جامعة زيان عاشور -الجلفة-
Zian Achour University of Djelfa
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of Law and Political Sciences

قسم الحقوق

تحديات التجارة الالكترونية و حماية المستهلك

مذكرة ضمن متطلبات
نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال

إعداد الطالب :
- مريم محمدي
-

إشراف الأستاذ:
-د. درماش بن عزوز

لجنة المناقشة

-د/أ. ونوقي جمال	رئيسا
-د/أ. درماش بن عزوز	مقررا
-د/أ. داودي صحراء	ممتحنا

الموسم الجامعي 2021/2020

شكر وتقدير

الحمد لله الواحد القهار العزيز

الغفار مكور الليل في النهار

احمده ابلغ حمد وأزكاه واشمله وآمناه واشهد أن لا إله

إلا الله البر الكريم واشهد أن محمد عبده ورسوله وحبيبه

وخليله الهادي إلى الصراط المستقيم و الداعي إلى الدين

القويم والصلاة والسلام عليه وعلى سائر النبيين

بعد انتهاء هذا العمل المتواضع وقبل كل شيء نشكر كل

الشكر الأستاذ " **درماش بن عزوز** "على مساعدته

ونصائحه..

الشكر لكل الأساتذة بكلية الحقوق والعلوم السياسية

و بالخصوص أساتذة "قسم الحقوق "

وإلى عمال الإدارة والمكتبة

وإلى كل من

ساندنا ولو بكلمة طيبة...

وسدد الله خطانا في ما يحبه ويرضاه

إهـــــــــــداء

- إلى حبيبة القلب ورفيقته، إلى من تطيب لي الحياة بقربها، إلى معلمتي وملهمتي،
- أمي الغالية نصيرة لغواطي حفظها الله.
- إلى من أحمل اسمه بافتخار والدي الحبيب الأستاذ فارس عبد الرحمان.
- إلى أمي الثانية فاطمة الزهراء قروي.
- إلى أبي الثاني أحمد عمارة.
- إلى أخواتي .إشراق.سمية..
- إلى إخواني محمد عياد و توفيق بهناس.
- إلى بنات إخواني دعاء .ضحى .ايمان شام .فضيلة
- إلى الدكتور شرف الدين .سيدي عبد القادر.
- إلى زميلاتي الغاليات أميرة خمخام .أمينة غيوب .الهام لونيسي .هدى برمول .
- إلى كل من علمني ووجهني طوال مساري الدراسي.

مريم

مقدمـــــــــــة

مقدمة

في ظل التطور الذي يشهده العالم اليوم في مختلف المجالات، خاصة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات حيث تعتبر التجارة الالكترونية إحدى أهم أفرزتها والتي تسعى إلى تسير وتطوير التجارة الدولية، وكسر حاجز الزمان والمكان وفق ما تقتضيه العولمة التي فرضت نفسها على العالم وفي مختلف القطاعات وبالتالي أضحت من ركائز النظام الاقتصادي العالمي الجديد، ومن أهم الميكانزمات التي تعتمدها عولمة المشروعات التجارية والإنتاجية.

تشمل التجارة الالكترونية معاملات تجارية متمثلة في حركة البيع والشراء وتحويلات البنكية للأموال من خلال شبكة الانترنت، بل وتطور الأمر إلا أبعد من ذلك لتشمل بيع وشراء المعلومات نفسها بالتوازي مع السلع والخدمات، حيث تجاوز حجم التجارة الالكترونية عالميا 300 مليار دولار وبالتالي أصبح من ضروري على الأنظمة الاقتصادية أن تتكيف وفق ما تقتضيه الساحة الدولية من انفتاح تجاري على الأسواق العالمية.

لما تتمتع به التجارة الالكترونية من خصوصية نتيجة اعتمادها على تكنولوجيا الاتصال، وبالتالي ظهور عقود حديثة تربط بين أطراف المعاملات التجارية تعرف بالعقود الالكترونية التي غيرت مفهوم القوة الملزمة للعقد وفق ما كانت عليه في السابق حيث تكيفت الأنظمة القانونية الدولية وفق ما يتناسب مع طبيعة العقود الالكترونية التي يعتبر المستهلك هو الطرف الضعيف في معامل التجارية لذا وجب تدخل القانون لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك الالكترونية في ظل تغيرات المراكز القانونية خلال إبرام العقد.

وهذا ما دفعنا لطرح الإشكالية التالية:

ماهي الآليات التي يتم اعتمادها من طرف المشرع لتوفير الحماية للمستهلك الالكتروني في ظل انتشار التجارة الالكترونية ؟

تندرج ضمن الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

– فيما تتمثل الآليات والطرق القانونية التي تعمل على توفير الحماية للمستهلك الالكتروني؟

– ما مدى فعالية النصوص القانونية في التشريع الجزائري في تحقيق الحماية الفعالة والكافية للمستهلك الالكتروني؟

– ما هو المفهوم العام للتجارة الالكترونية؟

أهمية الموضوع

تكمن أهمية الموضوع كون أن التجارة الالكترونية قد أحدثت نقلة نوعية هائلة على التجارة ،بحث تمكنت من تغيير ثقافة المعاملات التجارية حول العالم ،وكذلك تتميز بأن لها منفعة تعود على كل من الأفراد والشركات والمجتمع على حد سواء .

أهداف الموضوع

تسليط الضوء على التجارة الالكترونية كونها تعتبر من المفاهيم الحديثة بالنسبة للعالم الاقتصادي.

الوقوف عند ايجابيات وسلبيات التجارة الالكترونية لتحديد أهم معوقاتها ،ليتم تداركها في المستقبل القريب .

تحديد الآليات التي تم إتباعها من طرف التشريعات المقارنة لتوفير الحماية للمستهلك الالكتروني.

أسباب اختيار الموضوع

تناولنا موضوع التجارة الالكترونية وحماية المستهلك الالكترونية نظرا لكونه من المواضيع الحديثة والتي تحظى باهتمام كبير على الصعيد العالمي لارتباطها بالاقتصاد الذي يعتبر من أهم القطاعات التي تسعى الدول على استقرارها.

وعلى الصعيد الشخصي المتمثل في الاهتمام بكل ما هو حديث خاصة لما لتجارة الالكترونية من تداعيات على الحياة الاجتماعية بصفة عامة

وجهتنا صعوبات متمثلة في كون الموضوع حديث ومتشعب، حيث يوجد كم هائل من المعلومات ويصعب التحكم فيها وضبطها وانتقاء المعلومات التي تخدم الموضوع، صعوبة التحصل على المراجع من المكتبات لخصوصية تسير المكتبات .

ومع الإشارة أنه لا توجد تسهيلات لطلبة الباحثين من طرف جامعتنا للاشتراك في المكتبات (أونلاين) والاستفادة من المراجع.

توجد دراسات للموضوع غير أنها تدرس جانب واحد من الموضوع سواء المفهوم العام لتجارة الالكترونية أو آليات حماية المستهلك على عكس ما قمنا به نحن من دمج الموضوعين معا نظرا منا على أنهما مرتبطان فلا يمكن تصور توفير حماية للمستهلك الالكتروني دون الوقوف عند المفاهيم الأساسية للتجارة الالكترونية.

– امدالو هام ولحسن سهام، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة ماستر، جامعة بجاية، 2013/2012

– خالد طيهار، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة شهادة الماستر أكاديمي، جامعة المسيلة، 2019/2018

– صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة شهادة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران، 2014/2013.

وفي دراستنا لموضوع التجارة الالكترونية وحماية المستهلك الالكتروني اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي وقمنا بتقسيم البحث إلى فصلين حيث تناولنا في الفصل الأول الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية والفصل الثاني آليات حماية المستهلك الالكتروني.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية والتي تجاوز حجمها 300 مليار دولار قد فرضت نفسها على المؤسسات الصغير والكبيرة مثل شركات متعددة الجنسيات ، ومع التوسع الذي تعرفه المعاملات الاقتصادية بصفة عامة والمعاملات التجارية بصفة خاصة ،في ظل اقتصاد رأس مالي يغلب عليه طابع العولمة والتي تدعو للانفتاح على العالم بالتجارة الالكترونية وجعل العالم قرية صغيرة وذلك بإلغاء الحواجز الزمنية والمكانية ،بالتطور الكبير الذي تشهده تكنولوجيا الاتصالات .

ولان التجارة الالكترونية موضوع حديث النشأة ،فان تحديد مفهومها تعرض إلى اختلافات كثيرة ومتعددة من حيث وجهات نظر المعرفين ،لكن رغم اختلافها إلا أنها تصب في مضمون واحد.

المبحث الأول: التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الالكترونية من الظواهر الحديثة نتيجة التطور السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والانتشار الواسع لاستعمال شبكة الانترنت، حيث أخذت بالتوغل في حياتنا اليومية وفرضت نفسها على الاقتصاد العالمي حيث أضحت واقع لابد من التكيف معه رغم كل الصعوبات والتحديات.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية.

التجارة الالكترونية لم تظهر فجأة أو عن طريق الصدفة بل هي نتاج عمل فكري ومجهودات بشرية جبارة أخذت في التطور، واستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة شبكة الانترنت

الفرع الأول: نشأة التجارة الالكترونية

لم تظهر التجارة الالكترونية فجأة بل مرت بمراحل عديد والتي شملت المراحل المختلفة التي مرت بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العالمية، وخاصة شبكة الانترنت والتي تعتبر الوسيلة الأساسية لها.[1]

حيث يرجع أصل نشأة التجارة الالكترونية الى الولايات المتحدة الأمريكية ،ثم انتشرت بعدة ذلك في جميع أنحاء المعمورة [1].

1) د/خالد ممدوح ابراهيم، عقود التجارة الالكترونية (في القانون الاتحادي لدولة الامارات العربية المتحدة رقم1لسنة2006بشأن المعاملات والتجارة الالكترونية)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ت4843132، (2020م) ص 25

جيت أن تطبيقات التجارة الالكترونية بدأت في أوائل السبعينات من القرن الماضي ، ومن بين أكثر التطبيقات شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونية للأموال Electronic Fund Trans fers. الا أن مداه كان محدود لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من الشركات الصغيرة ،إلى أن ظهر التبادل الالكتروني للبيانات (EDI) ،حيث كانت كافة القطاعات من خلال المنشآت الكبيرة تتعامل به ،وبعد ظهور الانترنت لأغراض تجارية خلال تسعينات القرن الماضي ،فجرة ظاهرة التجارة الالكترونية عالميا وفي جميع الميادين التجارية ،لأنها أصبحت ضرورة اقتصادية [2]،وكان المحلل الاقتصادي Jeff Bezoes أول من أنشاء موقع لبيع الكتب بالتعاون مع شركة Amazon.com،

الفرع الثاني: مفهوم التجارة الالكترونية

مفهوم التجارة الالكترونية يتكون من مقطعين:

الأول التجارة commerce يعبر عن نشاط تجاري واقتصادي معروف عند العام والخاص، ويتم من خلاله تداول السلع والخدمات وفقا لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها.

الثاني الالكترونية Electronic والمقصود به هو القيام بأداء النشاط الاقتصادي التجاري باستعمال تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الانترنت .[3]

وردة عدة تعريف لتجارة الالكترونية نذكر منها:

"اداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة"[4].

"هو كل شكل من أشكال الاتصال ،يستهدف تسويق بصورة مباشر أو غير مباشرة سلع أو خدمات أو اصدار مشروع أو منظمة أو شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهنة منظمة"[1].

---

1) خالد ممدوح ابراهيم، المرجع نفسه، ص24

2) هاني السباخي، الامارات العربية المتحدة –الفجيرة جامعة العلوم الابداعية، كلية الحوسبة والاعمال نظم المعلومات الادارية (2013م)، ص7

3) مصطفى يوسف كافي، التجارة الالكترونية، دار ومؤسسة رسلان اللاذقية، (2008م) ص 7

4) محمد الفاتح محمود المغربي، التجارة الالكترونية E-COMMERCE، دار الجنان لنشر والتوزيع ،2016، ص 12

"التجارة الالكترونية هي الخطوات التي تتم بها عمليات البيع والشراء والمبادلة للسلع والخدمات والمعلومات عبر شبكات الحاسوب "[2].

كما عرفها الاتحاد الأوربي بأنها :كل أنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حده وبين الادارات الحكومية.[3]

تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية DECD

تشير أن التجارة الالكترونية تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات والأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات سواء كانت مكتوبة أو مرئية أم مسموعة هذا بالإضافة الى شمول الأثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونيا ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة.

تعريف منظمة التجارة العالمية

"أنها مجموعة متكاملة من عمليات انتاج وتوزيع المنتجات بوسائل الكترونية ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة الكترونيا الكتب ،القطع الموسيقية ...[4]

ومنه يتضح أن التجارة الالكترونية هي عبارة عن معاملات تجارية كبيع وشراء السلع وتوفير الخدمات، تستعمل فيها كافة أنواع تكنولوجيا الاتصال وبالخصوص شبكة الانترنت التي تعد الوسيلة الأكثر استعمالا.

الفرع الثالث: أنواع التجارة الالكترونية

توجد تسعة أنواع من تطبيقات الانترنت على الأنشطة التجارية وعلى أنشطة تبادل المعلومات موضحه في الجدول التالي:

---

1) محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الالكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار حميثرا للنشر والترجمة .(2017م)، ص 32

2) محمد نور صالح الجدايه و د/سناء جودت خلف، (2009م)، ص 24

3) خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص32

4) التجارة الالكترونية، دراسة تطبيقية على المكتبات، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، السلسلة الثانية، فرص وفوائد التجارة الالكترونية للموردين والمستهلكين 29

	حكومة	شركة	مستهلك
حكومة	حكومة لحكومة G2G	حكومة لشركة G2B	حكومة لمستهلك G2C
شركة	شركة لحكومة B2G	شركة لشركة B2B	شركة لمستهلك B2C
مستهلك	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لمسهلك C2C

الشكل (1)

– التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية مع بعضها البعض G2Gكأن تؤجر وزارة ما ممتلكات خاصة بها لهيئة حكومية باستعمال أحد الوسائط الالكترونية.

– التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والمنشآت G2B ومن أمثلتها ما يتعلق بالضرائب والأوضاع النقدية والمالية التي تنشرها الحكومة على الانترنت.

– التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين G2C كتقديم خدمات معينة للمستهلكين من طرف الحكومة على الشبكة .[1]

– التعاملات فيما بين المنشآت والأجهزة الحكومية B2Gكأن تقدم المنشآت عروضها في المناقصات الحكومية من خلال شبكة الانترنت.

– التعاملات فيما بين المنشآت بعضها البعض B2B تتمثل في مختلف المبادلات التي تنشأ بين المنشآت، وتتم عبر الانترنت أو من خلال الوسائط الالكترونية المختلفة.

– التعاملات فيما بين المنشآت والمستهلكين B2Cكقيام المنشآت بعرض مختلف منتجاتها للجمهور من خلال الانترنت .[2]

1) مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق، ص13

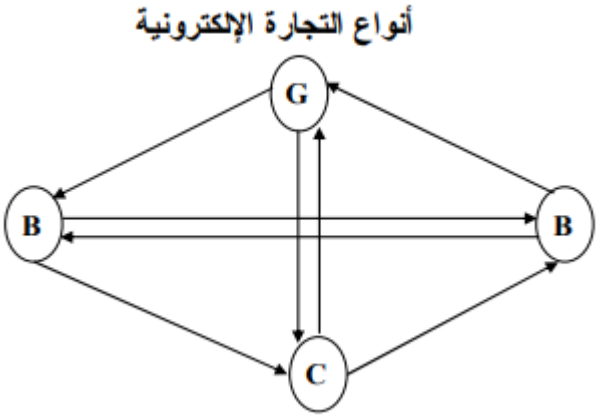
2) فاطنة بخاري (جامعة سيدي بلعباس)، محمد سعيداني (جامعة تلمسان)، التجارة الالكترونية بين التطبيق والمأمول –دراسة حالة الجزائر– ملتقى الدولي: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية 02.03 ديسمبر 2019، ص 75.76

– التعاملات فيما بين المستهلكين والحكومة C2G كقيام المستهلكين بدفع الرسوم تلقاء خدمات معينة من خلال وسائل الدفع الالكتروني.

– التعاملات فيما بين المستهلكين والمشات C2Bكالمشاركة في مزادات تقيمها المنشاة من خلال الانترنت.

– التعاملات فيما بين المستهلكين أنفسهمC2C وخير دليل على ذلك المواقع التي أنشأتها شركة ebay.com التي تمكن المستهلكين من تبادل عدد غير محدود من السلع والخدمات ،وغيرها من المواقع التي تقدم نفس الخدمات.[1]

يمكن اختصار انواع التجارة الالكترونية وفق المخطط التالي



الشكل (2)

1) مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق، ص 15

الشكل (2) أنظر http://197.251.104.104:8080/jspui/bitstream ،ص 7

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للتجارة الالكترونية

تتميز التجارة الالكترونية بعد خصائص نذكر منها:

1- الطابع العالمي للتجارة الالكترونية:

بسبب استخدام الوسائل التقنية والتكنولوجية الحديثة وخصوص شبكة الانترنت تعدت التجارة الالكترونية الحدود الجغرافية والمكانية ،والتي كانت من أبرز عيوب التجارة التقليدية ،فأصبح باستطاعة الشركات اليوم أن تصل الى الأسواق العالمية ،مع امكانيتها أن تدير معاملاتها التجارية من خلال الانترنت من أي مكان في العالم.[1]

2- الطابع المتداخل في التجارة الالكترونية:

صعوبة فرض الضريبة على المنتج ،بحيث يختلف الأمر بالنسبة لطريقه التقليدية لتسليم السلع والخدمات ،فقد أصبحت الخدمات تكون على جهاز الحاسوب مثل تقديم دروس اونلاين أو بيع الكتب والأفلام ،مما فرض على المؤسسات التأقلم لمواكبة التغير الذي فرضته التجارة الالكترونية [2].

3- غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الالكترونية:

الاتصال بين طرفي المعاملات التجارية يكون عن بعد ،اي غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة وبالتالي خلق فضاء أو سوق افتراضي ،وهذا ما يؤدي الة نتيجة حتمية وهي انعدام التعامل بالوثائق والاعتماد على ركائز الالكترونية [3].

4- وجود الوسيط الالكتروني:

التعبير عن ارادة بين الطرفين المتعاقدين رغم اختلاف مكان وزمان ،عن طريق ارتباط جهاز الحاسوب بشبكة الاتصالات الدولية برغم من حدوث حالات استثنائية تؤدي الى عدم وصول

---

1) محمد عمر الشويرف، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، زهران للنشر، ص 61

2) صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة شهادة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية –جامعة وهران–(2014م)، ص 20

3) محمد الفاتح محمود المغربي، المرجع السابق، ص46

الرسائل بصورة طبيعية بسبب مشاكل في الانترنت ،غير أنه يتم العمل على حل مشاكل شبكة الانترنت لتوفيرها بصورة دائمة وطبيعية .[1]

الفرع الثاني: ايجابيات وسلبيات التجارة الالكترونية

أولا: ايجابيات التجارة الالكترونية.

– تحقيق نسبة عالية من الأرباح بسبب فاعلية التسويق لأنها تعتبر وسلة فعالة للوصول إلى الأسواق العالمية في وقت واحد وبدون انقطاع طوال أيام السنة .[2]

– أتاحت للمستهلك الفرصة الإبحار عبر شبكة الانترنت من خلال حاسوبه ومن أي مكان يريده إمكانية التسوق في أي وقت يريده، مع زيادة رقعة خياراته واحتياجاته ،وكذا السرعة في الحصول على المنتجات التي يطلبها بأسرع وقت ممكن ،مع امكانية حصوله على السلع والخدمات بأقل التكاليف . [3]

– بالنسبة لدول الفقيرة وفرة امكانية الاستفادة من الأدمغة البشرية المتوفرة لديها بأعلى عائد ممكن ،وبالتالي يساهم ذلك في تسريع اتمام البنية التعليمية والاجتماعية على نحو مغاير.[4]

– تسمح التجارة الالكترونية لدول عالم الثالث بأن يمتلكوا منتجات وسلع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية ،مع امكانية تحصل على خدمات شهادات جامعية أجنبية [5]

ثانيا: سلبيات التجارة الالكترونية.

رغم كل المميزات التي تتميز بها التجارة الالكترونية، الا أنها لا تخلو من سلبيات نذكر منها:

– معوقات قانونية ،القواعد العامة التي يرتكز عليها الاختصاص القضاء الدولي يصعب تطبيقها في المعاملات التجارية بسبب أنها لا تعرف حدود جغرافية ولا زمان معين ،لأنها تعتمد على

1) سمير برهان، الجوانب القانونية للتجارة الالكترونية، مجموعة باحثين، المجلس الأعلى لثقافة، القاهرة،2003، ص 100

2) محمد عبد الله شاهين، المرجع السابق، ص 19

3) سناء جودت خلف، محمد نور صالح الجداية، تجارة الكترونية، ص36

4) باسم أحمد المبيضين، التجارة الالكترونية ،2010، ص 25

5) هاني السباخي، المرجع السابق، ص 19

الصفة الافتراضية وليس من الممكن أن تحصر في مكان محدد ،وبخصوص المشكل القانوني المتعلق بصعوبة تحيد القانون الواجب التطبيق بسبب أن الانترنت تتميز بصفتها الدولية.[1]

– مشكلة الأمن والانضباط على الانترنت الذي يعتبر من أهم المشاكل التي تثيرها التجارة الالكترونية ،بسبب أن التعاملات المالية ووسائل الدفع الالكترونية التي يسهل اختراقها ،ومشاكل التقنية التي تثيرها الانترنت ،وهي عدم استطاعتها حفظ سرية البيانات الشخصية للمتعاملين.[2]

– عدم قدرة المشتري من تفحص المنتوج بطريقة عينية قبل الاقدام على شراءه بسبب الطابع اللامادي الذي تفرضه التجارة الالكترونية [3]،بالإضافة الى هدر وقت ومال المستهلك بسبب كثرة المواقع التي تعرض السلع بطريقة عشوائية .

بالإضافة الى عدة مشاكل أخرى بسبب التطور السريع التي تتميز به التجارة الالكترونية.

1) معوقات التجارة الالكترونية ومتطلبات النظام القانوني لمواجهتها (دراسة مقارنة)، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد 02، (2017)، ص678

2) فضيلة بوطورة، د/نوفل سمايلي، التجارة الالكترونية بين الضرورة وفعالية اليات حماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي، مجلة الاقتصاد الصناعي، جامعة العربي التبسي –تبسة–العدد 01(2019م)، ص 344.

3) محمد عمر الشويرف، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد ،2013، ص 84

المبحث الثاني: مفهوم المستهلك الالكتروني.

يعد مصطلح المستهلك من أقدم المصطلحات استخداما على صعيد الدراسات القانونية أو التجارية أو الاقتصادية، الا أن اختلاف وسيلة التعاقد في المعاملات التجارية الالكترونية واختلاف طريقة الاستهلاك الالكتروني، غيرة طبيعة المستهلك من مستهلك عادي بالنسبة للتجارة التقليدية الى مستهلك الكتروني.

المطلب الأول: تعريف المستهلك الالكتروني.

نظرا لأهمية التي يتمتع بها المستهلك كطرف أساسي في المعاملات التجارية قام الفقه بتقديم تعاريف تتمحور بين التعريف الموسع للمستهلك والتعريف الضيق له.

عرفه الفقه بمفهومه الواسع ب "كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية ".

وبمفهومه الضيق عرفه ب "المستهلك كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجياته الشخصية والعائلية "[1].

التوجيه الأوروبي رقم 97/7 فقد عرف المستهلك ب " كل شخص طبيعي يبرم عقدا من تلك التي تخضع لهذا التوجه لأغراض لا تدخل في مجال نشاطه المهني "،غير أن جانب كبير من الفقه يذهب الى إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي كالجمعيات أو النقابات شريطة أن لا يكون غايتها هو تحقيق الربح[2].

غير أن التعريفات السابق ذكرها تتحدث عن تعريف المستهلك بصفة عامة لأن الفارق بينه وبين المستهلك الالكتروني هو الوسيلة المستعملة فقط.

بالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرف المستهلك في نص المادة 3 فقرة 02 من القانون 04-02 أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

1) خالد ممدوح ابراهيم، ابرام العقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، أمام كلية الحقوق الاسكندرية ،2011م، ص 422

2) خالد ممدوح ابراهيم، المرجع نفسه، ص423. 424

وتأكيدا لتعريف المستهلك من المشرع الجزائري فقد جاء تعريفه في نص المادة الثالثة الفقرة الثانية من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص اخر أو حيوان متكفل به ".

ومنه نستنتج أن المشرع قام بتعريف المستهلك بصفة مطلقة دون الاشارة الى كونه مستهلك الكتروني لأنه يعتمد على نفس المعايير مع اختلاف الوسيلة فقط، وأنه أخذ بمفهوم الضيق للمستهلك عندما استثنى الطابع المهني.

المطلب الثاني: التزامات المستهلك الالكتروني.

تنشأ في ذمة المستهلك الالكترونية بعد اتمامه لرابطة التعاقدية حقوق يطالب بها وبالمقابل التزامات، لكي يحقق التوازن التعاقدي ويضمن حسن سير المعاملات التجارية التي تقوم على مبدئين أساسين هما السرعة والاتمان.

الفرع الأول: التزام المستهلك بالدفع

تطرق المشرع الجزائري للالتزامات التي تقع على عاتق المستهلك الالكتروني في الفصل الرابع تحت عنوان التزامات المستهلك الالكتروني من القانون رقم 18-05 المتعلقة بالتجارة الالكترونية .[1]

ذكر المشرع الجزائري التزام المستهلك الالكتروني بالدفع في نص المادة 16 من القانون المذكور أعلاه أنه "ما لم ينص العقد الالكتروني على خلاف ذلك، يلتزم المستهلك الالكتروني بدفع الثمن المتفق في العقد الالكتروني بمجرد ابرامه.

حيث يتفق هذا مع القواعد العامة التي نص عليها المشرع في القواعد العامة من القانون المدني وذلك في نص المادة 387 من القانون المدني " يدفع ثمن البيع من مكان تسليم المبيع ما لم يوجد اتفاق أو عرف يقضي بغير ذلك.

1) قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية.

فاذا لم يكن ثمن المبيع مستحقا وقت تسلم المبيع وجب الوفاء به في المكان الذي يوجد فيه موطن للمشتري وقت استحقاقه الثمن."

الفرع الثاني: التزام المستهلك بتسلم المبيع

بالنسبة للقواعد العامة قد نص القانون المدني على التزام المشتري بتسلم المبيع في نص المادة 394 منه " إذا لم يعين الاتفاق أو العرف مكانا أو زمانا لتسلم المبيع وجب على المشتري أن يتسلمه في المكان الذي يوجد فيه المبيع وقت البيع وان يتسلمه دون تأخير استثناء الوقت الذي تتطلبه عملية التسلم ".

ونظرا لطبيعة الخاصة للتجارة الالكترونية وهي أن المشتريات أصبحت تصل الى المستهلك عن طريق خدمة التوصيل وهذا ما يتوافق مع ما جاء في نص المادة 17 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية المتعلق بالتجارة على أن من التزامات المستهلك تسلم المبيع حيث جاء نصت "يجب على المورد الالكتروني أن يطلب من المستهلك الالكتروني توقيع وصل الاستلام عند التسليم الفعلي للمنتوج او تأدية الخدمة موضوع العقد الالكتروني. لا يمكن المستهلك الالكتروني أن يرفض توقيع وصل الاستلام ...

قيام المستهلك بتأدية الالتزامات المنصوص عليها للمحافظة على مبدئي المعاملات التجارية السرعة والاتمان، حيث بعد قيام المستهلك بواجبه يصبح من حقه أن يطالب بحقوقه المكفولة قانونيا.

المطلب الثالث: المهني

تطرقنا الى تعريف المستهلك الالكتروني، ولان نقف عند تعريف الطرف المدين في العلاقة الاستهلاكية المتمثل في المهني، والذي كان يعبر عنه بالمحترف، الى غاية صدور القانون 03/09 حيث غير المشرع الاسم الذي كان يطلقه عليه وأصبح يعرف بمصلح المتدخل.

أولا: التعريف القانوني للمهني

يعرف المهني حسب المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المتعلق بضمان المنتوجات بأنه " المحترف هو المنتج أو الصانع أو الوسيط أو الحرفي أو التاجر أو المستورد أو الموزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك " .

وفق المادة 3 الفقرة 07 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

" المتدخل كل شخص طبيعي او معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك "

حيث نلاحظ من خلال النص أن المشرع استبعد المتدخلين من عملية عرض المنتوجات للاستهلاك، وأنه أضاف الأشخاص المعنوية ضمن فئة المستهلكين اذ أنه يمكن أن يكون المهني شخصا طبيعيا أو معنويا.

ويطلق على المتدخل في القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على المعاملات التجارية اسم عون اقتصادي وعرف أنه " عون الاقتصادي كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أين كانت صفته القانونية يمارس في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

وفي قانون المنافسة نصت عليه المادة 03 فقرة 02 " أن المؤسسة كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الانتاج أو توزيع والاستيراد «ويلاحظ أنه قد جاء المهني باسم المؤسسة.

ثانيا: التعريف الفقهي للمهني

جاء جانب من الفقه على تعريف المهني بأنه " كل شخص يتصرف من أجل أغراضه المهنية " وهذا التعريف يعتمد على طبيعة النشاط الذي يمارسه الشخص وهو نشاط مهني ،وبالتالي هو الذي يقتني سلع و المنتوجات لإعادة بيعها ،والذي يشتري أجهزة ومعدات لتسير مشاريعه بأحسن طريقة ، ويقترض لأجل ترقية مؤسسته أو شركة تشتري ألات لمصنعها ،اي كل نشاط يرتبط دائما بالنشاط المهني والتجاري له ، عكس المستهلك الذي يرتبط نشاطه دائما بالاستعمال الشخصي أو العائلي للسلعة أو الخدمة .[1]

ومنه يتضح أن المهني هو الذي يمارس نشاطا احترافيا لغرض تحقيق الربح وقد تكون الحرفة صناعية أو تجارية أو زراعية أو غير ذلك لذا فان تحديد مفهوم المهني يجب الوقوف على

1) هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة ماستر في القانون الخاص، جامعة عبد الرحمان ميرة –بجاية–،2013/2012م.ص 13

معيارين أساسين هما الربح والاحتراف، غير أن هنالك استثناء على معيار الربح اذ أنه لا ينطبق على التعاونيات التي تنشط اقتصاديا وتقوم بالقيان بأنشطة خيرية دون أن تكون غايتهم تحقيق الربح، ومع ذلك تدخل ضمن فئة المهنيين.

المبحث الثالث: العقد الالكتروني

يتم ابرام العقد بتوافر أركانه الأساسية وهذا سواء بالنسبة للعقود التقليدية أو المبرمة عبر الوسائل الالكترونية التي تعرف بالعقود الالكترونية، وخاصة عبر شبكة الإنترنت.

المطلب الأول: مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني.

بسبب اختلاف طبيعة العقود الالكترونية وتعددها اختلف الفقهاء حول تحديد تعريف لها والخصائص التي تميزها.

الفرع الأول: تعريف العقد الالكتروني.

ذهب اتجاه من الفقه الى تعريف العقد الالكتروني بأنه "تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية في السلع والخدمات التي تتم بين مشروع تجاري وأخر أو بين تاجر أو مستهلك وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ".[1]

"تلك العملية التجارية التي تتم بين طرفين بائع ،مشتري ،وتتمثل في عقد الصفقات وتسويق المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الالكتروني غبر شبكة الانترنت ،وذلك دون الحاجة لانتقال الطرفين أو لقاؤهما بل يتم التوقيع الالكتروني على العقد"[2].

أما التوجيه الأوروبي رقم 07/97 الصادر في 20 مايو 1997 عن البرلمان الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد بأنه" أي عقد يتعلق بالسلع والخدمات يتم بين مورد ومستهلك من خلال الإطار التنظيمي الخاص بالبيع عن بعد أو تقديم الخدمات التي ينظمها المورد والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الالكتروني، حتى اتمام العقد"

1) عصام عبد الفتاح مطر، التحكيم الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية ت 4868099 ،2009م، ص292

2) ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الالكتروني، مكتبة الرشد ناشرون، الطبعة 1 ،2009م، ص 18

قام المشرع الجزائري بتعريف العقد الالكتروني في نص المادة 6 الفقرة 3 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، أنه العقد الذي يتم ابرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الالكتروني.

الفرع الثاني: خصائص العقد الالكتروني.

1- ما يميز العقد الالكتروني عن باقي العقود هو عدم وجود علاقة مباشرة بين أطراف العقد أي أنه يتم عن بعد بحيث أن أطراف العقد لا يجمعهما مكان واحد "فالتعاقد الالكتروني عبر الانترنت يعد تعاقد بين حاضرين حكما حيث أن هناك تباعد مكان بين البائع والمنتج وبين المستهلك ،ولكن في الغالب يوجد اتحاد زمني بين طرفي العقد الذي لا يجمعهما مجلس عقد واحد.[1]

لم يتفق حول ما إذا كان العقد المبرم عن طريق الانترنت تعاقد حاضرين أم بين غائبين، فمن اعتبره تعاقد حاضرين لإمكانية تبادل طرفي الحديث عبر الشبكة مسقطين فكرة طبيعة التعاقد عن طريق الهاتف، ومن يعتبره تعاقد بين غائبين لأن وثيقة التعاقد معدة سابقا ولا يبقى على المتعاقد سوى أن يدلي بالقبول أو الرفض.

2- وجود الوسيط الالكتروني ،حيث يتم استعمال الوسائط الالكترونية في ابرام التعاقد الالكتروني ،المتمثلة في الحاسوب ويعتبر ذلك من أهم مظاهر الخصوصية وأساس هذا العقد لأن العقد الالكتروني يختلف عن باقي العقود من خلال طريقة ابرامه التي تكون عبر استخدام الوسيط الالكتروني ،التي ساهمت بدورها في اختفاء الوثائق الورقية لتحل محلها الدعائم الالكترونية .[2]

3- تميزها بصفة الدولية ،حيث تعد الشبكة الالكترونية تجسيدا كليا لظاهرة العولمة و ليس من السهل توطينها أو توطين المعاملات التي تتم في اطارها.[3]

1) ماجد محمد سليما أبا الخيل، المرجع السابق، ص 33

2) خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص75

3) عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص 296

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني.

يتم ابرام الالاف من العقود يوميا عبر الشبكة العنكبوتية من بيع وشراء ومختلف المعاملات التجارية ولأن تكييف العقود حسب طبيعتها القانونية اختلف الفقه حول تحديد طبيعة العقود الإلكترونية خصوصا لأنها تعتبر حديثة النشأة.

الفرع الأول: العقد الالكتروني عقد اذعان

اتجه جانب من الفقه الى اعتبار العقود الالكترونية عقود اذعان التي تقوم على خرق مبدأ سلطان الارادة ،من خلال فرض جملة من الشروط تأخذ أو ترفض جملة واحدة ،خاصة مع المفهوم الحديث لعقد الاذعان الذي يكتفي بأن يكون العقد مسبقا من قبل أحد المتعاقدين (الموجب)،أو في حالة تفوقه اقتصاديا أو مهنيا ،حيث تطور هذا المفهوم ليتناسب وضرورة حماية المستهلك الالكتروني الذي اصبح يعد الطرف الضعيف في العلاقات التعاقدية التجارية .[1]

الفرع الثاني: العقد الالكتروني من عقود المساومة

بخلاف الرأي السابق يرى جانب من الفقه بأن العقد الالكتروني هو عقد مساومة حيث يقوم على مبدأ العقد شريعة المتعاقدين بحيث تتلاقى ارادة المتعاقدين بمناقشة حرة دون مطالبة بأي حماية خاصة ،حيث يتجلى ذلك في العقود الالكترونية نظرا لعالمية الشبكة مع حرية اختيار أي منتوج أو خدمة عن طريق المواقع المخصصة لذلك مستندين على المفهوم التقليدي للعقد الاذعان الذي يقوم على اساس الاحتكار ،[2]

غير أنه يوجد رأي أخر يرى بأنه لتحيد طبيعة العقد الالكتروني عما اذا كان عقد رضائي أذعان ،فهو أمر يتوقف حول الوسيلة التي تم بها ابرام العقد ،حيث اذا ما تم بواسطة البريد الالكتروني أو من خلال وسائل التي تتيح المناقشة سواء مرئية أو سمعية فأنها تعتبر عقود رضائية ،اما اذا ما تم التعاقد عبر المواقع التي تعد نماذج عقود مسبقة خاضعة لشروط لا يسع الطرف الموجب سولا قبولها او رفضها فهي بالتالي يصبح العقد الالكتروني عقد اذعان [3].

---

1) خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص 85

2) رابحي أحمد، الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 10، (جوان 2013م)، ص 100

3)خالد ممدوح ابراهيم، المرجع نفسه، ص 88.89

الفصل الثاني:

آليات حماية المستهلك الالكتروني

يتعرض المستهلك بصفة عامة والمستهلك الالكتروني بصفة خاصة لعدة مخاطر تهدد أمنه ومصلحته المادية والجسدية، وذلك راجع لتفاوت الكبير بين المتعاقدين على المستوى المعرفي والمهني بالنسبة للمهني أو المنتج وبسبب المعاملات الالكترونية التي تساعد على تعدد طرق الخداع والغش والضغوطات التي تمارس على المستهلك، لذا تتسارع التشريعات المقارنة والمنظمات التجارية والاقتصادية العالمية على إقامة ترسانة قانونية تتكفل بحماية المستهلك الالكتروني باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية.

المبحث الأول: حماية المستهلك الالكتروني قبل إبرام العقد

الخاصية الأساسية التي تتميز بها التجارة الالكترونية هي عدم قدرة المستهلك من المعاينة المادية للسلع والمنتجات والتحقق من الأداء المناسب للخدمات قبل التعاقد بسبب أن التجارة الالكترونية تقوم على أساس عدم التلاقي المباشر بين أطراف المعاملة التجارية، وعن طريق التسوق عن بعد وكذا ابرام العقود عبر وسائل الاتصال الحديثة، لذا استوجب اقامت اليات توفر حد أدنى من الحماية للمستهلك الالكتروني في المرحلة التي تسبق التعاقد وهي الالتزام بالإعلام قبل التعاقد وحقه في العدول عند التعاقد.

المطلب الأول: مبررات حماية المستهلك الالكتروني

في ظل الاقتصاد الرقمي أصبح المستهلك أكثر عرضة للتلاعب بمصالحه عن طريق إتباع طرق التحايل والخداع بتظليل إرادته وتغير حقيقة السلع والمنتجات ،وبسبب عدم قدرته على معاينتها قبل اقتناءها ولأنه يعتبر الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية مقارنة بالمهني أو المحترف لذا توجد عدة مبررات تستدعي توفير حماية خاصة للمستهلك الالكتروني.

الفرع الأول: التطور الحديث في شبكة الانترنت

تعد شبكة الانترنت من احدث خدمات التقدم التقني الذي يعد اساسه تفاعل المستهلك مج جهاز الحاسوب فمن خلال نقر المستهلك على لوحة مفاتيحه وهو في مكانه ان يقتني مختلف السلع و الاستفادة من مختلف الخدمات ،[1] اذ يمثل التطور التقني الحاصل في هذا المجال واقعا علميا وفي تطور مستمر ،ولاشك انه يجب العمل على تكوين رابطة قوية بين المستهلك والمزود خلال

1)باديس نبيلة، أ/لطرش صبرينة، التسويق الالكتروني واليات حماية المستهلك، المركز الجامعي عبد الحفيظ _ميلة، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، ص 8

العمليات التجارية للوصول الى افضل النتائج الا وهي رضا المستهلك وربح المنتج ،والا انه كغيره من الميادين بارتفاع وتيرة تطوره بروز سلبيات عديدة من شانها ان تؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الالكترونية من خلال الشبكة العنكبوتية معاينة البيع بصورة واقعية او الالتقاء مع المزود في العقد التقليدي [1].

الفرع الثاني: حاجة المستهلك الى الخدمات الالكترونية

في بادئ الأمر وقبل الانتشار الواسع للخدمات الالكترونية لم يكن المستهلك يبدى اهتمامه بالمواقع التجارية عبر الشبكة العنكبوتية ،الا انه ومع تطور تكنولوجيا الاتصالات والانتشار الواسع للمعاملات التجارية في شتى ميادين الحياة اليومية من عروضات لجميع السلع والمواد الاستهلاكية أي الخدمات السياحية و المصرفية وغيرها مما خلق علاقة دائمة بين المستهلك والمزود حيث أصبح من الضروري العمل على حماية المستهلك في ظل الخدمات الالكترونية التي اضحت من الروتين اليومي في حياة الاشخاص كافة.[2]

الفرع الثالث: افتقار المستهلك للثقافة الالكترونية.

شبكة الانترنت اصبحت تمثل صالة عرض لمختلف المنتجات و الخدمات، فالبريد الالكتروني و مواقع الانترنت والتفاعل المباشر تصب جميعها ضمن غاية واحدة ألا وهي عرض أنواع مختلفة من المنتجات والخدمات للمستهلك والتعاقد معه من خلالها،[3] حيث اضحى العالم في ظل العولمة كالقرية الصغيرة.

وبما أن الاشتراك في الانترنت أصبح متوفر لكافة فئات المجتمع واصبحت وسيلة يعتمدها المستهلك لاقتناء السلع والاستفادة من مختلف الخدمات المعروضة ،فانه قد يواجه المستهلك مشاكل نتيجة عدم درايته الكافية لتعامل بشبكة الانترنت ،وبالتالي يقع في حيل وخداع قراصنة

1) خالد طيهار، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة شهادة الماستر أكاديمي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019/2018، ص19.

2)عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، مذكرة شهادة ماجستير، كلية الدراسات العليا جامع النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين،2009، ص 31.

3) أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، الطبعة الاولى، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر ،2005، ص108

الانترنت من خلال قلة الوعي بأجهزة الحاسوب وشبكة الانترنت بالإضافة كون المستهلك هو الطرف الضعيف في المعاملات التجارية والاقل قوة في المعادلة الاقتصادية.[1]

المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك الالكتروني

يجب على المهني ان يحيط علم المستهلك قبل ابرام العقد بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد، لذلك سوف نتطرق لمفهوم الالتزام بالإعلام و.....

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام الالكتروني

بما أن المستهلك هو الطرف الضعيف في المعاملات الالكترونية مقارنة بالمحترف وجب احاطته بكافة المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المراد الاستفادة منها وهدا ما يعرف بالالتزام بالإعلام من طرف المهني.

أولا: تعريف الالتزام بالإعلام.

يعبر عن الالتزام بالإعلام بمرادفات أخرى مثل الالتزام بالإفصاح أو الاعتزام بالإخبار او الالتزام بالتبصير، وقد عرفه الفقه عدة تعريفات نذكر منها:

"تنبيه أو اعلام طالب التعاقد بمعلومات من شأنها القاء الضوء على واقعة ما ،أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره ...."[2]

"التزام الطرف الذي يعلم بواقعة حاسمة أو هامة تتصل بموضوع العقد ، يجب عليه احاطة الطرف الاخر علما بها ، وذلك في الفترة السابقة على التعاقد ".[3]

لم يقم المشرع الجزائري بتعريف الالتزام بالإعلام بشكل مباشر بل ترك ذلك للفقه ، ولكنه أشار اليه في المادة 352 من القانون المدني باعتبار الشريعة العامة حيث جاء فيها "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا اذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه ."وكذلك في القانون 09_03 المتعلق بالقواعد العامة لحماية

1) حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة مع أوضاع الحماية في دول السوق الاوروبية والشرق الاوسط، الطبعة الاولى، دار الفكر، مصر ،1996م، ص 13.

2) غالب كامل المهيرات، التزام المنتج بالتبصير قبل التعاقد في العقود الالكترونية،2018، ص30.

3) غالب كامل المهيرات، المرجع نفسه، ص31.

المستهلك وقمع الغش ،وذلك في الفصل الخامس بعنوان "الزامية اعلام المستهلك «في كل من المادتين 17و18 [1].

ومنه يتضح أن الالتزام بالإعلام هو التزام عام يكون في المرحلة السابقة لتعاقد وذلك في جميع عقود الاستهلاك، ويطلق عليه من بعض الفقه أنه التزام بالعلام قبل التعاقد بالتصريح بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج، وبالتالي تكوي صورة واضحة وإرادة تخلو من أي عيوب وبالتالي دخول في مرحلة ابرام العقد، غير أنه لا يمكن تصور الالتزام بالإعلام في مرحلة اخرى من مراحل ابرام العقد سوى قبل التعاقد ليحقق الغاية المرجوة منه.

ثانيا: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام الالكتروني قبل التعاقدي

1/ التزام ببذل عناية

ينظر جانب من القانون بأن الالتزام بالإعلام الالكتروني هو عبارة عن التزام ببذل عناية ، حيث يستعمل المتدخل كل وسائل المناسبة عند تنفيذ الالتزام ،ولا يتدخل في نتائج النصائح التي تم تقديمها للمستهلك ،ويترك حرية إتباعها من عدمه للمستهلك .حيث لا يطلب من المهني الملتزم بالإعلام في تنفيذ التزامه سوى أن يقدم عناية المهني المتوسط الحريص ،دون أن يكون مطالب من أن يستفيد المستهلك من البيانات والمعلومات المقدمة .[2]

2/ التزام بتحقيق نتيجة

غير أن جانب أخر من الفقه يرى عكس ذلك ،حيث يرى بأنه التزام بتحقيق نتيجة ،وبالتحديد اذا تعلق الأمر بالأشياء الخطيرة ،لأن الغاية من تنفيذ المتدخل لالتزامه هو تنوير بصيرة المستهلك بجملة من المعلومات المنصوص عليها قانونا ،وهذا ما يجعل المهني ملتزما بإثبات قيامه بتنفيذ التزامه.[3]

---

1) ثامر كشيدة، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة،2019/2018.ص7

2) زهية ربيع، الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الالكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، (2019م) العدد 02، جامعة البويرة، الجزائر، ص 429

3) زهية ربيع، المرجع نفسه، ص 430

غير أن المشرع الجزائري اعتبره التزام بتحقيق نتيجة وهذا بموجب القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وذلك لأنه تترتب عقوبات في حالة مخالفة الالتزام بالإعلام من قبل المتدخل حتى ولو لم يترتب ضرر للمستهلك، إما في حالة ترتب ضرر للمستهلك فأنه قد تقرر مسؤولية مدنية وجزائية معا

ثالثا: الآليات التي يتم بها إعلام المستهلك

قام المشرع الجزائري بتحديد الآليات التي يتم من خلالها إعلام المستهلك نذكر منها

1/ الوسم

عرفته المادة 03 الفقرة(04) من القانون رقم 09-03 بأنه " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبكة بالسلعة ....." ومنه يتضح أن الوسم وسيلة إعلام مكتوبة مهمة ،لتنوير بصيرة المستهلك ومساعدته على تكوين صورة واضحة على المنتوج أو الخدمة تساعده على اتخاذ قراره .[1]

2/ **العلامات**

عرفها المشرع في المادة 02 من الأمر 06/03 [2] "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام ، والرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها و الألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره." ومنه يتضح أن العلامة ضرورية لكي تسهل على المستهلك التعرف على السلع و الخدمات المعروضة وبالتالي يميز جودتها وما مدى ملائمتها لاحتياجاته.[3]

1) منال بوروح، التزام المتدخل بإعلام المستهلك في ظل القانون رقم 03/09، كلية الحقوق جامعة الجزائر 01، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، ص 312.

2) أمر رقم 06/03 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 يتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد44

3) منال بوروح، نفس المرجع، ص 316.

3/ التغليف

جاء تعريف التغليف في نص المادة 03 الفقرة 03 من القانون 03/09 «كل تعليب مكون من مواد أيا كانت طبيعتها، موجهة لتوضيب وحفظ وحماية وعرض كل منتوج والسماح بشحنه وتفريغه وتخزينه ونقله وضمان اعلام المستهلك بذلك "

يتضح من خلال التعريف بأن التغليف له دور مهم حيث يعتبر ضمان لتحقيق علم المستهلك والتزام يقع على عاتق المهني وحق من حقوق المستهلك المكفول قانونا، حيث له أهمية كبيرة في حفظ السلع من التلف وتوفير معلومات من شأنها إفادة المستهلك توفير الأمن والسلامة وبالتالي تحقيق الحماية .[1]

4/الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

أ/ الجزاء المدني

باستطاعة المستهلك بعد إبرام العقد وإذا كان شاب إرادته عيب من عيوب الإرادة كالتدليس باستعمال أساليب احتيالية من شأنها أن توقع المستهلك في التعاقد كان يعتمد على كتمان كامل واخفاء كلي لبيانات أو معلومات تتعلق بالمنتج حيث إذا ما تم الاطلاع عليها من طرف المستهلك وعلما بها لما أقدم على ابرام العقد، حيث إذا كانت ارادة المستهلك معيبة بالتدليس فان العقد يصبح قابل للإبطال لمصلحة المستهلك بشرط أن يثبت نية التضليل من طرف المهني وتصبح للقاضي السلطة التقديرية لتحديد ذلك .

وللمستهلك الحق بأن يطالب بحقه بطلب التعويض تبعا لضمان العيوب الخفية التي يلتزم بها المهني هذا وفقا للقواعد العامة، أو المادة 13 من القانون 03/09 والمرسوم التنفيذي المنظم لذلك كما نصت المادة 386 من القانون المدني "إذا ضمن البائع صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة ثم ظهر خلل فيها فعلى المشتري أن يعلم البائع في أجل شهر من يوم ظهوره وأن يرفع دعواه في مدة 6 ستة أشهر من يوم الاعلام، كل هذا ما لم يتفق الطرفان على خلافه".

1) بشير سليم و بوزيد سليمة، الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09، جامعة باتنة 01- الجزائر، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، ص 39.

ويتم ضمان عدم سلامة المنتوج بتعويض المستهلك بالطرق التي نص عليها قانون 03/09 حماية المستهلك وقمع الغش وذلك وفق ما جاء في نص المادة 13 منه

"يستفيد كل مقتن لأي منتوج سواء كان جاهزا أو أداة أو الة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون.

ويمتد هذا الضمان أيضا الى الخدمات.

يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة، في حال ظهور عيب بالمنتوج، استبداله أو ارجاعه ثمنه أو تصليح المنتوج أو تعديل الخدمة على نفقته.

يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص أعلاه دون أعباء اضافية.

يعتبر باطلا كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة.

تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم."

حيث إذا ترتب ضرر للمستهلك جراء عدم إعلامه بالمعلومات اللازمة عن المنتج تقرر له وفق القواعد العامة في نص المادة 140 مكرر المستحدثة بالقانون 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005 المتضمن تعديل القانون المدني الصادر في 1975 والتي تنص على ما يلي "يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية ".

ب/ الجزاء الجزائي

تقرر عقوبة الحجز الفوري للمنتوج وعقوبة الحبس والغرامة.

وبحسب القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والمعدل بالقانون رقم 06/10 المؤرخ في 15 اوت 2010 تقررت عقوبات في حالة الاخلال بالإعلام بالأسعار حيث نصت المادة 31 من القانون أعلاه على غرامة مالية تتراوح من 10.000 دج الى 100.000 دج.

5/ الالتزام بالإعلام

أن يكون الاعلام كاملا والمعلومات المقدمة كافية لجلب انتباه المستهلك لخصائص المنتوج وأخطاره وتريف بالاحتياطات اللازمة لتجنب حدوث الاخطار مع امكانية تداركها حيث تنص المادة 4/6 من المرسوم التنفيذي رقم 90/367 " يجب أن تشمل المنتوجات الغذائية على تاريخ الصنع المعبر عنها، صنع في مكان كذا والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه والمعبر عنه ب يستهلك قبل وكذا الشروط الحفظ الخاصة " :

– **أن يكون مكتوب باللغة العربية:** حسب ما جاء في نص المادة 22 من القانون 05/91 المتعلق بتعميم اللغة العربية " تطبع باللغة العربية وبعدة لغات أجنبية الوثائق والمطبوعات والأكياس والعلب التي تتضمن البيانات التقنية وطرق استخدام وعناصر التركيب وكيفيات الاستعمال ".

والمادة 22 من نفس القانون تنص " تكتب باللغة العربية وجميع الأشياء المصنوعة أو المستوردة في الجزائر ويمكن استعمال اللغة العربية استعمالا تكميليا "[1].

– **أن تكون البيانات لصيقة ومرتبطة بالمنتوج: وهذا** ما نصت عليه المادة 3 من مرسوم تنفيذي رقك 366/90 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية الغير غذائية وعرضها بما يلي " يجب أن توضع المنتوجات المذكورة في المادة 2 أعلاه والمخصصة لاستعلاك كما عي في التعبئة الصلبة ومحكمة السد تلصق بها بإحكام ".

–**ان يكون الالتزام مرئيا:** حسب المادة 18 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش اي واضح ومحرر بحروف كبيرة وواضحة وبطريقة تجذب انتباه المستهلك أو المقدم عللا استعمال المنتوج حيث هذا ما جاء في نص المادة 1/10 من المرسوم رقم 37/97" يجب أن يشمل وسم مواد التجميل ....، على بيانات ملصقة، وتكون ظاهرة للعيان ميسورة القراءة وغبر قابلة للمحو، مكتوبة باللغة الوطنية وباللغة أخرى كإجراء تكميلي."

1) قانون رقم 05/91 المؤرخ في 16 يناير 1991، المتضمن قانون تعميم استعمال اللغة العربية، جريدة الرسمية، العدد3، الصادرة في 16 يناير 1992.

المبحث الثاني: حماية المستهلك الالكتروني خلال ابرام العقد

القاعدة العامة أن "العقد شريعة المتعاقدين " وأن العقد قائم على مبدأ رضا الطرفين، غير أنه قد ترد بعض الاستثناءات على المبدئين خاصة في ظل التطور الحاصل في مجال المعاملات التجارية وتتطور الوسائل التجارة الإلكترونية فانه قد يتعرض المستهلك لشروط من طرف المهني تحيل بينه وبين ابرامه للعقد وتعرف هاته الشروط بالشروط التعسفية،

المطلب الأول: حق المستهلك في حمايته من الشروط التعسفية

رغم الاختلاف القائم حول الطبيعة القانونية لعقود التجارة الإلكترونية الا أنها تتصف بخاصية الاذعان، ومنه فان المستهلك حالة تعاقده فانه قد يخضع لشروط تعسفية في حال اعتبار العقد المبرم من عقود الاذعان، لذا توجب على التشريعات خلق أنظمة قانونية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية.

الفرع الأول: تعريف الشرط التعسفي

أولا: التعريف الفقهي

اختلف الفقه حول تعريف الشرط التعسفي باختلاف رؤيته لشرط حيث جاءت تعاريف عديدة نذكر منها:

" الشرط الذي يورده المحترف في تعاقده مع المستهلك والذي يؤدي اعماله الى عدم التوازن الفاحش بين حقوق والتزامات الطرفين".[1]

"الشرط الذي يفرض على غير المهني أو على المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال هذا الاخير لسلطته الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة مجحفة."

" الشرط المحرر مسبقا من جانب الطرف ذو النفوذ الاقتصادي القوي ن والذي يخوله ميزة فاحشة عن الطرف الاخر "[2]

1) نور الهدى كرميش، الشروط التعسفية في العقود في التشريع الجزائري، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية ،2020م، مجلد17، عدد1، ص 155.

2) زيوش عبد الرؤوف، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية المجلد 05، العدد 2 ،2020م ص 90 .100.

ثانيا: التعريف التشريعي

عرف المشرع الفرنسي الشروط التعسفية في نص المادة 35 من قانون 23/78 الصادر في 10 جانفي 1978 الخاص بحماية واعلام المستهلكين بالسلع والخدمات التي جاء فيها " في العقود المبرمة بين المحترفين وغير المحترفين او المستهلكين قد تكون محظورة أو محددة أو منظمة : الشروط المتعلقة ب : متى يظهر أن هذه الشروط مفروضة على غير المحترفين أو المستهلكين بواسطة استعمال التفوق الاقتصادي للطرف الأخر والذي يمنح لهذا الاخير ميزة فاحشة "[1]

عرف المشرع الجزائري الشرط التعسفي بموجب المادة الثالثة فقرة 5 من قانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية على انه " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أ او شروط أخرى من شأنه الاخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد "، "فالشرط التعسفي في مختلف القوانين هو شرط يرد في العقد المبرم بين المورد والمستهلك ، ويهدف الى منح مزايا على حساب المستهلك "[2]

الفرع الثاني: أليات حماية المستهلك من الشروط التعسفية

أولا: الهيئات الادارية.

يتدخل المشرع في الرابطة العقدية لضبط التزامات الطرفين، ولإعادة التوازن العقدي الذي يختل بسبب الشروط التعسفية المدرجة ضمن بنود العقد، وذلك بإحداث تقنيات جديدة من خلال تنصيب أجهزة ادارية متمثلة في لجنة البنود التعسفية بالإضافة الى جمعيات حماية المستهلك. [3]

1/ لجنة البنود التعسفية

أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي 306/06 المؤرخ في 10سبتمبر 2006 ،حيت تعرف بأنها "تنظيم أوجده المشرع الى جانب القضاء لدعم الحماية المرجوة لمصالح المستهلكين المعرضة

1) الصادق عبد القادر، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مجلة افاق علمية، مجلد11، عدد2019،1م، ص 42.

2) زوليخة بن طاية، حورية لشهب، الحماية القانونية للمستهلك الرقمي من الشروط التعسفية جامعة بسكرة _الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 2020،01م ص 315 ،316

3) سعدون يسين، الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني، المستهلك الالكتروني، المجلة النقدية ص321.

للاعتداء من جانب المهنيين الذين يرتبطون مع الأوليين بعقود استهلاك يغلب عليها طابع الاذعان."[1]

حيث أن لها دور مهم في تحقيق الحماية للمستهلك ،لأن دورها يستخلص في المهام أو الاختصاصات المقدمة لها ،والتي حددها المرسوم التنفيذي 306/06 المعدل والمتمم المذكور سابقا ،وذلك في المادة 7 منه ،وبالتالي يمكن تقسيمها الى نوعين :مهام وقائية وأخرى استشارية [2] ،لكنها تفتقد لعنصر الجبر والالزام الازمان لتفعيل الحماية الكافية للمستهلك اذ تعتبر جهاز اداري استشاري يقيم أراء غير ملزمة للأطراف ولا للقاضي .[3]

2/ جمعيات حماية المستهلك

في الواقع أن الأجهزة الادارية المكلفة بحماية المستهلك لم يكن في استطاعتها توفير الحماية الكافية للمستهلك لعوامل عديدة يفرضها الواقع الاقتصادي اليوم خاصة التجارة الحديثة وما تتميز به عقودها من فرض شروط تعسفية على المستهلك لذا يجب تدخل أليات أخرى كجمعيات حماية المستهلكين للعمل على جوانب مختلفة من شأنها تعزيز فرص الحماية للمستهلك.

2-أ-تعريف جمعيات حماية المستهلك

تقدم جمعيات حماية المستهلك الدعم لأجهزة الدولة لحماية المستهلك، وقد عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 21 من القانون 03/09 ب "جمعية حماية المستهلكين عي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف الى ضمان حماية المستهلك من خلال اعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله "

يتضح من المادة أن دور جمعية حماية المستهلك يتمثل في الدور الوقائي و الدور العلاجي [4] ،"كما نجد في التقنين الفرنسي أنه تم منح جمعيات حماية المستهلك وبصفة مستقلة حق مباشرة

1) زوطاط نصيرة، دور لجنة البنود التعسفية في حماية المستهلك، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، مجلة القانون الدولي والتنمية، العدد 01 (2019م)، ص 30-31

2) زوطاط نصيرة، مرجع السابق، ص 36

3) محمد الأمين نويري، لخذاري عبد الحق، النظام القانوني للجنة البنود التعسفية في ظل المرسوم التنفيذي 306/06، جامعة العربي تبسي -تبسة الجزائر، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد22 ص 621.

4) أحمد أسعد توفيق زيد، دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الالكترونية والمنتوجات الذكية، جامعة سعيدة، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد08، ص 116.

دعوى الغاء أو حذف الشروط التعسفية "[1] ،أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أشار الى امكانية ممارسة الجمعيات حقها في رفع دعوى للعدالة بصفة ضمنية دون الاشارة اذا كان الامر متعلقة بإلغاء الشروط التعسفية في نص المادة 65 من القانون رقم 02/04 "....يمكن جمعيات حماية المستهلك ،والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون ،وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة ،القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون ، مع امكانية تأسيسها كطرف مدني وهذا ما جاء في نص المادة 23 من القانون 03/09 " عندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل المشترك ،يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني "

ثانيا: الهيئات القضائية

منح المشرع سلطة للقضاء يتم بموجبها تعديل أو الغاء الشروط التعسفية ،وذلك في نص المادة 110 من القانون المدني حيث جاء فيها "اذا تم العقد بطريقة الاذعان ،وكان قد تضمن شروطا تعسفية ،جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها ..."،وبما أن قائمة الشروط التعسفية الثمانية مذكورة في نص المادة 29 من القانون 02/04 بالإضافة الى اثنتا عشر شرطا تعسفيا ذكر في المادة 05 من المرسوم التنفيذي 306/06 أدى الى تسهيل مهمة القاضي في تقدير الشروط التعسفية حيث بتوافرها يحكم القاضي ببطلان العقد بقوة القانون ،أما في حالة شروط أخرى فأنه منح للقاضي السلطة التقديرية مع مراعاة أحكام المادة 03من القانون رقم 02/04 في الفقرتين 05و07 [2]

مع منح القاضي سلطة تفسير العقد وذلك في نص المادة 112 من القانون المدني " يؤول الشك في مصلحة المدين..."

المطلب الثاني: حق المستهلك في العدول كوسيلة لحمايته.

توجد عدة اليات قانونية لحماية المستهلك من بينها حق المستهلك في العدول، حيث يعتبر حق حديث النشاءة مقارنة بباقي الحقوق، وذلك راجع لتطور وسائل الاتصال وخاصة في ظل الانتشار

1) صونية الشرقي ،حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية ،مذكرة لنيل شهادة الماستر ،تخصص قانون أعمال ،جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي –(2017/2018م)ص 81

2) صونية الشرقي، المرج السابق، ص85.

الكبير لتجارة الالكترونية حيث يعتبر المستهلك الطرف الضعيف لذلك لجأت معظم التشريعات الى منح حق العدول للمستهلك لضمان توفير الحماية له وذلك للأسباب التالية:

-الانتشار الواسع لدعاية المظلل والاعلانات الكاذبة التي تتدخل في حريته حول السلع والخدمات التي يريد اقتناءها او الاستفادة منها.

-تفوق المهني بسبب احترافيته على المستهلك الذي قد يقدم على ابرام عقد رغم جهله عن كيفية استعمال المنتج.

-انعدام الاتصال المباشر بين المستهلك والمنتج، مع عدم قدرة المستهلك على المعاينة المادية للمنتوج.

-عدم قدرة المستهلك عللي الاطلاع على العقود نتيجة لرفض المهنيين تسليم نماذج من العقود .[1]

الفرع الأول: تعريف الحق في العدول

يعرف الفقه الحق العدول بأنه "وسيلة بمقتضاها يسمح المشرع للمستهلك بأن يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به مسبقا بحيث يستفيد من مهلة للتفكير خلالها سيكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وأن ارتبط به "[2]

"حق المستهلك فب ارجاع السلعة او رفض الخدمة في خلال مدة زمنية معينة يحددها القانون دون ابداء أية مبررات مع التزام التاجر أو مقدم الخدمة بحسب الأحوال برد قيمتها مع تحمل المستهلك مصروفات الرجوف فقط "[3]

أقر التوجيه الأوروبي رقم97/7/CE الصادر في 20 مايو 1997 المتعلق بحماية المستهلك، حق المستهلك بالعدول في نص المادة 1/6 "يملك المستهلك في كل عقد عن بعد مدة (7) أيام عمل على الأقل للرجوع أو العدول دون اجراءات

1) سي يوسف زاهية حورية، حق العدول عن العقد الية لحماية المستهلك الالكتروني، جامعة مولود معمري تيزي وزو، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 02،(2018 م) ص13.

2) صالحة لعمري، حق المستهلك الالكتروني في العدول عن التعاقد في عقود التجارة الالكترونية، جامعة محمد خيضر -بسكرة، مجلة الاجتهاد القضائي، عدد خاص (العدد التسلسلي 25)، ص 135.

3) صالحة لعمري، مرجع سابق ، ص 136.

،ودون بيان السبب والمصاريف الوحيدة التي يمكن أن يتحملها المستهلك لممارسة حق العدول في المصاريف المباشرة لرد البضاعة".[1]

أما المشرع الجزائري نص على حق المستهلك في العدول ضمن التعديل الأخير لقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم09/18 في نص المادة 19 الفقرة الثانية بأنه "...حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتوج ما دون وجه سبب ...."مع احالة أحكام العدول بموجب نص المادة 19 الفقرة 4 من القانون السابق ذكره أعلاه.[2]

كما أشار الى حق المستهلك في العدول في نص المادة 22 من القانون18-05 انه "...يمكن المستهلك الالكتروني اعادة ارسال المنتوج على حالته في أجل أقصاه أربعة (4) أيام ...."[3]

ان جوهر الحق في العدول او كما يصطلح عليه الرجوع هو أن يكون باستطاعة المستهلك خلال المدة المحددة أن ينهي العقد مع مطالبته باسترداد المبلغ المدفوع ،على أن يرد المنتج في حالته الطبيعية اي وقت تسلمه مع عدم جواز الزاميته بدفع التعويض للمنتج ، لأنه يمارس حقة المكفول قانونا مع مراعاة عدم التعسف في استعمال حقه ،مع اتباع الاجراءات والمواعيد المقررة .[4]

الفرع الثاني: الأثار المترتبة عن العدول

بما أن العدول يعد حق من حقوق المقرر للمستهلك، وعند ممارسته لحقه فانه من الطبيعي تترتب العديد من الأثار، سواء بالنسبة للمستهلك أو المحترف، لذلك سوف نتطرق للأثار المترتبة عن ممارسة المستهلك لحقه في العدول، ثم اثاره على المحترف.

أولا: أثار ممارسة الحق في العدول بالنسبة للمستهلك.

كون العدول يعد حقا للمستهلك، غير أنه مضبوط قانونيا حيث يترتب في ذمة المستهلك بعض التزامات نذكر منها:

---

1) ابلعيد ديهية، لعناني حكيمة، أحكام العدول عن العقد الالكتروني، مدكرة تخرج لشهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري – تيزي وزو –(2018م) ص 26.

2)نصيرة غزالي، العربي بن مهيدي رزق الله، الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك، جامعة عمار ثليجي الأغواط، مجلة افاق علمية، العدد 20، ص 300.

3) قانون رقم 18-05 مؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية.

4) زغبي عمار، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك، جامعة الوادي، مجلة المفكر، العدد 09، ص123.

1: رد المنتوج

إذا قرر المستهلك ممارسة حقة في العدول عن العقد البرم في المدة المقررة قانونا، فانه ملزم بإرجاع المنتوج الذي اقتناه الى المحترف على حالتها الأصلية، أو أم يتنازل عن الخدمة قبل الاستفادة منها، مع مراعاة عدم احداث أي تغير أو اي خلل.

مع امكانية استبدال المنتوج بمنتوج أخر شريطة اعادة الأول في حالته الأصلية ،وكذا امكانية طلب المستهلك اصلاح خلل في المنتوج ادا كان بإمكانية صاحبه.[1]

2: تحمل تكاليف الرد

تنص المادة 6 من التوجيه الأوروبي أن المصاريف التي تقع على عاتق المستهلك جراء ممارسته حقه في العدول عن العقد، متمثلة في المصاريف المباشرة لإعادة البضائع الى المحترف فقط، وجاء في نص المادة 121 فقرة 20 من قانون الاستهلاك الفرنسي ".. دون أن يكون ملزما بإبداء أية مبررات ودون أية جزاءات أو مصروفات باستثناء تلك المتعلقة بإرجاع السلعة أو المنتوج " لذلك يعتبر حق العدول مجانيا، وبالنسبة للمشرع الجزائري فقد نص في المادة 23 من القانون

18-05 المتعلقة بالتجارة الالكترونية "....تكون تكاليف اعادة الارسال على عاتق المورد الالكتروني...."[2]

ثانيا: أثار العدول بالنسبة للمحترف

نتيجة ممارسة المستهلك لحقه في العدول فانه يقع على عاتق المهني التزام برد ثمن السلع أو المنتوج ،نتيجة حتمية لتراجع المستهلك وبالتالي يجب على المهني اعادة المبلغ المدفوع دون زيادة الى صاحبه[3]

1) نورة جحايشية، أ عصام نجاح، جامعة قالمة (الجزائر) حق المستهلك في العدول في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 01، (2020م)، ص 491-492.

2) فاطمة الزهراء ربحي تبوب، حق المستهلك في العدول عن العقد الالكتروني، جامعة بومرداس (الجزائر)، مجلة القانونية والسياسية، ال عدد03 (2019م)، ص 807.

3)محمد الأمين نويري، / عبد الحق لخذاري، حق المستهلك في العدول عن العقد الاستهلاك في ظل القانون رقم 09/18 _ بين الضرورة والتقييد- جامعة العربي التبسي، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، العدد 02 (2020م) ص 242

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 22 من القانون 05/18 على التزامات المهني أو كما ذكر المورد حيث جاءت " ..... يجب على المورد الالكتروني أن يرجع الى المستهلك الالكتروني البلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة ارسال المنتوج ....."

المبحث الثالث: الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني

يعتبر الاحتيال الالكتروني من الظواهر الإجرامية المستحدثة والمنتشرة بكثرة في الآونة الأخيرة وما يميز هذه الظاهرة هو السرعة في انجازها وسهولة إخفاء ملبساتها وصعوبة إثباتها ومع قصور الحماية المدنية للمستهلك الالكتروني هذا ما دفع بالتشريعات المقارنة على ضرورة تجريم الاحتيال الالكتروني لما يسببه من أضرار للأفراد والمؤسسات والعمل على توفير حماية جزائية كافية للمستهلك الالكتروني من كل طرق الغش والاحتيال.

المطلب الأول: مفهوم الجريمة الالكترونية

لم يتم الاتفاق من طرف الفقه على تحديد مفهوم محدد للجريمة الالكترونية نظارا لطبيعتها الخاصة حيث أنها تقع في العالم الافتراضي وبالتالي يصعب إثباتها

الفرع الأول: تعريف الجريمة الالكترونية وخصائصها:

هي الجريمة التي تقع بواسطة جهاز الحاسوب الذي يكون متصل بالإنترنت، حيث عرفها المشرع الجزائري في القانون 04/09 في المادة 02 الجريمة الالكترونية أنها " يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي:

– الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال:

جرائم المساس بأنظمة المعالجة الالية للمعطيات المحددة في القانون العقوبات وأي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام للاتصالات الالكترونية ...."[1]ومن خلال التعريف نجد أن الجريمة الالكترونية تتميز بعدة خصائص وهي:

1/صعوبة اكتشاف الجريمة الالكترونية:

1) رحموني محمد، خصائص الجريمة الالكترونية ومجالات استخدامها، جامعة أحمد دراية –أدرار، مجلة الحقيقة، العدد41، (2018م)، ص 440

بما أن القائم بالجريمة الالكترونية هو شخص يتمتع بقدرات ذهنية فائقة فانه من الصعب اكتشاف ملبسات الجريمة، وتحيد كيفية وقوعها مع عدم قدرت تفاديها نتيجة استعمال أساليب تقنية متطورة.

2/الجريمة الالكترونية عابرة للحدود:

باستطاعة الجاني أن يتخطى الحاجز الزماني والمكاني حيث يستطيع من حاسوبه أن يتمم عدة جرائم في عدة بلدان من العالم وفي نفس الوقت، وهو ما يعني أن مسرح الجريمة المعلوماتية لم يصبح محليا بل أصبح عالميا.

3/الجريمة الالكترونية صعبة الاثبات:

التقنيات الحديثة المستعملة أدت الى صعوبة اثباتها وبسبب افتقارها لدليل المادي التقليدي، بالإضافة الى أن تعقبها يحتاج أن يكون المحقق ذو خبرة وذكاء ليستطيع مضاهاة التظليل والتحايل [1]

الفرع الثاني: أركان الجريمة الالكترونية

1/الركن المادي:

هو الفعل الخارجي من طرف الجاني واقدامه على الدخول أو البقاء غير المشروع في نظام المعالجة الألية للمعطيات أو الشروع في ذلك ومتضمن في نص المادة 394 مكرر من قانون العقوبات وكذا ادخال المعطيات بطريق الغش حسب ما جاء في المادة 394 مكرر 01 من قانون العقوبات.

2/الركن المعنوي:

يتحقق بتواجد ارادة الجاني بفعل أمر يعاقب عليه القانون رغم درايته بأنه فعل مجرما قانونا، غير أنه يختلف في الجريمة الالكترونية من جريمة الى أخرى نظرا لما تمتاز به من خصوصية [2]

1) رحموني محمد، مرجع نفسه، ص 441.442

2) حمزة خضري، عشاش حمزة، خصوصية أركان الجريمة المعلوماتية في التشريع الجزائري، جامعة محمد بوضياف المسيلة، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد06، (2020م)، ص 174.175.

المطلب الثاني : صور الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد الالكتروني

ان المستهلك بصفة عامة معرض للوقوع ضحية النصب والاحتيال، والتي تعد جرائم بحقه ووفق ما يتفق مع مبدا لا جريمة الا بنص نظم المشرع هاته الجرائم تحت ما يعرف بجرمتي الغش والخداع.

الفرع الأول: الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني من الخداع والغش

أولا: جريمة الخداع.

يعرف الخداع من قبل الفقه بأنه "الباس أمر من الأمور مظهر يخالف ما هو عليه"[1] والتي تحول بين رضا وحرية ارادة المستهلك .

نص المشرع عليها في المادة 429 من قانون العقوبات "كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات الازمة للسلعة وسواء في مصدرها أو في كمية أشياء المسلمة أو في هويتها"[2]

وبما أنها تعتبر جريمة قائمة بحد ذاتها فأنها تقوم على ركنيين هما المادي والمعنوي

وقد حددت المادة 68 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كل من حاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت:

-تغير في كمية المنتوج

-تسليم منتوجات الغير متفق عليها.

-قابلية استعمال المنتوج

-تاريخ وصلاحية المنتوج

-النتائج المترقبة من المنتوج

---

1) بن سماعيل سلسبيل، الحماية الجنائية المستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية –العدد الثاني –(2017م) كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، ص293.

2) قانون العقوبات الجزائري 03/78 الصادر في 1978/02/11، معدلة بالأمر رقم 47/75 المؤرخ في 17يونيو 1975

-طريقة استعمال المنتوج والاحتياطات الازمة.

ركنها المعنوي يقوم على ارتكاب الجريمة من طرف الجاني عن قصد وادراك [1]

ويترتب عنها جزاء نصت عليه المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري المحال اليها من طرف المادة 68 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك ،وهي الحبس من شهرين الى ثلاث سنوات وغرامة مالية من عشرين ألف دينار الى ألف دينار ،أو بإحدى العقوبتين ،وكعقوبة تكميلية في جميع الحالات على مرتكب المخالفة ارجاع الأرباح التي حققها دون حق وعقوبة تكميلية أخرى نصت عليها المادة 82 من نفس القانون 03/09 وهي مصادرة الأدوات وكل الوسائل التي استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في المادتين 68و96 .[2]

2/جريمة الغش

لا تخرج ظاهرة الغش في المعاملات التجارية من كونها تتمثل في استعمال أساليب خداع واحتيال على المستهلك لإلحاق الضرر به وتحصيل الربح من خلاله.

ويقع الغش التجاري عبر الانترنت ضمن الغش التجاري التقليدي وندرج داخل نطاق الجريمة الالكترونية لقيامها يجب توافر الركنين الأساسين لقيام أي جريمة وهما الركن المادي والمعنوي، حيث نصت المادة 70 من قانون 03/09 المتعلق حماية المستهلك وقمع الغش، بالإضافة للمادة 431 من قانون العقوبات الجزائري، مجموعة من الأفعال ذكرت على سبيل الحصر تعد أعمال غش، ويمكن إدراج صور الغش في:

- إعداد مواد أو سلع مغشوشة

-عرض المواد أو المنتجات المغشوشة للبيع

-التعامل في مواد مخصصة لاستعمالات الغش

بالنسبة للركن المعنوي فيتطلب القصد الجنائي لأنها تعتبر جريمة عمديه.

1) فتيحة خالدي، الحماية الجزائية للمستهلك، مجلة معارف (2010م)، ص55

2) فتيحة خالدي، المرجع نفسه، ص 61

يترتب عن جريمة الغش جزاءات أصلية نصت عليها المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري وهي الحبس من سنتين الى خمس سنوات وغرامة من عشرة ألاف دينار الى خمسين ألف دينار. مع امكانية تشديد العقوبة إذا ما ألحق ضرر صحي بالمستهلك.

بالإضافة إلى عقوبات تكمليه نصت عليها المادة 82 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 المتمثلة في مصادرة المنتجات والأدوات وكل الوسائل التي استخدمت لارتكاب المخالفات التي نصت عليها المادة 70 من القانون 03/09.[1]

الفرع الثاني: الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك

انتهاك البيانات الشخصية للمستهلك الالكتروني أضحت جريمة العصر خاصة وأن هناك تقارير بأرقام مروعة حول مدى انتشارها ،وهذا مدفع بعض أنظمة الدول وخاصة دول المتطورة إلى سن نصوص قانونية من شأنها أن توفر الحماية اللازمة للبيانات الشخصية المتعلق بالمستهلك التي قد تحدث أضرار للمستهلك سواء على صعيد التجاري أو الشخصي، حيث تم تعريف البيانات الشخصية في التوجيه الأوروبي رقم 95/46CE/ في مادته الثاني بأنها "البيانات التي تتعلق بشخص معروف أو قابل للتعريف أو غير ذلك ،من الميزات الشخصية والجسدية والعقلية والاقتصادية والثقافية أو الهوية الاجتماعية أو عبر البيانات المحفوظة المراقب[2]

غير أنه في الدول النامية مثل الجزائر في غياب قانون خاص يحمي المستهلك الالكتروني فأنه تم الاستعانة بالمواد التي تنص على جرائم المعالجة الآلية للمعطيات.[3]

أولا: التلاعب بالمعطيات الآلية الشخصية

نصت المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري على جريمة التلاعب بالمعطيات الآلية الشخصية ،يتمثل الركن المادي في توفر الأفعال المنصوص عيها في المادة وهي ادراج لمعطيات غير مصرح بها داخل نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو أي حذف أو تعديل غير مصرح به

1) بن سماعيل سلسبيل، المرجع السابق، ص 297.

2) فواز لجلط، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار التجارة الالكترونية، جامعة المسيلة (الجزائر)، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد02(2021م) ص199

3) بن سماعيل سلسبيل، المرجع نفسه، ص 300

والركن المادي يتمثل في القصد الجنائي باعتبارها جريمة عمدية [1].وجزاء المترتبة عن ارتكاب بهذه الجريمة متمثل في الحبس من ستة أشهر الى ثلاث سنوات وبغرامة مالية من 500.000 دج الى 2.000.000 دج بالإضافة لعقوبة تكميلية وهي مصادرة الوسائل والأجهزة وكل ما استخدم لارتكاب الجريمة حسب ما نصت عليه المادة 394مكرر 6 من قانون العقوبات .

ثانيا: جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة

نصت عليها المادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات الجزائري، ".. تصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزونة أو معالجة أو مراسلة عن طريق منظومة معلوماتية يمكن أن ترتكب بها الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم. حيازة أو افشاء او نشر أو استعمال لأي غرض كان المعطيات المتحصل عليها من احدى الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم."

وبالتالي لم يكتفي المشرع بتجريم التلاعب بالمعطيات فقط بل وحتى التعامل بالمعطيات المتحصل عليها من الجريمة وهذا ما يعزز من حماية المستهلك الالكتروني الذي تم الحصول على بياناته الشخصية بطريقة غير مشروعة .[2]

وباعتبارها جريمة عمدية وجب توفر القصد الجنائي لقيامها وقد نصت المادة سابقة الذكر على الجزاءات المقرر المتمثلة في الحبس من شهرين الى ثلاث سنوات وبغرامة مالية من 1.000.000 دج الى 5.000.000 دج بالإضافة الى عقوبات تكميلية جاءت في نص المادة 394 مكرر6 "...يحكم بمصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع اغلاق المواقع التي تكون محلا لجريمة من الجرائم المعاقب عليها وفقا لهذا القسم، علاوة على اغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكها."

1) كمال بلارو، المرجع السابق، ص 82

2) بن سماعيل، المرجع السابق ص 302

المطلب الثالث: الحماية الجنائية لوسائل الدفع الالكتروني الخاصة بالمستهلك.

بما أن التجارة الالكترونية تتم عبر الوسائل الالكترونية فأنه من الطبيعي أن يتم سداد الثمن الكترونيا، ورغم المزايا التي توفرها هاته الخاصية إلا أنها تترتب عنها خرقات متعلقة بأن المستهلك.

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الالكتروني

عرف المشرع الجزائري وسائل الدفع الالكتروني في نص المادة 69 من الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض [1] بأنها تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل "وبالتالي يشمل جميع وسائل الدفع التي تمكن الأفراد من تحويل النقود.

بالإضافة لتعريف الوارد في القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية المادة 5/6 التي جاء فيها " وسيلة الدفع الالكتروني كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة الكترونية "

1/أنواع وسائل الدفع الالكتروني

أ – بطاقات الدفع :تعتبر من وسائل الدفع الالكتروني التي تتيح لأصحابها بدفع المقابل المالي عبر الانترنت ،اذ يطلق عليها عدة تسميات مختلفة منها بطاقة الائتمان ،بطاقة الوفاء ،بطاقة الدفع البلاستكية ،وتعرف بأنها "ذلك الشكل من البطاقات البلاستكية التي تصدرها مؤسسات مجازة قانونا وتسلمها الى عميلها بناءا على عقد بينهما ،بهدف استعمالها بشكل متكرر في تسديد قيمة السلع والخدمات للموردين ،وسحب النقود من المصارف."[2]

ب – الشيك الالكتروني :يعتبر الشيك الالكتروني بديل الشيك الورقي حيث تم تطويره بسبب التطور التكنولوجي الكبير ويعرف بأنه "التزام قانوني بتسديد مبلغ معين من النقود في تاريخ محدد

1) الأمر 11/03 المتعلق بالنقض والقرض المعدل والمتمم المؤرخ في 2003/08/26، جريدة رسمية عدد64

2) فواز لجلط، المرجع السابق، ص 191.

لفائدة شخص أو جهة معينة ،يحرر بواسطة وسيلة الكترونية ،مثل الحاسوب أو الهاتف الذكي وفق النموذج الالكتروني المتفق عليه ويتم تذييله بالتوقيع الالكتروني للساحب "[1]

د- النقود الالكترونية : في مؤتمر بازل لعام 1998 تم تعريف النقود الالكترونية بأنها "القيمة المخزونة أو آليات الدفع المدفوعة مسبقا لتنفيذ الدفعات عن طريق أجهزة بيع خاصة وإنشاء النقل بين أداتين أو شبكات الحاسوب المفتوحة كالإنترنت"[2] .

ومن خلال استقراء المادة 69من قانون النقد والقرض الجزائري سابقة الذكر يتضح أن المشرع الجزائري قد تم اعتماد النقود الالكترونية كوسيلة لدفع الالكتروني .[3]

2/ طرق الاعتداء على وسائل الدفع الالكتروني.

بطاقات الدفع الالكتروني كغيرها من المستندات يمكن أن تتعرض لمختلف أشكال التزوير وقد يكون تزوير كلي أو جزئي ،عن طريق إتباع خطوات تقنية متمثلة في إجراء تغيرات على مستوى البطاقة .[4]

بالإضافة إلى طرق تقنية متطورة أخرى كالاصطياد الالكتروني المتمثل في إرسال رسالة الكترونية أو رابط يحيل المستخدم إلى موقع مزيف ، ومن خلاله يتم سرقة البيانات الشخصية للمستخدم ،وكذا الخداع الالكتروني حيث يقوم قراصنة الانترنت بإنشاء مواقع الكترونية وهمية ليتم خداع المستخدمين على أنها مواقع شركات أو مؤسسات أصلية ،أو عن طريق التجسس وذلك عن طريق زرع برامج تجسس في مختلف وسائل الاتصال التي تكون مرتبطة بالإنترنت والتي قد يستعملها المستخدم في تعاملاتها التجارية.[5]

الفرع الثاني: الحماية القانونية لوسائل الدفع الالكتروني

أولا: دور التوقيع الالكتروني في تأمين وسائل الدفع الالكتروني

1) فواز لجلط، المرجع نفسه، ص 192

2) زكريا مسعودي، ط/د الزهرة جقريف، ماهية النقود الالكترونية، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، العدد 03(2018م)، ص41.

3) زكريا مسعودي، ط/د الزهرة جقريف، المرجع نفسه، ص42

4) بوسكران مجيد، عزوق صفيان، تطور وسائل الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، جامعة مولود معمري تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، (2018م) ص 38.

5) فواز لجلط، المرجع السابق، ص 195

التوقيع بصفة عامة أي رمز يعمل أو يتخذ من جانب طرف بقصد إضفاء الحجية على الكتابة، ويختلف هدف التوقيع الالكتروني كونه التزام بما ورد في المستند أو يهدف إلى الموافقة على ما جاء في المستند أو مجرد الإفادة بالاطلاع، حيث يعتبر التوقيع وسيلة إثبات بالإضافة إلى أنه وسيلة تعرف على شخصية الموقع، وكذا دلالة على تكامل المستند. [1]

حيث عرف المشرع الجزائري التوقيع الالكتروني في نص المادة 1/2 من القانون 04/15 [2] "بيانات في شكل الكتروني ، مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات الكترونية أخرى ،تستعمل كوسيلة توثيق "

ويكمن دور التوقيع الالكتروني في تحقيق الأمن المعلوماتي لوسائل الدفع الكتروني في إضفاء الهوية الرقمية لحامل وسيلة الدفع الالكتروني حيث يلعب دورا كبيرا في تحديد الأطراف المتعاملة به مع تحديد هوية زبائن البنك الذين يدفعون عبر شبكة الانترنت ،مع إثبات صحة الأوامر التي صدرت عنهم بوسائل الدفع الالكتروني و التأكد من صحة البيانات المرسلة وأنه لم يتم التلاعب بها من قبل أي شخص أخر بالإضافة إلى التعبير عن إرادة صاحب التوقيع الكاملة في قبوله مضمون الالتزام .[3]

خاصة في ظل تطور أنظمة التوقيع كالتوقيع البيومتري والذي يعمل من التحقق الكامل من هوية الموقع.

1) عبد الصبور عبد القوي على مصري، مستشار قانوني، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية .2012م، ص67

2) قانون رقم 04/15 مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق أول فبراير سنة2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني، الجريدة الرسمية، العدد06

3) غزالي نزيهة، الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الالكتروني في التشريع الجزائري، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، مجلة البحوث السياسية والإدارية، العدد 10، ص209

ثانيا: دور التصديق الالكتروني في تامين وسائل الدفع الالكتروني

يعرف التصديق الالكتروني بأنه "وسيلة فنية آمنة للتحقق من صحة التوقيع أو المحرر الالكتروني ،حيث يتم نسبته إلى شخص أو كيان معين عبر جهة موثوق بها أو طرف محايد يطلق عليه اسم مقدم خدمات التصديق أو التوثيق الالكتروني " [1].

حيث أن مؤدي خدمات التصديق الالكتروني حسب ما جاء في نص المادة 12/2 من القانون 04/15 السابق ذكره أنه شخص طبيعي ومعنوي يقوم بمنح شهادات تصديق الكتروني موصوفة مع إمكانية تقديم خدمات أخرى في مجال التصديق الالكتروني.

والمادة 15/2 من نفس القانون أن سياسة التصديق الالكتروني هي عبارة عن مجموعة القواعد والإجراءات التنظيمية والتقنية المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني.

ويكمن دور التصديق الالكتروني في تأمين وحماية التوقيع الالكتروني من مختلف أنواع التحايل حيث ألقى على عاتق سلطات التصديق الالكتروني عدة واجبات منها

– التحقق من هوية الشخص الموقع عن طريق إصدار شهادة توثيق الكترونية حيث عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 2 /7 من القانون 04/15 "وثيقة في شكل الكتروني تثبت الصلة بين بيانات التحقق من التوقيع الالكتروني والموقع "

– إصدار المفاتيح الالكترونية ،إذ يتم من خلالها تشفير المعاملات الالكترونية ،أو فك التشفير [2]

– إثبات مضمون التبادل الالكتروني وذلك يكون بالتيقن على سلامة مضمون التبادل الالكتروني من أي تعديل أو تغير أو تبديل على مستوى البيانات الشخصية حسب ما جاء في نص المادة 28 من القانون 04/15.[3]

1) فطيمة الزهراء مصدق، التصديق الالكتروني كوسيلة لحماية التوقيع الالكتروني، كلية الحقوق والعلوم السياسية المسيلة، مجلة الدراسات والبحوث القانونية (2020 م)، العدد 01، ص 38

2) صليحة مرباح، دور التصديق الالكتروني في إثبات المعاملات الالكترونية وحفظها، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، (2021م) العدد 01، ص 874

3) صليحة مرباح، المرجع نفسه، ص 875

–تحديد لحظة إبرام التصرف القانون رغم أنها لا تعد شرطا لصحته ،إلا أنها تعتبر مهمة وضرورية لأنها تعد لحظة البداية لترتيب الآثار القانونية .[1]

قام المشرع الجزائري بتنظيم سلطة التصديق الالكتروني و تحديد مهامها ونظمها القانوني في القانون 04/15المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكتروني ،لما لسلطته من أهمية للوصول إلى التوقيعات الالكترونية لجميع الأطراف باعتبار أن التوقيعات تعد بمثابة عنصر جوهري لنجاح التجارة الالكترونية ،كونها مؤهلة لاكتساب نفس الشروط التي يحتاجها القانون في التوقيعات اليدوية التقليدية.[2]

1) فطيمة الزهراء مصدق، المرجع نفسه، ص 40

2) فطيمة الزهراء مصدق، المرجع نفسه، ص41

خـــــــاتمة

خاتمة

إن التطور العلمي والتقني الذي يشهده العالم اليوم على مستوى مختلف المجالات ،كان لابد من إحداث آليات تتوافق وطبيعة الحياة الاجتماعية ومتطلبات الفرد الاستهلاكية وتلبية رغباته لما لتجارة الالكترونية من أثر في تغير طريق إنتاج وتوزيع السلع وطريقة تقديم الخدمات التي أصبحت تعتمد على الطابع اللامادي أي الغير ملموس ،حيث أضحت حماية المستهلك أمر ضروري لابد منه كون المستهلك يعد الشريحة الأساسية في الحياة اليومية لأنه لا يمكن أن تخلو الحياة اليومية من مظاهر الاستهلاك وخاصة في ظل ما تتميز به التجارة الالكترونية من خلق بيئة خصبة لطرق مختلفة يمكن من خلالها خداع المستهلك واستغلاله باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية .

ومن خلال تطرقنا لموضوع الدراسة توصلنا إلى أهم النتائج وهي كالتالي

– التجارة الالكترونية ليست وليدة الظروف أو الصدفة بل مرت بمراحل عديدة إلى أن وصلت لما هي عليه اليوم.

– التجارة الالكترونية تعتمد على أحدث تكنولوجيا تقنيات الاتصال في نشاطها التجاري بين كافة أطرافها.

– تتمتع التجارة الالكترونية بعدة مزايا وخصائص أهمها تخطي الحدود الجغرافية والسرعة في إبرام العقود كونها تتم عبر وسائل الاتصال وشبكة الانترنت، ولكنها لا تخلو من عدة عيوب أصبحت تشكل تحديات لواقع التجارة الالكترونية.

– الاختلاف الفقهي والقانوني لطبيعة التجارة الالكترونية أدى إلى وجود صعوبة حول تحديد تعريف محدد للتجارة الالكترونية غير أن المشرع الجزائري قام بتعريفها وبين من خلاله أطراف العلاقة والوسيلة المستخدمة وكذا عناصر التجارة الالكترونية.

– لا يوجد فرق بين المستهلك العادي بالنسبة للتجارة التقليدية والمستهلك الالكتروني إلا من خلال اختلاف الوسيلة المعتمدة في التعاقد.

خاتمة

– لم يتفق على تحديد الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني حيث أعتبره البعض عقد اذعان والبعض الأخر عقد مساومة، غير أنه لا يخرج عن طبيعة باقي العقود في التجارة التقليدية مع تميزه ببعض الخصائص كونه يتم عن طريق وسائل اتصال حديثة مثل الانترنت.

– قام المشرع الجزائري على غرار التشريعات المقارنة بإحداث قانون خاص لحماية المستهلك الالكتروني وهو القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية غير أن تطبيقه على أرض الواقع ينصدم بعدة إشكالات منها ما يتعلق بانعدام الرقابة على المواقع الالكترونية بالإضافة لموجهة التحديات التي تفرضها التكنولوجيا بسبب أن التشريعات التي تنظم التجارة التقليدية لم تتمكن من ضبط التجارة الالكترونية نظرا لاختلاف الطابع المادي لمعاملاتها التجارية على صعيد عدة جوانب.

– حرص المشرع الجزائري على توفير الحماية للمستهلك الالكتروني ولذا عمل على حفظ حقوق المستهلك الأساسية (الحق في السلامة، الحق في اشباع احتياجاته الأساسية، توفير السلع والخدمات بأسعار تنافسية، الحق في التعويض، الحق في امكانية حصوله على المعلومات الكافية حول السلع) حيث يعتبر الحق في الاعلام التزام قانوني ومن أهم الدعائم الأساسية التي تم استلزامها من طرف المشرع

– لجوء المشرع إلى وسائل قانونية تتلاءم وطبيعة التجارة الالكترونية وذلك من خلال اقرار الحق للمستهلك في العدول للمحافظة على مصالح المستهلك من أي أنواع التحايل والخداع أو أي ممارسات من شأنها أن تؤثر على ارادته على التعاقد

– إقرار المشرع لآليات علاجية بعدية تتمحور من خلال توفير الحماية المدنية والجزائية.

– بالجزائر قامت بخطوات معتبرة في مجال الصرفة الالكترونية ومتمثلة في تطوير وعصرنه منظومة الدفع الالكتروني من خلال تقديم خدمات الدفع والسحب الالكتروني.

– تم إصدار القانون 04/15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكتروني حيث يلعب دور في تحقيق الحماية للمستهلك الالكتروني، رغم النقائص التي تشكو منها الجزائر في مجال المعلومات

خاتمة

والاتصالات والتي تعرقل ممن مسار تطور التجارة الالكترونية والاستغلال الأمثل للبطاقات الالكترونية.

مقترحات

– العمل على سن قوانين و أنظمة وتشريعات تساعد على تسهيل من انتشار أعمال التجارة الالكترونية .

– العمل على وضع برامج دعم وتحفيز وذلك بتقديم مساعدات للأفراد والشركات للمشاركة في التجارة الالكترونية عن طريق تنمية التدريب والخبرة الفنية اللازمتين للاشتراك بفعالية في التجارة الالكترونية.

– العمل على تطوير أنظمة الكترونية تعمل للمحافظة على البيانات الشخصية للمستهلك من طرف المشرع الجزائري .

– المستهلك الالكتروني أكثر عرضة للخداع التسويقي لذا يجب العمل على توعية المستهلكين على جميع الأصعدة حيث أن ثقافة المستهلك ووعيه يلعبان دور كبير في تحقيق الحماية له.

– ضرورة تعميم خدمات الدفع الالكتروني بجميع الوحدات التجارية TPE مع زيادة نشر الصرافات الآلية ATM في كافة أنحاء الوطن.

– تحديات قانونية ورقابية تعمل جاهدة للتصدي لمخاطر التجارة الالكترونية الحديثة لذا وجب أن تتعاون جميع وتتحد جميع المجهودات من أجهزة حكومية وجمعيات حماية المستهلك وغيرها من الأجهزة سواء على الصعيد الدولي أو المحلي لتأمين حماية فعالة للمستهلك الالكتروني من جميع المخاطر التي يتعرض لها من خلال المعاملات التجارية الالكترونية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1/ المؤلفات:

1. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، الطبعة الاولى، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر ،2005.

2. باسم أحمد المبيضين، التجارة الالكترونية ،2010.

3. التجارة الالكترونية، دراسة تطبيقية على المكتبات، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، السلسلة الثانية، فرص وفوائد التجارة الالكترونية للموردين والمستهلكين

4. حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة مع أوضاع الحماية في دول السوق الاوروبية والشرق الاوسط، الطبعة الاولى، دار الفكر، مصر ،1996م.

5. خالد ممدوح ابراهيم، ابرام العقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، أمام كلية الحقوق الاسكندرية ،2011م.

6. خالد ممدوح ابراهيم، عقود التجارة الالكترونية (في القانون الاتحادي لدولة الامارات العربية المتحدة رقم1لسنة2006بشأن المعاملات والتجارة الالكترونية)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ت4843132، (2020م).

7. سمير برهان، الجوانب القانونية للتجارة الالكترونية، مجموعة باحثين، المجلس الأعلى لثقافة، القاهرة،2003.

8. سناء جودت خلف، محمد نور صالح الجداية، تجارة الكترونية.

9. عبد الصبور عبد القوي على مصري، مستشار قانوني، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية .2012م.

10. عصام عبد الفتاح مطر، التحكيم الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية ت 4868099 ،2009م.

11. غالب كامل المهيرات، التزام المنتج بالتبصير قبل التعاقد في العقود الالكترونية،2018.

12. ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الالكتروني، مكتبة الرشد ناشرون، الطبعة 1 ،2009م.

13. محمد الفاتح محمود المغربي، التجارة الالكترونية E-COMMERCE، دار الجنان لنشر والتوزيع ،2016.

14. محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الالكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار حميثرا للنشر والترجمة .(2017م).

15. محمد عمر الشويرف، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، زهران للنشر. ،2013.

16. محمد نور صالح الجدايه وسناء جودت خلف، (2009م).

17. مصطفى يوسف كافي، التجارة الالكترونية، دار ومؤسسة رسلان اللاذقية، (2008م).

قائمة المراجع

2/مقالات:

18.أ. منال بوروح، التزام المتدخل بإعلام المستهلك في ظل القانون رقم 03/09، كلية الحقوق جامعة الجزائر 01، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية.

19.أحمد أسعد توفيق زيد، دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الالكترونية والمنتوجات الذكية، جامعة سعيدة، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد08.

20.باديس نبيلة، أ/لطرش صبرينة، التسويق الالكتروني واليات حماية المستهلك، المركز الجامعي عبد الحفيظ _ميلة، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية.

21.بشير سليم، أ/ بوزيد سليمة، الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09، جامعة باتنة 01–الجزائر، مجلة الحقوق والحريات.

22.بن سماعيل سلسبيل، الحماية الجنائية المستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية –العدد الثاني –(2017م) كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية.

23.حمزة خضري، عشاش حمزة، خصوصية أركان الجريمة المعلوماتية في التشريع الجزائري، جامعة محمد بوضياف المسيلة، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد06، (2020م).

24.رابحي أحمد، الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني، الأكاديمية للدارسات الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاقتصادي والقانونية، العدد 10، (جوان 2013م).

25.رحموني محمد، خصائص الجريمة الالكترونية ومجالات استخدامها، جامعة أحمد دراية –أدرار، مجلة الحقيقة، العدد41، (2018م).

26.زغبي عمار، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك، جامعة الوادي، مجلة المفكر، العدد 09.

27.زكريا مسعودي، ط/د الزهرة جقريف، ماهية النقود الالكترونية، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، العدد 03(2018م).

28.زهية ربيع، الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي كوسيلة لحماية المستهلك في عقد البيع الالكتروني، مجلة العلوم القانونية والسياسية، (2019م) العدد 02، جامعة البويرة، الجزائر.

29.زوطاط نصيرة، دور لجنة البنود التعسفية في حماية المستهلك، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، مجلة القانون الدولي والتنمية، العدد 01 (2019م).

30.زوليخة بن طاية، حورية لشهب، الحماية القانونية للمستهلك الرقمي من الشروط التعسفية جامعة بسكرة _الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد01، 2020م.

31.زيوش عبد الرؤوف، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية المجلد 05، العدد 2 ،2020م.

قائمة المراجع

32. سعدون يسين، الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني، المستهلك الالكتروني، المجلة النقدية.

33. سي يوسف زاهية حورية، حق العدول عن العقد الية لحماية المستهلك الالكتروني، جامعة مولود معمري تيزي وزو، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 02،(2018 م).

34. الصادق عبد القادر، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مجلة افاق علمية، مجلد11، عدد01، 2019.

35. صالحة لعمري، حق المستهلك الالكتروني في العدول عن التعاقد في عقود التجارة الالكترونية، جامعة محمد خيضر –بسكرة، مجلة الاجتهاد القضائي، عدد خاص (العدد التسلسلي 25).

36. صليحة مرباح، دور التصديق الالكتروني في إثبات المعاملات الالكترونية وحفظها، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، (2021م) العدد 01.

37. غزالي نزيهة، الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الالكتروني في التشريع الجزائري، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، مجلة البحوث السياسية والإدارية، العدد 10.

38. فاطمة الزهراء ربحي تبوب، حق المستهلك في العدول عن العقد الالكتروني، جامعة بومرداس (الجزائر)، مجلة القانونية والسياسية، العدد03 (2019م).

39. فاطنة بخاري (جامعة سيدي بلعباس)، محمد سعيداني (جامعة تلمسان)، التجارة الالكترونية بين التطبيق والمأمول –دراسة حالة الجزائر– ملتقى الدولي: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية 02.03 ديسمبر 2019.

40. فتيحة خالدي، الحماية الجزائية للمستهلك، مجلة معارف (2010م).

41. فضيلة بوطورة، د/نوفل سمايلي، التجارة الالكترونية بين الضرورة وفعالية اليات حماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي، مجلة الاقتصاد الصناعي، جامعة العربي التبسي –تبسة–العدد 01(2019م.

42. فطيمة الزهراء مصدق، التصديق الالكتروني كوسيلة لحماية التوقيع الالكتروني، كلية الحقوق والعلوم السياسية المسيلة، مجلة الدراسات والبحوث القانونية (،2020 م)، العدد 01.

43. فواز لجلط، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار التجارة الالكترونية، جامعة المسيلة (الجزائر)، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد02(2021م).

44. محمد الأمين نويري، د/ عبد الحق لخذاري، حق المستهلك في العدول عن العقد الاستهلاك في ظل القانون رقم 09/18 _ بين الضرورة والتقييد– جامعة العربي التبسي، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، العدد 02 (2020م).

45. محمد الأمين نويري، د/لخذاري عبد الحق، النظام القانوني للجنة البنود التعسفية في ظل المرسوم التنفيذي 306/06، جامعة العربي تبسي –تبسة الجزائر، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد22.

قائمة المراجع

46. معوقات التجارة الالكترونية ومتطلبات النظام القانوني لمواجهتها (دراسة مقارنة)، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد 02، (2017).

47. نصيرة غزالي، أد/ العربي بن مهيدي رزق الله، الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك، جامعة عمار ثليجي الأغواط، مجلة افاق علمية، العدد 20.

48. نور الهدى كرميش، الشروط التعسفية في العقود في التشريع الجزائري، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية ،2020م، مجلد17، عدد1.

49. نورة جحايشية، أ عصام نجاح، جامعة قالمة (الجزائر) حق المستهلك في العدول في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 01، (2020م).

3/رسائل جامعية:

50. ثامر كشيدة، الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة،2019/2018.

51. بلعيد ديهية، لعناني حكيمة، أحكام العدول عن العقد الالكتروني، مدكرة تخرج لشهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري – تيزي وزو –(2018م).

52. بوسكران مجيد، عزوق صفيان، تطور وسائل الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، جامعة مولود معمري تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، (2018م).

53. خالد طيهار، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة شهادة الماستر أكاديمي، جامعة محمد بوضياف لمسيلة، 2019/2018.

54. صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة شهادة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية –جامعة وهران–(2014م).

55. صونية الشرقي، حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي –(2017/2018م).

56. هاني السباخين، الامارات العربية المتحدة –الفجير جامعة العلوم الابداعية، كلية الحوسبة والاعمال نظم المعلومات الادارية (2013م).

57. هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة ماستر في القانون الخاص، جامعة عبد الرحمان ميرة –بجاية–،2013/2012م.

58. عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، مذكرة شهادة ماجستير، كلية الدراسات العليا جامع النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين،2009.

4/ مواقع الانترنت:

http://197.251.104.104:8080/jspui/bitstream

قائمة المراجع

5/ قوانين وأوامر:

1. قانون رقم 18-05 مؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية.
2. أمر رقم 06/03 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 يتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد44.
3. قانون العقوبات الجزائري 03/78 الصادر في 1978/02/11، معدلة بالأمر رقم 47/75 المؤرخ في 17يونيو 1975
4. قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية.
5. قانون رقم 04/15 مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق أول فبراير سنة2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني، الجريدة الرسمية، العدد06
6. قانون رقم 05/91 المؤرخ في 16 يناير 1991، المتضمن قانون تعميم استعمال اللغة العربية، جريدة الرسمية، العدد3، الصادرة في 16 يناير 1992
7. الأمر 11/03 المتعلق بالنقض والقرض المعدل والمتمم المؤرخ في 2003/08/26، جريدة رسمية عدد64

الفهرس

الفهرس

الفهرس

شكر وتقدير
إهـــــــــداء
مقدمة..... أ
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية
المبحث الأول: التجارة الإلكترونية.....2
المطلب الأول :مفاهيم أساسية 2
الفرع الأول :نشأة التجارة الالكترونية.....2
الفرع الثاني :مفهوم التجارة الالكترونية.....3
الفرع الثالث :أنواع التجارة الالكترونية 4
المطلب الثاني :الطبيعة القانونية للتجارة الالكترونية.....7
الفرع الثاني :ايجابيات وسلبيات التجارة الالكترونية.....8
المبحث الثاني :مفهوم المستهلك الالكتروني 10
المطلب الأول :تعريف المستهلك الالكتروني 10
المطلب الثاني : التزامات المستهلك الالكتروني. 11
الفرع الثاني :التزام المستهلك بتسلم المبيع.....12
المطلب الثالث :المهني.....12
أولا :التعريف القانوني للمهني 12
ثانيا : التعريف الفقهي للمهني.....13
المبحث الثالث :العقد الالكتروني.....14
المطلب الأول :مفهوم عقد الاستهلاك الالكتروني 14
الفرع الأول :تعريف العقد الالكتروني 14
الفرع الثاني :خصائص العقد الالكتروني 15
المطلب الثاني .الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني 16
الفرع الأول :العقد الالكتروني عقد اذعان.....16
الفرع الثاني :العقد الالكتروني من عقود المساومة.....16
الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الالكتروني
المبحث الأول :حماية المستهلك الالكتروني قبل إبرام العقد.....18
المطلب الأول :مبررات حماية المستهلك الالكتروني 18

الفهرس

الفرع الاول :التطور االحديث في شبكة الانترنت 18
الفرع الثاني :حاجة المستهلك الى الخدمات الالكترونية 19
الفرع الثالث : افتقار المستهلك للثقافة الالكترونية 19
المطلب الثاني :الالتزام بالاعلام كوسيلة لحماية المستهلك الالكتروني..... 20
الفرع الأول :مفهوم الالتزام بالاعلام الالكتروني..... 20
المبحث الثاني :حماية المستهلك الالكتروني خلال ابرام العقد 26
المطلب الأول: حق المستهلك في حمايته من الشروط التعسفية 26
الفرع الأول :تعريف الشرط التعسفي 26
ثانيا :التعريف التشريعي..... 27
الفرع الثاني : أليات حماية المستهلك من الشروط التعسفية..... 27
المطلب الثاني :حق المستهلك في العدول كوسيلة لحمايته..... 29
الفرع الأول : تعريف الحق في العدول..... 30
الفرع الثاني:الأثار المترتبة عن العدول 31
المبحث الثالث :الحماية الجزائية للمستهلك الالكتروني 33
المطلب الأول :مفهوم الجريمة الالكترونية 33
الفرع الأول: تعريف الجريمة الالكترونية وخصائصها : 33
الفرع الثاني:أركان الجريمة الالكترونية..... 34
المطلب الثاني : صور الحماية الجنائية للمستهلك في التعاقد الالكتروني 35
الفرع الأول :الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني من الخداع والغش..... 35
الفرع الثاني : الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك..... 37
المطلب الثالث :الحماية الجنائية لوسائل الدفع الالكتروني الخاصة بالمستهلك 39
الفرع الأول :تعريف وسائل الدفع الالكتروني..... 39
الفرع الثاني :الحماية القانونية لوسائل الدفع الالكتروني..... 40
خاتمة 45
قائمة المراجع 49
الفهرس..... 55