دار النهضة العربية، ١٩٨٢م، ص١٥.

(٣) السيد محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٦م، ٢٩.

أي وسيلة إلكترونية أخري، حتى يكون هذا الأخير على بينة من أمره ويتخذ قراره الذي يراه مناسبًا تجاه العقد الإلكتروني المقبل عليه"[١].

وقد ألزم المشرع الكويتي، المنتِج أو المستورد للسلعة أن يبين باللغة العربية البيانات الخاصة بالسلع، والتي توجبها المواصفات القياسية المعتمدة بالكويت، أو أي بيانات يتطلبها أي قانون آخر أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون، كما ألزمه بضمان بضمان السلعة أو الخدمة التي يقدمها أو يقوم بها بحسب الأحوال وأن يضمن عقود البيع أو الاتفاق ما يفيد هذا الالتزام، وكذلك إيضاح سعر السلعة بشكلٍ مباشرٍ، ويقع هذا الالتزام على مقدم الخدمة ببيان مقابل الخدمة التي يقدمها للمستهلك، وألزمه بإرجاع السلعة ورد قيمتها أو إبدالها وكذلك إصالحها دون تكبد المستهلك أية نفقات حال اكتشاف أي عيوب فيها، وتقديم فاتورة تثبت التعامل والتعاقد معه على المنتج، كما ألزمه خلال مدة أقصاها سبعة أيام من اكتشافه أو علمه بوجود عيب في سلعة أو منتج أن يبلغ اللجنة عن هذا العيب وأضراره المحتملة، والتوقف عن إنتاج المنتج حال أن سبب للمستهلك أي ضرر بصحته، وكذلك بتقديم خدمة ما بعد البيع، وألزمه بوضع جميع المراسلات والمستندات والمحررات التي تصدر عنه في تعامله أو تعاقده مع المستهلك بما في ذلك المحررات والمستندات الإلكترونية والبيانات التي من شأنها تحديد شخصيته، وخاصة بيانات قيده في السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية

(١) أحمد إسماعيل إبراهيم الراوي، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، ٢٠١٧م، ص ١٧، وانظر ممدوح محمد على مبروك، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاتها في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، ١٩٩٨م، ص ٣٤٤.

إن وجدت، كما ألزمه بتعويض المستهلك عن الأضرار الفعلية التي وقعت جراء بيعه سلعة معيبة[١].

ويعاقب كل مزود يخل بالتزاماته ومخالفة مواد الفصل الخامس من هذا قانون حماية المستهلك الكويتي المشار إليه بغرامة لا تجاوز عشرين ألف دينار وبالحبس مدة لا تجاوز سنتين، أو بإحدى هاتين العقوبتين، وفي حال العود تضاعف العقوبة بحديها وفي هذه الحالة يعتبر المتهم عائدًا إذا ارتكب جريمة مماثلة خلال فترة خمس سنوات، ويعاقب المسؤول عن الإدارة الفعلية للشخص الاعتباري المخالف بذات العقوبات المنصوص عليها في هذا القانون إذا ثبت علمه بالمخالفة، أو كان إخلاله بالواجبات التي تفرضها عليه تلك الإدارة قد أسهم في وقوع الجريمة، أو إذا كانت له مصلحة، أو منفعة شخصية مباشرة من ارتكابها، ويكون الشخص الاعتباري مسؤولًا بالتضامن عن الوفاء بما يحكم به من عقوبات مالية وتعويضات إذا كانت المخالفة قد ارتكبت من أحد العاملين باسمه أو لصالحه[٢].

والبين من ذلك اهتمام المشرع الكويتي بإرساء مجموعة من الضوابط الاجتماعية والأخلاقية التي تفرض على العاملين في القطاعات التجارية وذلك من خلال قطاع حماية المستهلك التابع لوزارة التجارة والصناعة التي تبذل قصارى جهدها لحماية المستهلك من السلع المغشوشة والأسعار المبالغ فيها، والتأكد من جودة السلع المقدمة للمستهلك وضمان كل حقوقه، وتهدف قوانين حماية المستهلك إلى ضمان

(١) انظر المواد من ١٢ حتى ٢٠ بقانون حماية المستهلك الكويتي المشار إليه.

(٢) انظر المادة السابعة والعشرين من قانون حماية المستهلك الكويتي آنف البيان.

حقوق المواطنين ومنع الغش التجاري، وضمان خلو السلع من العيوب التي عرفها قانون حماية المستهلك الكويتي بأنها :"أي نقص في الجودة أو الكمية أو الكفاءة، أو عدم مطابقة السلعة أو الخدمة للمواصفات المتفق عليها، أو للمقاييس الواجب الالتزام بها طبقًا لما تحدده اللائحة التنفيذية، بشرط ألا يكون العيب قد نشأ عن تصرف من المستهلك.

والحقيقة إن مبررات حماية المستهلك لا سيما في ظل التطور التكنولوجي الهائل تكمن في نقص خبرته المعلوماتية، كما أن حاجته إلى الخدمات الإلكترونية يجعله دومًا في تعطش لإجراء المزيد من المعاملات.

الفرع الثاني

الضمانات الحديثة للمستهلك

أصبحت العقود الاستهلاكية تحمل شروطًا موحّدة ونموذجية، محرّرة مسبقًا ومعدة بواسطة فريق متخصص لذلك، حيث تستعمل هذه الشّروط بعد ذلك في العلاقات العقدية المتعلقة و أيًا كان المتعاقد الآخر؛ لأن الأصل في إبرام العقود أنها تبرم بعد مفاوضات بين الأطراف المتعاقدة في جوّ من الحرية الكاملة في المناقشة ومعرفة كل طرف لحقوقه والتزاماته وذلك على قدم المساواة بينهما وفقًا لمبدأ الحرية التعاقدية، إلاّ أنه في العقود التي تبرم بين المتدخل الاقتصادي والمستهلكين وبالنظر إلى الإنتاج والتوزيع بالجملة للسلع والمنتجات وتعدّد وتشابك وتعقّد سلسلة التوزيع، ونظرًا للسرعة التي تتم بها هذه العمليات، ونظرًا لما يتمتع به المتدخل الاقتصادي من قوة ونفوذ اقتصاديين وبالتالي أختلّ مبدأ المساواة العقدية بين الطرفين، مما أخلّ بالتوازن العقدي الذي يحكم العقود، ولهذا فهي تعتبر شروطًا تعسّفية باعتبارها توفر

مزايا فاحشة للمتدخلين الاقتصاديين على حساب المستهلكين، عليه كان لزامًا على المشرع سن تشريعات تتعلق بالحماية القانونية للمستهلك من أجل حماية مصالح الأطراف الضعيفة وتحقيق مبادئ الإنصاف والعدالة في مختلف العلاقات الاجتماعية القانونية بكل أنواعها ومن بين تلك المساعي العمل على حماية مصالح المستهلكين باعتبارهم طرفًا ضعيفًا في العلاقة الاقتصادية التي تجمعهم بالمتخلين الاقتصاديين، فصخرت عدة آليات وإمكانيات سعيًا منه لحماية مصالح المستهلكين التي جاءت نتيجة مبادرات دولية[١].

كما أن التطور الحديث في الشبكة المعلوماتية زاد من استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة، كما أن التطور التقني لا بد أن يقع على عاتقه تحسبن الروابط التجارية بين المزود والمستهلك للحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية[٢].

وظهرت ضمانات حديثة للمستهلك مع اتساع رقعة الثورة التكنولوجية، منها الالتزام بضمان مطابقة المبيع وحق الرجوع في التعاقدات الإلكترونية، ولعل القاعدة الحاكمة لمطابقة المبيع هي قواعد القانون المدني، حيث ينص القانون المدني الكويتي في مادته ٤٩٨ على أنه «إذا لم تتوافر في المبيع وقت التسليم الصفات التي كفل

(١) سي الطيب محمد الأمين، الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك ، دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة ابو بكر بلقايد تلمسان ، ٢٠٠٧ /٢٠٠٨، ص ٥.

(٢) انظر في ذلك بالتفصيل، أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص ١٠٨، طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية للنشر، مصر، ٢٠٠٣، ص٣٦، بشار طلال، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت، عالم الكتاب الحديث، الأردن، ٢٠٠٤، ص١٠ وما يليها.

البائع للمشتري وجودها فيه، كان للمشتري أن يطلب فسخ البيع مع التعويض، أو أن يتسبقي المبيع مع طلب التعويض عما لحقه من ضرر بسبب عدم توافر هذه الصفات».

يُعرف حق الرجوع على أنه «رخصة قانونية تُمنح للمستهلك، بقصد سحب إرادته واعتبارها كأن لم تكن، دون إبداء مبرر، خلال مدة محددة، مع تحمله نفقات رد المبيع» [١]، بالنسبة للسلعة ينبغي ردها إلى الحالة التي كان عليها وقت إبرام العقد، أو وقت التسليم، غير أنه عند بيع المنتجات الغذائية القابلة للتلف يُستحسن عدم ردها ومطالبة البائع بالتعويض، وهو ما نصت عليه تشريعات البيع الإلكتروني على استبعاد ممارسة حق العدول بخصوص بعض المبيعات كالخدمات والبرامج والتسجيلات الصوتية أو المرئية، وتكمن العلة من هذا الاستبعاد في عدم تعسف المستهلك في استعمال حقه في العدول[٢]، وكذلك خوفًا من أن يكون المستهلك قد

(١) محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ص ٧٠، محمد محمود حسين مؤمن، حق الرجوع في التعاقد، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراة، كلية الحقوق، جامعة القاهرة ٢٠٢٠م، ص ٢٨، وللاستزادة حول ضمان المطابقة، انظر أسامة عبد الرازق جميل، الالتزام بضمان المطابقة في عقود الاستهلاك التقليدية والإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة طنطا، ٢٠١٧م.

(٢) Art 6.2 de la directive du 20 mai 1997 stipule que : « Lorsque le droit de rétraction est exercé par le consommateur conformément au présent article، le fournisseur est tenu au remboursement des sommes versées par le consommateur، sans frais. Les seuls frais qui peuvent être imputés au consommateur à raison de l’exercice à son droit de rétraction sont les frais directs de renvoi des marchandises directive 97/7 C.E du parlement

انتفع بالبرامج الإلكترونية أو نسخها [١].

وتنص المادة ٤٩٩ من القانون المدني الكويتي على أنه «إذا ضمن البائع صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة ، ثم ظهر خلل في المبيع خلالها، فعلى المشتري أن يخطر البائع بهذا الخلل في مدة شهر من ظهوره، فإذا لم يقم البائع بإصلاح الخلل، كان للمشتري أن يطلب الفسخ مع التعويض أو أن يستبقي المبيع ويطلب التعويض عما لحقه من ضرر بسبب الخلل، وفي الحالين يجب رفع الدعوى في مدة ستة شهور من تاريخ إخطار البائع بوجود الخلل. كل هذا ما لم يتفق على خلافه»[٢].

المطلب الثاني

مدى الاستفادة من التكنولوجيا في حماية المستهلك

لا يخفى على العالم الآن كم التطور الهائل الذي أحدثته التكنولوجيا في عصرنا الحالي، حيث إن الثورة المعلوماتية نتاجٌ للتطور التكنولوجى لعالم الاتصالات، والتى نشأت فى المهد وأحدثت دويًا هائلًا فى مجال الاتصال عن بُعد، وينبغى الإشارة إلى أنه لا يمكن الفصل بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، فقد جمع بينهما

européen et du conseil européen concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance، journal officiel 03/06/1997، n° 144/19".

(١) راجع، معزوز دليلة: حق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني، مجلة معارف، جامعة أكلني مجلد بالبويرة، العدد ٢٢، يونيو ٢٠١٧م، ص١٤، وللمزيد حول فكرة الرجوع في التعاقد، انظر محمد محمود حسين مؤمن، حق الرجوع في التعاقد، مرجع سابق.

(٢) للمزيد، انظر جابر محمد ظاهر مشاقبة، الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية، رسالة ماجيستر، كلية الدراسات القانونية، جامعة آل البيت، الأردن، بدون سنة.

النظام الرقمى الذى تطورت إليه نظم الاتصالات، فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وهو ما نلمسه واضحًا جليًا فى حياتنا اليومية من خلال تعدد وسائل الاتصالات الحديثة، حيث يمكن التواصل بالفاكس عبر شبكات التليفون، أو من خلال شبكات أقمار الاتصالات، أومن خلال الإنترنت، وبذلك انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال وتطور كل منها فى طريق كما كان الحال فى الماضى، ودخلنا عصرًا جديدًا للمعلومات والاتصال يسمى (Computer COM-COM – Communication) فتكنولوجيا الاتصالات هى مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة، التى يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى، الذى يراد توصيله من خلال عمليه الاتصال الجماهيرى أو الشخصى والتى يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها فى الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى مكان آخر، وكذلك إمكانية تبادلها[١].

ومع هذا التطور الكبير في مجال التجارة الإلكترونية، وظهور التسوق الرقمي، والذي أتاح للمستهلك عقد صفقات بصورة سريعة وفعالة وهو يجلس في مكانه، والتسوق داخل متاجر دولية وهو يجلس في حجرة صغيرة أو أمام شاشة هاتفه النقال.

ومع ذلك التطور الهائل كان لا بد من توفير الحماية القانونية لذلك المستهلك، والذي لا يدفعه إلى ذلك سوى رفلته دومًا في الشراء والتسوق وهو قليل الخبرة في ذلك

(١) جميل عبد الباقي الصغير، الإنترنت والقانون الجنائي، دار النهضة العربية، ٢٠٠١م، ص ٣.

المجال، وقد حددت المادة السادسة من قانون حماية المستهلك الكويتي سالف الذكر عددًا من الحقوق للمستهلك وهي:

- ضمان صحته وسلامته عند تزويده بأية سلعة أو خدمة وعدم إلحاق الضرر به عند استعماله للسلعة أو تمتعه بالخدمة.
- ضمان جودة السلع والخدمات، وصلاحية السلع للاستخدام في الغرض الذي أعدت من أجله.
- الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها المستهلك أو يستخدمها.
- التسوية العادلة للمطالبة المشروعة بما في ذلك التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية أو أي ممارسات تضر المستهلك.

وقد يتساءل البعض عن دور التكنولوجيا في حماية مستخدمها، أو في حماية الإنسان ذاته، ولعل ذلك التساؤل دفع العديد من الدول إلى البحث عن كيفية تطويع التكنولوجيا لخدمة المستخدم الذي يجهل ببواطن تركيبها، كما أن البعد الجغرافي بين المنتج والمستهلك الإلكتروني يزيد من احتمالية تعرض المستهلك الإلكتروني للغش.

حيث إن بعض الدول قد طورت آلياتها التشريعية لحماية المستهلكين من العغش والخداع بطرق تواكب وتلائم التطور التكنولوجي والتحول الرقمي وتطور أساليب التسوق والشراء.

ونذكر منها المملكة العربية السعودية، والتي تتيح العديد من التطبيقات الذكية لحماية المستهلك، فقد أقر مجلس الوزراء إنشاء جمعية حماية المستهلك في عام

٢٠٠٧، وهي جمعية ليست ربحية، تعمل على تمكين المستهلك من التسوق بحرية وأمان، وتهدف إلى تحسين تجربته في السوق السعودي.

وتقدم هذه الجمعية منصة احتيال الإلكترونية والتي تتيح للمستهلكين مشاركة تجاربهم الشخصية في التسوق ليتسنى لكل القطاعات التي تمكن العملاء من اتخاذ القرارات المناسبة، كما تقدم خدمة المتسوق السري، حيث تتبع الجمعية من خلال خبرتها ومعرفتها بالأساليب لتجربة المستهلك الشرائية عددًا من المنهجيات لتقييم رحلة طلب المنتج أو الخدمة. وتتيح الجمعية تطبيق فاتورتي الذكي لتسهيل حفظ الفواتير وتوفير الضمانات بطريقة مبسطة.

وأطلقت دولة الإمارات العربية خدمة "استدعاء" لتفعيل استرداد السلع المعيبة، والتي تُشترى عبر المواقع الإلكترونية، ويهدف هذا الإجراء إلى حماية المستهلكين وتجار التجزئة والمصنعين وتنظيم السوق الإلكتروني، ويتم استرداد السلع والمنتجات من خلال هذه الخدمة خلال ٢٤ ساعة.

كما أطلق مجلس أبو ظبي للجودة والمطابقة، موقعًا إلكترونيًا وهو "مانع" يوفر كل المعلومات الموثوقة حول أي منتج وتوافقه مع أنظمة السلامة.

والحقيقة إن الجمعية الكويتية لحماية المستهلك تُطوع التكنولوجيا الفعالة والسريعة وتعمل على الاستفادة من التطور التقني في حماية المستهلك لا سيما من التلاعب في الأسعار الخاصة بالسلع، حيث تقدم الجمعية الكويتية عبر موقعها الإلكتروني نشرة للأسعار، وذلك كي لا يتم التلاعب فيها مما يهدر حقًا من حقوق المستهلك، محافظة بذلك على أمواله.

وقد أعدت وزارة التجارة والصناعة الكويتية تطبيقًا يتيح للمواطن تقديم الشكاوى من خلال، حال تعرضه لأي عملية من عمليات الغش التجاري سواء أكان شرائه تقليديًا أو إلكترونيًا، ووجد في المنتج عيبًا صناعيًا أو أن جودته لا ترقى إلى مستوى الجودة التي يطمح إليها.

ونناقش في هذا الأمر حالة من الحالات، والتي نطبقها على تسوق السلع الغذائية إلكترونيًا، حيث إن الكويت أخذت تنتشر فيها تطبيقات التسوق الإلكترونية، فمثلًا لو أن المستهلك استخدم تطبيقه وأجرى عملية شراء لبعض السلع الغذائية كالخضار والفاكهة، ووجد أنها لا تطابق الصور المعروضة لها عبر واجهة التطبيق فما الحل في ذلك الأمر؟

إن الحل في هذا الأمر هو أن المستهلك إما أن يرفض استلام السلعة بما فيها من عيوب وعدم تطابق حالتها مع الصورة المعروضة لها عبر واجهة التطبيق، أو أنه يطلب بتغيرها أو إعادة المال له أو يمتنع عن دفع ثمنها إذا كان لم يدفع، وفي كل الأحايين سوف يخسر المستهلك وقته، مما قد يضر به إن كان يريد تجهيز طعامًا له ولأسرته.

وفي هذا الصدد نقترح على المشرع الكويتي سن تشريعٍ يُلزم المتاجر الإلكترونية المحلية بوضع صور حية للسلع والمنتجات التي تسوقها للمستهلك، وفي ذلك تحقيق كبير لفوائد التكنولوجيا في خدمة المستهلك.

حيث إن قوانين حماية المستهلك تهدف إلى ضمان حقوق المواطنين ومنع الغش التجاري، وضمان خلو السلع من العيوب التي عرفها قانون حماية المستهلك الكويتي بأنها "أي نقص في الجودة أو الكمية أو الكفاءة، أو عدم مطابقة السلعة أو الخدمة

للمواصفات المتفق عليها، أو للمقاييس الواجب الالتزام بها طبقًا لما تحدده اللائحة التنفيذية، بشرط ألا يكون العيب قد نشأ عن تصرف من المستهلك".

والحقيقة التي لا تقبل الريبة في عصرنا الحالي إننا في حاجة إلى سن تشريعات جديدة لتواكب التطور التكنولوجي ويكون هدفها حماية الإنسان من مخاطر هذا التطور، وحماية المستهلك من كل ذلك، حيث إن المستهلك هو أضعف أطراف العملية التجارية التي تتم عبر الإنترنت ولا يعرف أين تكمن حقوقه، حيث إن المستهلك الإلكتروني أقل حماية من المستهلك التقليدي، ومع زيادة التطور الرقمي والتكنولوجي فإن المستهلك يكون أكثر عرضة لمخاطر حقيقة أو محتملة وتحديات يمكن أن تؤثر على قدرته على المشاركة بفعالية، ولن تتحقق تلك المشاركة إلا ببناء جسر من الثقة بين المستهلك والإنترنت، وذلك عن طريق حماية البيانات ومعالجة الخصوصية لأن البيانات تدعم الاقتصاد الرقمي مثل تقنيات الذكاء الاصطناعي، لذلك فإن حماية المستهلك تحتاج إلى اللوائح الصارمة وليست التوجيهات أو القواعد الأخلاقية فحسب.

خاتمة

إن التطور التكنولوجي مثلما يُبهر الإنسان، لا بد ألا ينخدع بأضوائه، ولا بد أن يبحث المشرع في بواطن هذا الضوء وما ورائه، من ظلام دامس قد يحيط بالإنسان الذي يجهل ما وراء ذلك، وخلصنا إلى بعض النتائج والتوصيات نعرض منها ما يلي:

النتائج

- تكمن حقوق المستهلك في أمنه وسلامته من الناحية الصحية.
- إن حماية المستهلك لم تحاط بسياجٍ تشريعي كافٍ لضمان حقوق المستهلك العينية والمادية، ويبين ذلك قصور النظرية الخاصة بحماية المستهلك.
- المستهلك دومًا في حاجة إلى حماية قانونية تكفل له حقه مما يجعله يستطيع السير بجانب التطور التكنولوجي ومخاطره.

التوصيات

- زيادة الوعي التثقيفي لدى المستهلك بإعلامه بضرورة التحري بدقة حال استخدامه التكنولوجيا في عملية التجارة.
- إحاطة حقوق المستهلك بسياجٍ تشريعي ضامن له في ظل عمليات التجارة الإلكترونية.
- ضرورة تدخل المشرع في سن تشريعات جديدة لحماية المستهلك من الغش التجاري والتلاعب في الأسعار والممارسات الاحتكارية الناتجة عن الاتفاقيات الأفقية أو ما يسمى بالكارتلات.