

رابعاً-تعريف قانون حماية المستهلك والمصطلحات ذات الصلة

- 1- تعريف قانون حماية المستهلك: هو تشريع ذو طابع اقتصادي يهتم بإقرار الدولة لمصالح طالبي المنتجات في مواجهة عارضي المنتجات في السوق وتعهدا بضمان حماية فعالة لهذه الفئة(طالبي المنتجات أي المستهلكين) بردع الغش.
- 2- مصطلحات قانون حماية المستهلك: تتمثل في: المستهلك - المتدخل-السلعة-الخدمة مع الإشارة لخصوصية كل من المستهلك والمورد "المتدخل" الالكتروني والمنتج الرقمي:
أ-المستهلك،

أ-1-المعنى اللغوي والاقتصادي، كلمة استهلاك تعني فلان استنفذ من شيء ما حاجته أو التهم أو اكل، وبالإنجليزية يقال "Consume"، أما بالفرنسية فيقال "Consommer"، وهما تهدفان بنتيجتهما إلى ذات المعنى الوارد للكلمة باللغة العربية، لينتج مفهوم العملية الاستهلاكية بأنها عملية اقتصادية من شراء واستئجار للحصول على أي خدمة أو حاجة مهما كان نوعها ويحتاجها الإنسان في حياته اليومية. فالاستهلاك هو العملية الاقتصادية التي تمثل الحلقة الأخيرة في سلسلة العمليات الاقتصادية التي تحصل في إطار الجماعة، وهي تنطلق من استخلاص المواد الأولية كخطوة أولى، لتمر في مرحلة التصنيع ومن ثم إعادة التصنيع، وبالتصدير والاستيراد والتسويق إما جملة أو مفرداً لتنتهي تلك المصنوعات على أنواعها اللامحدودة سلعا كأغذية أو أدوات بين يدي المستهلك المستعمل.

عملية الاستهلاك، هي التي تمكن الأفراد من إشباع حاجاتهم ورغباتهم، وبالتالي فالاستهلاك هو ذلك النشاط الذي يزاوله الإنسان لإشباع حاجاته، وذلك من خلال عمليات إتلاف المنتجات بطريقتين:

الطريقة الأولى، استهلاك إنتاجي، وتسخر فيه قوى الإنتاج في عملية إنتاج وخلق ثروة جديدة كأن يعمل عمال النفط لتحويله إلى مواد طاوقية أو تحويل القطن إلى قماش.

الطريقة الثانية استهلاك خاص، ومؤداه أن يستعمل أفراد المجتمع السلع والخدمات لإشباع حاجات وسد رغبات بصورة مباشرة وهذا النوع من الاستهلاك لا يساهم في إعادة الإنتاج من جديد. ويختلف الاستهلاك باختلاف درجة المجتمع وتطوره وتركيبته الطبقيّة. فالاستهلاك في ظل المجتمع البدائي، يختلف عن الاستهلاك في المجتمع الرأسمالي.

أ-2-المعنى القانوني، يميز بين المعنى الواسع والمعنى الضيق مع الإشارة لموقف القانون الجزائري منهما:

أ-2-1-المعنى الواسع للمستهلك، هو كل شخص طبيعي(الأفراد) أو معنوي (مؤسسات وشركات عمومية أو خاصة)

يتعاقد بغرض الاستهلاك، ولو كان المحترف نفسه (المستهلك المحترف) إذا تصرف خارج مجال اختصاصه المهني، فقد يكون في مركز ضعف مثله مثل المستهلك العادي مثل: صاحب المحل التجاري الذي يتعاقد من أجل تركيب جهاز إنذار لمحلّه أو إبرام عقد الإيجار... وغيرها.

أ-2-2-المعنى الضيق للمستهلك، هو الزبون غير المحترف، ويقتصر -بالمقارنة مع المعنى الواسع -على الشخص الطبيعي فقط.

أ-2-3-موقف القانون الجزائري من المعنيين، ورد في المادة الثالثة من قانون حماية المستهلك رقم 03/09 المعدل والمتمم بأن المستهلك هو: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به". ويعد هذا التعريف تعريفاً ضيقاً لمفهوم المستهلك- والذي أخذت به مختلف التشريعات- إذ ساير المشرع الجزائري المشرع الأوروبي في تعريف المستهلك، وحصره في الذي يقتني منتوجاً لغرض شخصي أو عائلي أي دون إعادة تسويقه.

ب- المتدخل في العملية الاستهلاكية، هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك وبالتالي هو من يتصرف من أجل مهنته مثل شراء الطبيب أجهزة علاج المرضى. سواء كان شخص طبيعي أو معنوي (الشركات والمؤسسات عمومية أو خاصة)، يمارس نشاط الانتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد يتصرف لحاجات مهنته، مثل الشراء لأجل البيع، ويمتاز بالتفوق الاقتصادي (امتلاك المعلومة والاموال) بالمقارنة مع المستهلك الضعيف.

- خصوصية المستهلك والمتدخل الإلكتروني، عرف قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 05/18 المستهلك الإلكتروني في المادة السادسة(6) في الفقرة 3 منه بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي". كما عرف المورد الإلكتروني في نفس المادة فقرة 4 " هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

في التشريع المقارن، هناك تردد حول تبني مصطلح البائع أو المحترف في المعاملات الإلكترونية. لكن استعمال شبكة الانترنت من قبل المحترف أدى إلى زيادة الاختلال في العلاقة العقدية بسبب تلك الوسيلة، مما استوجب إعادة النظر في مفهوم المستهلك الذي يقتني منتوجه عبر الشبكة خصوصا وأن التعاقد عبرها يلزمه الوفاء بالثمن قبل التسليم. فكان لازما إلى جانب قواعد حماية المستهلك التي تضمن له قدرا من الحماية، أن توفر له ضمانات مستحدثة تلائم الوسيلة المستخدمة، والتي لا تتمكن القواعد العامة أو قواعد حماية المستهلك التقليدية من مواجهتها بدءا من مرحلة تكوين العقد إلى مرحلة تنفيذه وأخيرا إثباته. من دون شك أنه نتج عن استعمال شبكة الانترنت في العلاقة ما بين المحترف والمستهلك مفهوما جديدا للمستهلك خاصة والمشتري عامة، حيث أن طريقة التعاقد القائمة على التباعد والآلية وسرعة ووجوب الوفاء بالثمن مسبقا قبل تسلمه المنتج ودون تمكينه من معاينة المنتج معاينة حقيقية جعلت المستهلك عبر الشبكة أكثر عرضة للتعسف ومن ثمة يكون أكثر ضعفا في العلاقة التعاقدية لهذا يتعين تحديد مفهوم المستهلك الذي يقتني المنتج عبر المواقع الإلكترونية، والذي من دون شك يختلف عن المستهلك الذي يقتني المنتج من المحلات العادية المادية. فالمستهلك عبر الشبكة يستحق حماية أوسع من الحماية المعتادة، تلائم استعمال شبكة الانترنت.

ج- السلعة، كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا. أي تمتاز باللموسية بخلاف الخدمات تمتاز باللاموسية، وتكون السلع موضوع تعاملات تجارية سواء اهلكت بأول استعمال(كالأغذية) أو بمرور الوقت (كالأجهزة المنزلية او السيارات) وتتضمن السلع عناصر(الوسم والسعر وعلامة الجودة)، وتكون مطابقة (سواء بالترويج: من خلال اساليب الاشهار، الامتيازات النقدية والعينية كتخفيض الاسعار والبيع المتلازم او تقديم اموال تشجيعا لشراء المنتج، او بالتقييس: سواء كان وطني "ت.ج" أي منتج وطني او دولي "ايزو" أي منتج دولي).

د- الخدمة، نظرا للأهمية التي حظي بها قطاع الخدمات في الوقت الراهن-بالإضافة الى قطاع الصناعة-أضحت هناك ضرورة ملحة لحماية المستهلك إزاء هذا القطاع. ولذا تدارك المشرع ذلك وقام بإدخال الخدمات في إطار حماية المستهلك مما سيوفر له حماية في كل تعاملاته الاقتصادية، ولكونه يقدم عليها تقريبا مثل السلع الاستهلاكية الأخرى. والخدمة هي جميع الأداءات القابلة للتقدير نقدا سواء كانت خدمات مادية (كالفندقة والتصليح والتركييب والتنظيف) او الخدمات المالية (كالفروض المصرفية والتأمين) او خدمات فكرية (كالعلاج الطبي والاستشارات) او الخدمات العمومية (كالمستشفى والنقل والبريد).

وقد عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق، الخدمة بأنها: "منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل، لا يتم نقلها أو تخزينها وهي تقريبا تفتى بسرعة، وهي أيضا تعد من النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة".

غير أنه بحسب القانون الجزائري الخدمة هي كل مجهود مقدم ماعدا تسليم منتج ولو كان هذا الاخير ملحقا بالمجهود المقدم او دعما له. لأن التسليم التزام أساسي يترتب عن العقد تخضع أغلب جوانبه للقواعد العامة.

كما للخدمة خصائص هي، غير ملموسة(كفرق رئيسي بين السلعة والخدمة)، التماسك وعدم التجزئة (أي الترابط) تقدم الخدمات وتستهلك في نفس الوقت) وهذا لا ينطبق على السلع التي تصنع وتوضع في المعارض أو توزع بين البائعين)، التباين (حيث يختلف نوع الخدمة من مؤسسة إلى أخرى ومن وكالة إلى أخرى)، الزوال أو الفناء (حيث تتصف الخدمة بالفناء السريع بمعنى لا يمكن تخزينها لاستخدامها في وقت آخر).

- **خصوصية المنتج الرقمي**، القواعد العامة أو قواعد حماية المستهلك لا تستوعب بعض المفاهيم الجديدة الخاصة بالمنتجات الالكترونية أو الرقمية، حيث ظهرت سلع وخدمات رقمية أو الكترونية يتمكن المستهلك من اقتنائها عبر الشبكة مباشرة. وتوصف هذه المنتجات بأنها لامادية، هذا ونعتقد أن هذه المنتجات الجديدة اللامادية ستطرح إشكالية تتمثل في التداخل بين مفهومي السلعة الرقمية والخدمة الرقمية، بمعنى متى يكون المنتج سلعة ومتى يكون خدمة خصوصا في مجال الاعلام الآلي والبرمجة الآلية التي أوجدت منتجات رقمية تباع وتسلم عبر الشبكة.

يتضح أن المنتج الرقمي يشمل على مميزات خاصة ينفرد بها. الميزة الأولى تتمثل في اللامادية، فهو منتج غير ملموس. كما يتميز بأنه معلومة رقمية التي تأخذ شكلا من أشكال الحروف أو الأرقام أو الرموز المستخدمة في تكنولوجيا المعلومات، أما الميزة الثالثة فتتمثل في سرية حيث تستخدم في شأنه تكنولوجيا الأرقام للحفاظ على سرية.