

المواقع الإلكترونية كألية لتقديم الخدمات لمستهلكين الكهرباء والغاز وحماية حقوقهم في ظل
إتساع التجارة الإلكترونية: دراسة حالة موقع الشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز "سونلغاز"

Websites as a mechanism to provide services to consumers of electricity and gas and the protection of their rights in light of the expansion of electronic commerce: an applied study of the website of the National Electricity and Gas Distribution Company "SONALGAZ"

زوبير محمد*، جامعة غرداية (الجزائر)، zoubir.mohamed@univ-ghardaia.dz

مخبر التنمية الإدارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية لولاية غرداية.

ديواني هالة، جامعة الجليلي ليابس، سيدي بلعباس (الجزائر)، haladiouani@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/03/27

تاريخ القبول: 2021/02/16

تاريخ الإستلام: 2020/01/04

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه المواقع الإلكترونية لتقريب الإدارة وتسهيل أهم الخدمات المقدمة من طرف شركة توزيع الكهرباء والغاز لصالح زبائنها المستهلكين وحماية حقوقهم. ولقد توصلت الدراسة إلى أن هناك عدة خدمات تقدم من طرف موقع الشركة لتقريب الخدمات للزبائن وحماية حقوقهم، والتي من بينها تقديم خدمات الرسائل القصيرة، التسديد الإلكتروني للفواتير باستعمال البطاقة الذهبية. الكلمات المفتاحية: تجارة إلكترونية، مواقع إلكترونية، حماية المستهلكين، عقد إلكتروني.

Abstract:

The purpose of this study is to learn about the role played by websites in bringing government together and facilitating the most important services provided by the distribution company of electricity and gas, for the benefit of its consumer customers and for protection of their rights. The results of this study revealed that the company's website offered several services to bring services closer to customers and protect their rights, including the provision of SMS services and the electronic payment of invoices through the Gold Card.

Keywords:E-Commerce, Websites, Consumer Protection, Electronic contract.

1. مقدمة:

يعتبر امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من الدول القوية كأداة تمكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج وأنماط العمل في كل الميادين، لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة، فقد شكلت هذه التكنولوجيات محور تحول تجاري أسفر عنه تغير عميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين والمستهلكين على حد سواء، وبالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع حديث من المبادلات التجارية قوامها التدفق السريع للمعلومات والاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة، والإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية والجغرافية، وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية (فالق شيرة فاطمة، 2018).

و من الواضح تأثير تكنولوجيا الانترنت و المواقع الإلكترونية على قطاع الكهرباء و الغاز، بل و أصبحت صناعة الخدمات المتعلقة بهذا القطاع جزء لا يتجزأ من بيئة الأنترنت و استخداماتها، و ذلك فيما يخص التطور النوعي المتسارع و المزايا الكبرى للأنترنت و تطبيقاتها لتحسين جودة الخدمة المقدمة للمستهلكين و حماية حقوقهم، لذلك جاء اهتمام الشركة الوطنية الجزائرية لتوزيع الكهرباء و الغاز باستخدام شبكة الإنترنت في تنفيذ مختلف الأنشطة (عبد الهادي مسعودي، 2014، ص 176). و من هذا المنطلق ولغرض توضيح ذلك تم طرح إشكالية الدراسة و المتمثلة في ما يلي:

"ما مدى مساهمة المواقع الإلكترونية في تقريب الخدمات من المستهلكين وحماية حقوقهم في ظل اتساع التجارة الإلكترونية؟"

- تساؤلات و فرضيات الدراسة

و للإجابة على الإشكالية الرئيسية تم طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما المقصود بالتجارة الإلكترونية وما مفهوم المواقع الإلكترونية؟
- كيف يتم حماية حقوق المستهلك من خلال العقد الإلكتروني؟
- ما مستوى تسيير وتسوية الموقع الإلكتروني لشركة سونلغاز لحسابات المستهلكين؟

حيث تتمثل الفرضية الأساسية لدراستنا فيما يلي:

- تعتبر المواقع الإلكترونية أداة ذات أهمية كبيرة في تقديم الخدمات لزبائن سونلغاز وحماية حقوقهم.
- كما تتمثل الفرضيات الفرعية للدراسة فيما يلي:
- يقصد بالتجارة الإلكترونية مختلف عمليات الشراء والبيع التي تتم من خلال الوسائط شبكة الأنترنت ، كما يعد مفهوم المواقع الإلكترونية مجموعة من الصفحات المتصلة على شبكة الأنترنت والتي قد تكون تابعة لجهة حكومية أو جهة خاصة كالأفراد أو مؤسسات خاصة .
- يتم حماية حقوق المستهلكين القائمين بعمليات التجارة الإلكترونية من خلال توفير مختلف أساليب الحماية والأمان لبياناتهم.
- عمليات تسيير وتسوية الموقع الإلكتروني لحسابات المستهلكين في شركة سونلغاز تتم بمستوى ممتاز نظرا لسهولة التعامل مع الموقع من طرف المستهلكين وكذا التكوين الجيد لعمال الشركة في هذا المجال.

- أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع وأفاق تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر خصوصا في الشركات الكبرى، مثل الشركة الوطنية الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز وكذا معرفة الدور الذي يلعبه في تقريب الإدارة وتسهيل أهم الخدمات المقدمة من طرف الشركة لصالح زبائنهم المستهلكين وحماية حقوقهم.

- تقسيم الدراسة

للإجابة على السؤال المطروح و التحقق من فرضيات الدراسة تم تقسيم البحث إلى جزئين أساسيين، يتمثل المبحث الأول في الإطار النظري للدراسة حيث ينقسم بدوره إلى قسمين يضم القسم الأول التجارة الإلكترونية، تعريفها، أنواعها، فوائدها و الشروط الواجب توفرها لتطبيقها، أما في القسم الثاني سوف نتطرق إلى المواقع الإلكترونية، تعريفها، أنواعها و مميزاتها، أما فيما يخص الجزء الثاني فهو يضم الإطار التطبيقي الذي يتمثل في دراسة تطبيقية للموقع الإلكتروني للشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز في الجزائر بغرض توضيح دور المواقع الإلكترونية في تقديم الخدمات للمستهلكين الجزائريين وحماية حقوقهم.

وذلك بالاستعانة إلى موقع الشركة كأداة لجمع المعلومات بالإضافة إلى الكتب والمجلات والمقالات المختلفة.

2. الإطار النظري للدراسة

1.2 تعريف التجارة الإلكترونية: توجد العديد من التعاريف التي صاغها المتخصصون للتجارة الإلكترونية بطرق مختلفة، ونذكر منها أن:

التجارة الإلكترونية هي شكل من أشكال التبادل التجاري أو الإداري أو تبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات، وهي عبارة عن استخدام الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين الأعمال المختلفة، مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد (Kenneth and al., 2001, P.109).

وقد عرفها البعض بأنها المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية، بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت أو مغلقة، والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة زايري بلقاسم، 2002، ص 360).

2.2 أنواع التجارة الإلكترونية: هناك عدة أنواع من التجارة الإلكترونية، والتي لا بد من التعرف

عليها، ومن أهمها:

- **التعامل بين التاجر والمستهلك:** ويعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أهم الأنواع والذي يحاول التاجر من خلاله الوصول للأفراد المستهلكين (كامش محمد ياسين، 2016، ص 06)؛
- **التعامل بين شركة وشركة أخرى:** يمثل هذا النوع أغلب معاملات التجارة الإلكترونية حيث تستحوذ على ما يقارب 80 % من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم. و تجري عملياته بين الشركات التي تتبادل المعلومات والبضائع عادة فيما بينها والتي ترتبط عادة بعقود رسمية وقانونية (B. Fraumeni and al., 2000, P.02)؛
- **التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر:** حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بأن يبيعوا لبعضهم البعض، وذلك من خلال المزادات التي تبني في شبكة الانترنت؛

- **التعامل بين مستخدم ومستخدم آخر:** يعمل هذا النوع على تمكين مستخدمي الانترنت على تبادل المعلومات، والاتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء، ومن ثم الاتفاق على أية صفقات تجارية تتم حسب الشروط المتفق عليها، وقد أوجدت برامج خاصة لهذه الغاية والتي تمكن مستخدميها، تجاريون كانوا أم غيرهم بتبادل أطراف الحديث بصور كتابية وسمعية ومرئية (بجياوي نعيمة، 2017، ص 185)؛
- **التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال:** يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع، حيث يتم بواسطة استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها الاتصال بشبكة الانترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والاطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء (بجياوي نعيمة، 2017، ص 185).

3.2. فوائد التجارة الإلكترونية:

أ. فوائد التجارة الإلكترونية للشركات:

- هناك الكثير من فوائد التجارة الإلكترونية التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير منها:
- (جميع نبيلة، 2018، ص 281)
- **عائدات أكبر:** حيث تزيد التجارة الإلكترونية من العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت و التكلفة و الجهد في اجراء الحركات و العمليات اليدوية، و التي تحتاج الى موظفين أكثر و ادارة و كل هذه تتم بشكل تلقائي عبر الانترنت؛
 - **العمل الجماعي:** حيث سهلت التجارة الإلكترونية و ساعدت و نشطت العمل الجماعي من خلال القدرة على مشاركة البيانات عبر الانترنت أو البريد الإلكتروني و الذي سهل وضع حلول سريعة لتبادل المعلومات و اتخاذ القرارات بشكل سريع.
- ب. فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع:

تعود التجارة الإلكترونية بعدة فوائد للمجتمع تتمثل فيما يلي: (جميع نبيلة، 2018، ص 282)

- تمكن الأفراد من العمل أكثر عن بعد، و القيام بتنقلات أقل مما يؤدي الى تقليل الازدحام في الطرق؛
- تسهيل تقديم الخدمات العامة بكلف توزيع أقل، و تحسن نوعية الخدمات الاجتماعية.

رابعا : الشروط الواجب توفرها لتطبيق التجارة الإلكترونية

يتطلب نظام العمل الذي تعتمد عليه التجارة الإلكترونية توفر الشروط الآتية: (يحيأوي نعيمة، 2017، ص185)

- الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات سواء تعلق الأمر بالحاسبات الإلكترونية وتطبيقاتها أو بالاتصالات على مختلف أنواعها؛
- يتطلب الأمر إعادة الهيكلة الكاملة للمؤسسات التجارية وإعادة توزيع الوظائف فيها، مع الأخذ في الاعتبار عوامل المهارة والكفاءة المتميزة والتركيز الشديد على مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات؛
- الانخفاض الكبير في حجم العمالة مقارنة مع حجم العمليات التي يتم تنفيذها بل أن الاتجاه الأغلب هو التحول إلى نوع آخر من العمالة؛
- انخفاض المساحات المخصصة للمكاتب لإدارة العمليات التجارية نظراً لانحصار التعامل الورقي والاعتماد على الوسائط الإلكترونية والمغناطيسية والضوئية في تخزين وتبادل البيانات؛
- الشفافية والوضوح في كافة المعاملات التي تجريها المؤسسة التجارية، وضرورة استخدام تقنيات المعلومات وإبصارها لكافة المستويات التي تطلبها وتقديمها وتعريفها للغير أثناء عملية البحث؛
- تتمحور عمليات الشركة التجارية حول كسب العميل من خلال بناء منظومة تكفل التعامل الذكي معه لتلبية متطلباته وإشباع رغباته من أجل المحافظة عليه.

4.2. المواقع الإلكترونية:

أولاً: تعريف الموقع الإلكتروني:

المواقع الإلكترونية هي جوهر الحضور الإلكتروني للشركات و المنظمات عبر الشبكة العالمية، و هي أكبر من مجرد واجهة الكترونية للشركة كونه يقدم خصائص الشركة في إطار الفهم الإستراتيجي لكل عناصر النجاح للأعمال الإلكترونية (عبد الهادي مسعودي، 2014، ص 177).

عرفتها كريمة عرامة على أنها "عبارة عن مجموعة من الموضوعات والملفات الموجودة على خادم الويب، وهو أيضا عبارة عن مساحات إلكترونية تم شرائها من قبل الشركات المتخصصة في ذلك المجال، وهو وسيلة مملوكة للجهة التي تتوقع الإنفاق عليه وبذلك أصبح وسيلة لخدمة مصالح هذه الجهة التي تتولى الإشراف عليه " (كريمة عرامة، 2018، ص161).

كما عرفه عبد الله عمر خليل بأنه "مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الإنترنت، وهو يحتوي على الكثير من المعلومات كما أنه يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم. فكل موقع مقسم إلى عدة صفحات مع وجود صفحة رئيسية للموقع، وكل صفحة في الموقع هي عبارة عن نسق خاص أو نظام معين ترتب فيه المعلومات بشكل جميل ومنسق سواء كانت نصا أم صوتا أم صورة" (رابح رباب و آخرون، 2016، ص 66).

ويطلق على المواقع الإلكترونية بالإنكليزية Web Sites، و تم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر Uniform Resource Locator URL أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مُستعرض الويب، Web Browser ولها أنواع وأشكال مختلفة، حيث استخدم بعض الباحثون تعبير المواقع الإلكترونية للدلالة عليها (كريمة عرامة، 2018، ص161).

ثانيا: تطوير المواقع الإلكترونية

تعد عملية تقييم المواقع الإلكترونية بمثابة العامل الأساسي لبناء موقع جيد يحقق الفائدة المرجوة منه، ولجذب زائري الانترنت ومستخدميها، وجعلهم يترددون على الموقع باستمرار ليسوا كزائرين فقط بل و مستفيدين أيضا، لهذا فمختلف الشركات في أمس حاجة الى مواقع مبنية بناء جيدا يخدم كافة الأغراض التي يتطلبها العمل البحثي ومستجدات التطور التكنولوجي (عبد الهادي مسعودي، 2014، ص 182).

ارتبط تطور المواقع الإلكترونية بمختلف التطبيقات والبرامج و الخدمات التي وفرتها الانترنت بالموازاة مع تطور هذه الخدمات وسرعة تطور البرامج المتعلقة بتصميمها حيث يمكن تقسيم هذه المراحل إلى أربعة أجيال وهي : (بلال وانيس، 2014، ص61)

1. الجيل الأول : هي مواقع خطية تتكون صفحاتها من نصوص وصور ثابتة.

2. الجيل الثاني : ظهرت سنة 1995 من طرف شركة (Netscape) واستخدمت لغة النص الفائق (html) وهي شبيهة بمواقع الجيل الأول إلا أنها استخدمت الأزرار بدلا من النصوص بالإضافة الى استخدام أشرطة العناوين.

3. الجيل الثالث : يركز على التصميم ولا يهتم بالمهارات التقنية واستخدامات الصور بشكل مكثف لهدف جذب الزبائن كما تطورت بعض البرامج الخاصة بالتصميم ومعالجة الصور.

4. الجيل الرابع : ظهرت المواقع ذات المحتوى الديناميكي والمرتبطة بقواعد البيانات وأصبح يتعدى كونه وسيلة إشهارية إلى قناة توزيع حديثة وتقنية لتبادل المعلومات بين مختلف الأطراف.

ثالثا: مميزات المواقع الإلكترونية

بالإضافة إلى هذه المميزات هناك مميزات أخرى تتصف بها المواقع الإلكترونية منها: (نور الدين هادف، 2008، ص 78)

- جعلت الخدمات المعلوماتية متاحة لملايين المستخدمين؛
- مكنت الحاسبات الآلية من استخدام أنواع مختلفة من نظم التشغيل، ومن عرض خدمات الملتيميديا وفتحت باب الاتصال البشري على مصراعيه وفي جميع المجالات؛
- قدرة مواقع الويب على الجمع بين وظائف العديد من مصادر المعلومات كالإذاعة والتلفزيون والهاتف والأقراص المدججة.

يقدم الويب خدمة معلومات واسعة النطاق من خلال خاصية الخطوط المحورية المتعددة والتي تسمح للمستخدمين بالارتباط عبر أنظمتها بالنصوص والملفات التي تتعلق عليها النص الحوري Hyper Text، ويتضح أن الويب يمتاز عن سواه من الوسائل في عملية الاتصال فقد فاق نظائره من حيث السهولة في إدخال المعلومات أو الحصول على هذه المعلومات وسهولة الدخول إليها أو الخروج المؤقت منها والتحوال من خلاله إلى مواقع أخرى عديدة ومختلفة ولانهائية (نور الدين هادف، 2008، ص 78).

رابعا: أنواع المواقع الإلكترونية: ذكر خالد بن عبد الرحمن الجبري بشكل عام نوعان من أنواع المواقع الإلكترونية وهي (معد عاصي علي، 2018، ص 96):

- **المواقع الساكنة** Statistic Websites: وهي تلك المواقع التي تشتمل على محتوى لا يتغير كثيرا لا يدويا ولا آليا ويظل كما هو لوقت طويل وربما للأبد ويتم تغيير محتواه في العادة إذا ما تم يدويا بواسطة برامج تصميم مواقع الويب؛
- **المواقع المتحركة** Dynamic Websites: وهي تلك المواقع التي تغير مادتها ومحتواها على الدوام وهي القادرة والمهيأة للتفاعل مع الزائر بأساليب مختلفة مثل ما يطلق عليه كعكات HTTP Cookies أو بواسطة المتغيرات مثل متغيرات قاعدة البيانات Database Variables ومتغيرات الملقم Serverside Variables وغيرها.

5.2. حقوق المستهلكين في مجال التجارة الإلكترونية

توجد العديد من الحقوق التي يستفيد منها المستهلكين من خلال قيامهم بمختلف عمليات التجارة الإلكترونية والتي من أهمها ما يلي :

أولا : الحق في الإعلام:

قد عرف بعض الفقهاء في القانون بأن الحق في إعلام المستهلك هو 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 لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة. (دريس فتحي كمال، 2017، ص53).

ثانيا: الحق في حماية الهوية :

ترتبط حماية الهوية مع سلامة وأمن المعلومات التي يتم مشاركتها من قبل المستهلك في سياق عمليات التجارة الإلكترونية، وقد تشمل هذه المعلومات بيانات إسمية أو عدة صور في شكل إلكتروني لغرض إجراء أي معاملة، كما قد تشمل مقر إقامة المستهلك وطبيعة العمل الذي يقوم به وغير ذلك من البيانات التي لا يرغب في الكشف عنها للغير لولا ضرورة المعاملة الإلكترونية لما كشف عنها.

ومع ذلك فإن المشكلة هنا تكمن في ضرورة وجود تدابير أمنية يتم وضعها بحيث لا يتم إساءة استخدام هذه المعلومات كإرسالها إلى متعاملين آخرين دون إذن صاحبها أو طرحها للإطلاع العام وما لذلك من مساس بجرمة الحياة الخاصة للمستهلك، لذلك نجد أن التشريعات الحديثة لحماية المستهلك قد ألزمت المتعاملين في إطار العقود الإلكترونية بضرورة وضع آليات لحماية حرمة الحياة الخاصة للمستهلك، وهذا ما سلكه المشرع الجزائري في قانون العقوبات العام (عبد الرحمان خلفي، 2013، ص18).

ثالثا: الحق في العدول

حق العدول هو الآلية القانونية التي منحها المشرع للمستهلك الذي تعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة بأن يعدل عن عقد أبرمه خلال مدة معينة يحددها القانون دون إبداء أسباب العدول، مع تحمله لمصاريف الرجوع (نسرين محاسنه، 2018، ص194). وهو حسبما نص عليه المشرع الجزائري من خلال تعديل التقنين المدني بخصوص عقد البيع تعديل المادة 412 مكرر6 حق العدول الإلكتروني ، قائلا : للمشتري مهلة سبعة أيام كاملة للتمسك بحقه في العدول دون تسبب ذلك ولا دفع أي تعويض باستثناء مصاريف الإرجاع... إلخ (معزوز دليلا، 2017، ص06).

3. الدراسة الميدانية:

1.3. تسيير وتسوية حسابات المستهلكين في الشركة

أولا: أنواع المستهلكين للكهرباء و الغاز

- **المستهلكين لنوع المنخفض للكهرباء و الغاز BT/BP:** هذا النوع هو الذي يتم توزيعه للزبائن من أجل الاستهلاك وينقسم إلى التوتر المنخفض للكهرباء ويرمز له بالرمز BT، الضغط المنخفض للغاز ويرمز له بالرمز BP، وتصدر الوكالة التجارية لهذا النوع من المستهلكين الفواتير كل ثلاثة أشهر.
- **المستهلكين لنوع المتوسط للكهرباء والغاز MT/MP:** يكون هذا النوع غالبا في المصانع التي تحتاج إلى جهد وضغط متوسط، و تنقسم إلى MT التوتر المتوسط للكهرباء، و MP الضغط المتوسط للغاز مثل المصانع الكبيرة التي لا يكفيها النوع المنخفض التي يكون جهدها (220-380 kv)

بل تحتاج إلى جهد كبير ($kv\ 3000$) ويخصص لها مولد أو محول كهرباء مستقل كما تصدر الوكالة التجارية لهذا النوع من المستهلكين فواتير في كل شهر.

■ **المستهلكين نوع لعالي للكهرباء والغاز HT/HP:** وهو أعلى أنواع التوتر والضغط وينقسم إلى توتر مرتفع للكهرباء ويرمز له بالرمز HT، الضغط المرتفع للغاز ويرمز له بالرمز HP، يستخرج من محطة توليد طاقة كهربائية لتوصيل التيار للاستخدام في المصانع والبيوت. يحمل الكابل بجهد عالي جدا يبلغ 100.000 فولت أو ما يزيد عن ذلك و يكون التيار الكهربائي الذي يجري فيه عادة تيار متردد لا يصلح هذا الجهد العالي للإستخدام العادي مباشرة وإنما يخفض هذا الجهد العالي على مراحل على الطريق إلى نحو 10.000 فولت، ثم إلى نحو 3000 فولت، ويستخدم في المصانع عندما يكون قد وصل إلى 760 فولت. أما الاستخدام في البيوت والإنارة فيخفض الجهد إلى 220 فولت في معظم التراب الوطني .

ثانيا : متابعة حسابات المستهلكين

تقوم المؤسسة في تعاملاتها مع الغير بإعداد الفواتير حسب نوع الزبون وقد اتخذت عدة طرق للتسديد، وإجراءات التحصيل قد تكون عن طريق الصناديق المتواجدة على مستوى الوكالات التابعة للشركة أو عن طريق الدفع المباشر في الحساب البنكي أو البريدي للشركة أو عن طريق التحويل باستعمال البطاقة الذهبية من حساب الزبون الى حساب الشركة مباشرة، وقبل التطرق الى خطوات المتابعة لمعرفة طرق التسديد ومعرفة سبل حماية حقوق المستهلكين للكهرباء والغاز سنتعرف أولا عن انواع الزبائن المستهلكين للكهرباء والغاز في الشركة .

2.3. حقوق وأنواع الفواتير والخدمات الموجهة لمستهلكي الكهرباء والغاز:

أولا الحقوق : إن من أهم الحقوق المكفولة قانونا للمستهلكين هو حق إختيار التسعيرة المحددة في قرار وزارة الطاقة ولنأخذ على سبيل المثال التعريفات المطبقة على المستهلكين للتوتر المنخفض وفق ماهو مبين في الجدول التالي :

الجدول 1: التعريفات المطبقة لزيائن التوتور المنخفض (زيائن استعمال منزلي)

سعر الطاقة الفعالة سنتيم د,ج/ كيلو واط ساعي					سعر القدرة الموضوعية في المتناول د,ج/ كيلوات شهر	الإتاوة الثابتة د,ج/ شهر	رمز التعريف	نوع التعريف
ساعات النهار	ساعات خارج الذروة	ساعات الليل	الساعات الكاملة	الذروة				
		120,5	216,45	811,47	29	286,44	51M	التعريف
	178,07			811,47	29	66,4	52M	حسب
486,98		120,5			14,81	66,4	53M	توقيت الإستهلاك
سعر الطاقة الفعالة سنتيم د,ج/ كيلو واط ساعي					سعر القدرة الموضوعية في المتناول د,ج/ كيلوات شهر	الإتاوة الثابتة د,ج/ شهر	رمز التعريف	نوع التعريف
شريحة 4	شريحة 3	شريحة 2	شريحة 1	الذروة				
547,96	481,2	417,89	177,87		4,37		54M	التعريف التصاعدية

المصدر: وزارة الطاقة قرار ق/22-15/لم المؤرخ في 29 ديسمبر 2019 ، المتضمن تحديد تعريفات الكهرباء

والغاز .

ثانيا : أنواع الفواتير الصادرة للزيائن تختلف أنواع الفواتير الصادرة من الشركة باختلاف أنواع

المستهلكين للكهرباء أو الغاز ونذكر منها ما يلي:

■ فواتير على الذاكرة (Facture Sur Mémoire): وهو عداد إداري غير أن هذا النوع من الفواتير التي

يتم استخراجها للإدارة هي فواتير عادية يمكن أن تحتوي على عدة عدادات في فاتورة واحدة، مثل

عندما تقوم البلدية بتسديد فواتيرها تقوم بجمع كل فواتيرها في فاتورة واحدة والتي تسمى بـ FSM.

■ الزبائن العاديين (Abonner Ordinaire): وهم الزبائن ذو الإستهلاك البسيط للكهرباء والغاز مثل

المنزل، المحلات التجارية الصغيرة...إلخ.

■ فواتير الزبون للتوتر المتوسط: يتمثل في الإدارة الكبرى للكهرباء مثل الشركات الصناعية التي تحتاج إلى محول (Transformateur Électrique).

ثالثا : طرق تسديد الفواتير يتم إقتراح عدة طرق لتسديد فاتورة الإستهلاك، يمكن الإعتماد على خيارات مختلفة قد تكون نقدا على مستوى الوكالة التجارية مرفقين بفاتورة الإستهلاك، أو بصك بريدي أو بنكي محرر لفائدة مديرية التوزيع التابع لها، و يودع هذا الصك على مستوى الوكالة التجارية في مكتب البريد بتقديم فاتورة الإستهلاك (أو الفواتير) غير المسددة. الإيداع في الحساب البريدي أو البنكي يكون حسب الرقم المشار إليه في الفاتورة أو عن طريق الإقتطاع المباشر من الحساب البريدي الجاري للزبون وفقا لإتفاق مسبق بينه وبين الشركة، كما يشترط على المستهلك أيضا مهلة تسديد الفاتورة المتمثلة في 15 يوما من تاريخ تقديمها، بعد المهلة المحددة تحتفظ الوكالة التجارية بحق قطع الطاقة دون سابق إشعار ويتم إعادة التموين بالطاقة (في حالة القطع) بدفع المبالغ المستحقة مع إضافة تكاليف القطع وإعادة التوصيل.

رابعا : الخدمات الموجهة لمستهلكي الكهرباء والغاز

1- خدمة الإطلاع على فاتورة الإستهلاك عبر الأنترنت:

تسمح الأنترنت بتوفير خدمات للمستهلكين عن طريق موقعها الإلكتروني في الإطلاع على طريقة التسديد الإلكتروني للفاتورة وكذا خدمة الرسائل القصيرة بالإضافة إلى الإطلاع على الفاتورة الكترونيا. و للاستفادة من هذه الخدمات من طرف المستهلكين للكهرباء والغاز يتم تتبع الخطوات التالية:

- الدخول للموقع الإلكتروني الخاص بالشركة الجزائرية للكهرباء و الغاز و الذي هو www.sdc.dz.

بعد ولوج الموقع يعرض اختيارات اللغة التي تسمح للمتصفح باختيار اللغة المفضلة له ومن تم الحصول على الخدمات المتاحة للزبون والموضوعة تحت تصرفه وفق ما هو مبين في الشكل 01.

الشكل 01. الخدمات المقدمة من طرف شركة سونلغاز للزبائن .



المصدر: الموقع الإلكتروني للشركة

http://www.sdc.dz/sdcara/spip.php?page=services_client يوم 2019/11/23 الساعة 18.56

- تسديد الفاتورة الإلكترونية في الشركة: يتم التسديد الإلكتروني للفواتير والحصول على جميع المعلومات المتعلقة بالمستهلكين عن طريق اختيار التسجيل في البوابة وذلك بعد ادخال اسم المستعمل ووضع كلمة السر، ومن تم ملئ استمارة الزبون التي يعرضها الموقع والمثلة في الشكل التالي :

الشكل 02. إستمارة معلومات الزبون على موقع شركة سونلغاز

المصدر: الموقع الإلكتروني للشركة

http://www.sdc.dz/sdcara/spip.php?page=services_client يوم 2019/11/23 الساعة 18.56

- بعد ملئ المعلومات الضرورية في الإستمارة وإدراج الرقم التعريفي للمستهلك والمتكون من 15 رقم، يقوم بحفظ البيانات بعد تسجيل الدخول من جديد وبعد كتابة إسم المستخدم وكلمة المرور يستطيع المستهلك الإطلاع على فاتورة الإستهلاك الأخيرة وفق ما هو مبين في الشكل 03.

الشكل 03. مثال عن فاتورة إلكترونية لزيون

Nom et Prénom : ABBAS AISSA BEN YAHIA					
Lieu de consommation : CAR ESSOUR BENI ISGUEN					
Facture N° : 864170201432			Période : 1er Trimestre 2017		
Date facture: 06.02.17					
	Numéro compteur	Index Nouveau	Index ancien	Consommation (kWh/TH)	Montant energie HT (DA)
ELEC	003877	34569	34483	86	231,63
GAZ	005851	5709	5709	0	85,50
Soutien de l'état:		150,56			
Droits & Taxes:		175,00			
Montant HT:		341,57			
TVA :		22,21			
CIÉ EBP					
665					
Total TTC (Sans Timbre)					
Palement poste ou Chèque					
363,78					
Droit de timbre 5,00					
Total TTC					
Palement en espèces					
368,78					

المصدر: موقع الشركة بعد إدراج معلومات الزبون.

بعد إظهار الفاتورة بإمكان الزبون تحميلها ومن تم دفع قيمتها مع العلم أن دفع قيمتها يكون عن طريق التوجه إلى أحد الوكالات التجارية التابعة للشركة أو عن طريق الدفع المباشر في ساب الشركة لدى مركز البريد أو الحساب البنكي أو عن طريق إستعمال البطاقة الذهبية .

2- خدمة أعلمني :

خدمة جديدة إستحدثت للتواصل بين مديريات توزيع الكهرباء والغاز الموزعة على مستوى الوطن مع زبائنها وهذه الخدمة تتمثل في نظام تواصل بواسطة الرسائل النصية القصيرة (SMS) عبر الهاتف النقال وكذا عبر البريد الإلكتروني من أجل إعلام الزبائن بالعديد من المعلومات الهامة مثل إنقطاع الكهرباء أو الغاز بسبب الأشغال، التذكير بأجال تسديد الفواتير وغيرها من المعلومات الأخرى، ولإنجاح هذه الخدمة يطلب من الزبائن تقديم أرقام هواتفهم النقالة إلى الوكالات التجارية الممونة لهم من خلال ملء إستمارة البيانات المتعلقة بهذه الخدمة.

3.3. تقييم خدمات موقع شركة سونلغاز

أولاً : التعريف بمجتمع وعينة الدراسة

يعتبر مجتمع الدراسة جميع مستهلكي خدمات الكهرباء والغاز لدى شركة سونلغاز ، وقد تم إختيار عينة الدراسة من خلال إعداد إستبانة إلكترونية وتوزيعها في بعض مواقع التواصل الإجتماعي للأفراد المبحوثين (إستهلاك ذاتي ، إستهلاك مؤسساتي) لمعرفة آرائهم و الإستعانة بها للإجابة عن إشكالية الدراسة يتم التطرق إليها بالتفصيل من خلال المحور الموالي.

ثانياً: دراسة عينة من مستهلكي شركة سونلغاز تم تصميم إستبيان إلكتروني خلال يوم 2020/02/14 وتوزيعه إلكترونيًا في مختلف المواقع الإلكترونية لاسيما مواقع التواصل الإجتماعي لأخذ آراء أكبر عينة من مستهلكي الكهرباء والغاز لدى شركة سونلغاز خلال مدة وجيزة (24 ساعة) ، وقد كانت النتائج كما يلي:

الشكل 04. يوضح نموذج إستبيان إلكتروني موجه لمستهلكي شركة سونلغاز

نموذج حول موقع سونلغاز

وصف النموذج

عزيزي المستهلك هل تعلم ان سونلغاز موقع الكتروني يقدم مختلف الخدمات

نعم اعلم

لا اعلم

اعلم ولكن الخدمات غير جيدة

اعلم والخدمات جيدة

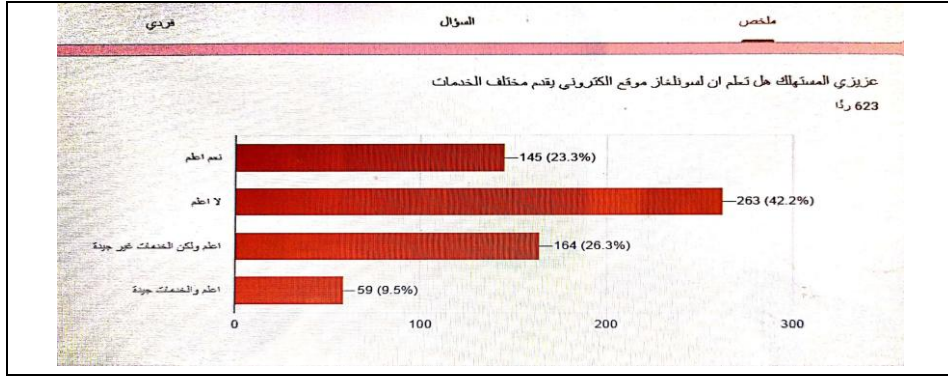
المصدر : نموذج من إعداد الباحثين .

حيث يبين الشكل أعلاه مجموعة من أسئلة بسيطة مغلقة تتضمن معرفة ودراية المستهلك بموقع شركة سونلغاز الإلكترونية أم لا ، بالإضافة إلى الاستفسار ومحاوله معرفة إن كانت هذه الخدمات الإلكترونية من خلال الموقع تقدم بشكل جيد للمستهلك أم لا .

بعد أن تم توزيع هذه الاستمارة في عدة مواقع إلكترونية تم الحصول على النتائج المبينة من خلال الشكل

التالي :

الشكل 05. يوضح نتائج الاستبيان الإلكتروني الموجه لمستهلكي شركة سونلغاز



المصدر : مخرجات نموذج الإستبيان الإلكتروني بتاريخ : 2020/02/15 .

يبين الشكل أعلاه مخرجات نموذج الإستبيان الإلكتروني الموجه لمستهلكي شركة سونلغاز بخصوص خدمات موقع الشركة .

حيث نلاحظ أن إجمالي عدد الردود يقدر بـ 623 رد ، كما نلاحظ أن عدد المستهلكين الذي لا يعلمون بوجود موقع إلكتروني للشركة يقدر بـ 263 فرد أي بنسبة 42.2 % وهو عدد يفوق بكثير الأفراد الذين لديهم دراية بوجود موقع إلكتروني والبالغ عددهم 145 فرد أي بنسبة 23.3 % . أما بالنسبة للخدمات المقدمة من طرف موقع الشركة فنلاحظ أن عدد الأفراد المستهلكين الذي يعلمون بوجود هذا الموقع لكن تقييمهم له بخدمات غير جيدة بلغ عددهم 164 فرد أي ما يمثل نسبة 26.3 % في حين أن عدد الأفراد المستهلكين الذي يعلمون بوجود هذا الموقع و تقييمهم إيجابي لخدماته بلغ عددهم 59 فرد أي ما يمثل 9.5 % من العينة المدروسة.

4. خاتمة:

من خلال هذه الدراسة ومن خلال المسح والتحليل النظري للمواقع الإلكترونية وكذا الأساليب المتاحة للزبائن لغرض حماية حقوقهم تم التوصل إلى مجموعة من النتائج نذكر منها ما يلي:

- التجارة الإلكترونية عبارة عن مختلف العمليات التجارية التي تتم من خلال شبكة الأنترنت والوسائل الإلكترونية ، بالإضافة إلى أن المواقع الإلكترونية تمثل جزءا هاما من عمليات التجارة الإلكترونية باعتبار أنها صفحات إلكترونية على شبكة الأنترنت وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى ؛

- تتم حماية حقوق المستهلكين القائمين بعمليات التجارة الإلكترونية من خلال توفير مجموعة من الأساليب والأدوات الإلكترونية من طرف الجهات المعنية لغرض حماية كافة حقوق المستهلكين وهو ما ثبت صحة الفرضية الثانية ؛
- تتم عمليات تسيير حسابات مستهلكي شركة سونلغاز بمستوى مقبول إلى حد ما نظرا لحدثة إستعمال هذه الطرق الإلكترونية من طرف العاملين و كذا قلة الفئة التي لها دراية بوجود موقع إلكتروني للشركة وهذا ما ينفي صحة الفرضية الثالثة .
- كما تم التوصل إلى نتائج عامة يمكن تلخيصها كالآتي :
- تقدم المواقع الإلكترونية خدمات للزبائن في أي وقت وفي أي مكان حيث يمكن للزبون فتح الانترنت وإجراء مختلف العمليات المتعلقة به وحتى تقديم الطعون؛
- تقدم المواقع الإلكترونية خدمة كبيرة للشركات الكبرى وذلك بالاتصال عن بعد مع زبائنها وتقليل الضغط المباشر على فرعها ومكاتبها المتواجدة على مستوى الوكالات؛
- يمكن للزبون دفع مستحقات فاتورته لدى الشركة عن طريق البطاقة الذهبية (الدفع الإلكتروني) أو الدفع في الحساب البريدي أو البنكي للشركة دون التنقل الى مقر الشركة مما سيوفر عليه الوقت وعناء التنقل؛
- بإمكان الزبون الاستفادة من مبلغ الطابع في فاتورة الكهرباء والغاز في حالة الدفع الإلكتروني للفاتورة أو استعمال البطاقة الذهبية.

5. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- B. Fraumeni, M. Manser, T. Mesenbourg, (2000), Government Statistics: E-Commerce and Electronic Economy, The Federal Economic Statistic, Advisory Committee.
- Kenneth C. Laudon & Carol Guericio Traver, (2001), E-commerce, by Eyewire, USA.

الأطروحات:

- بلال وانيس، (2014)، المواقع الإلكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية دراسة مقارنة بين موقعي جامعة بسكرة وجامعة ورقلة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر.
- فالق شيرة فاطمة، (2018)، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، الجزائر.
- كاشم محمد ياسين، خلادي محمد الأمين، (2016)، التجارة الإلكترونية - دراسة حالة الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي-مغنية، جامعة أبو بكر بلقايد، الجزائر.
- هادف نور الدين، (2008)، التكنولوجيا الحديثة للاتصال استخدامات و اشباكات، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم التكنولوجية، جامعة الجزائر.

المقالات:

- دريس فتحي كمال، قراءة في النصوص القانونية المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام والعدول عن العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري والتونسي، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 01 ، العدد 01 ، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، (2017) ، ص 53 .
- عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري- دراسة مقارنة، مجلة جامعة النجاح للأبحاث "العلوم الإنسانية" ، المجلد 27 ، العدد 01 ، فلسطين ، سنة 2013، ص 18.
- يحيياوي نعيمة، يوسف مريم، (2017)، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 6، ص ص 179-192.
- نسرين محاسنه، حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، السنة 06 ، العدد 04 ، سنة 2018 ، ص 194.
- عبد الهادي مسعودي، (2014)، المواقع الإلكترونية ومتطلبات تطويرها في الخدمات البنكية: دراسة مسحية، دراسات العدد الاقتصادي، المجلد 5، العدد 1، ص ص 175-193.

- كريمة عرامة، (2018)، إتجاهات المواقع الإلكترونية الإسلامية في مواجهة الإسلاموفوبيا - دراسة تحليلية لموقعي "شبكة الألوكة" و"CCIF"، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 1، العدد 2، ص ص 159-180.
- جعيح نبيلة، (2018)، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد، المجلد 2، العدد 2، ص ص 273-292.
- رابح رباب، عبد الرحمن قدي، (2016)، أنشطة التعليم العالي في المواقع الإلكترونية الجامعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 24، ص ص 63-80.
- معزوز دليمة، حق المستهلك في العدول عند تنفيذ العقد الإلكتروني، مجلة معارف، العدد 22، السنة 12، جامعة اكلي محند أولحاج، البويرة، 2017، ص 06.
- معد عاصي علي، (2018)، دور المواقع الإلكترونية الإسلامية في تشكيل اتجاهات جمهور مدينة كركوك نحو مصداقية المضمون فيها بعد سقوط النظام العراقي 2003، دفاثر السياسة والقانون، العدد 18، ص ص 89-128.

المدخلات:

- زايري بلقاسم، دلوباشي علي، (2002)، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونة، الأردن.

مواقع الأنترنت:

- موقع الشركة الوطنية للكهرباء والغاز يوم 2019/11/23 الساعة 18.56
http://www.sdc.dz/sdcara/spip.php?page=services_client