الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية الحقوق والعلوم السياسية **ميدان: الحقوق**

قسم الحقوق **تخصص: قانون اعمال**

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي بعنوان:

حماية المستهلك

في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

نوقشت يوم 23 جوان 2022

إعداد الطالبة: **إشراف الأستاذ:**

نبيلة بريش **د/ بروفيسور حمزة خضري**

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. حمزة عبدلي	أستاذ محاضر أ	رئيسا
د. حمزة خضري	أستاذ تعليم العالي	مشرفا ومقررا
د. ياسين مقدم	أستاذ محاضر أ	ممتحنا

السنة الجامعية:2021-2022

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة): بريش نبيلة.

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم: طالبة.

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 119951085000570006.

والصادرة بتاريخ: 24-04-2016.

عن دائرة: الشلال.

المسجل (ة) بكلية: الحقوق والعلوم السياسية قسم: الحقوق

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوانها: مذكرة ماستر تحت عنوان: حماية المستهلك في مرحلة ابرام العقد الإلكتروني

أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 23-ماي-2022.

إمضاء المعني

استمارة معلومات

الصورة

المعلومات الشخصية:

الاسم: اللقب: نبيلة بريش .

اسم الأب: اسم ولقب الأم: بريش محمد : مريم بريش .

تاريخ الازدياد: 18-8-1995 مكان الازدياد: أولاد سيدي براهيم .

رقم الهاتف: 06,63,68,04,38 .

البريد الالكتروني: braich.nabila@gmail.com

العنوان الشخصي: 700 مسكن - طيلنة - ..

الباكالوريا:

المعدل: الشعبة/التخصص: سنة الحصول على شهادة الباكالوريا: 11:84، أدب فلسفة، الحصول عليها سنة

الليسانس:

تخصص الليسانس: قانون خاص الدفعة/سنة التخرج: 2019 - 2020 .

الماستر:

تخصص الماستر: قانون أعمال الدفعة/ سنة التخرج: 2021 - 2022 .

المعدل الترتيبي للماستر: (المعدل العام)

الوضعية المهنية:

موظف: ☐ عاطل عن العمل: ☑

في حالة موظف:

وظيف عمـــومي: قطاع خاص:

المصلحة المستخدمة: اسم المؤسسة / الشركة:

الرتبة في العمل:

الصيغة:

موظف دائم: موظف في إطار عقود: نوع العقد:

إمضاء الطالب(ة)

Bra

شكر وعرفان

كل الشكر لله

يطيب لي بعد شكر الله أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى العميد والبروفيسور خضري حمزة على شموله بمتابعة وملاحظة خطوات إنجاز هذه المذكرة والتي كان لها أعظم الأثر في إتمام هذه المذكرة، والشكر أيضا موصول إليه على نصائحه وتحفيزاته القيمة لي وإلى كل طلبة الحقوق خلال سنوات الفترة الدراسية بالجامعة.

كما أتقدم بالشكر إلى كل أعضاء لجنة المناقشة من بينهم الدكتور مقدم ياسين والدكتور عبدلي حمزة على تفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة.

وإلى كل أساتذتي وزملائي في كلية الحقوق.

الطالبة: نبيلة بريش

إهـــداء

إلى نسمات الأرض الطيبة فلسطين

إلى روح ابي الغالي الذي فارقنا هذا العام

سألين الله المولى أن يعوضه فرحة تخرجي بفرحة الجنة

إلى الأم الغالية أطال الله في عمرها

إلى كل إخوتي وأخواتي، وعلى رأسهم الصديق والأخ والسند

بريش كمال

إلى الصديقة عنيبة فطيمة

إلى كل من كان له عطر سلاما في حياتنا

الطالبة: بريش نبيلة

قائمة المختصرات:

ص= الصفحة

ط= الطبعة

د.ن.س= دون سن نشر

د.ج= دينار جزائري

د.ن= دون طبعة

ج.ر.ع= جريدة رسمية عدد

المقدمة

مقدمة:

تعتبر التجارة الإلكترونية من اهم واوسع القضايا التي باتت تشغل الراي العام، وهذا لما تحمله من مزايا مشتركة لجميع أفراد المجتمع.

حيث التغير الذي طرأ على بيئة التجارة اليوم وخصوصا بعد التطور التكنولوجي الحاصل في الانفتاح والتشبع الاقتصادي جعل منها بيئة عالمية ذات منفعة عامة بامتياز بكل أوصافها، ولأجل تحقيق فاعلية متكاملة داخل عالم التجارة الإلكترونية كان لابد من تواجد مستهلكين يتمتعون بحماية قانونية تجعل منهم الأجدر في تلك المعاملات التي تتم بصفة غير مباشرة، ونظرا لأهمية الدور الذي يلعبه المستهلك في تطوير التجارة الإلكترونية فإنه يبدو من المهم تسليط الضوء على هذه الدراسة المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني.

موضوع الدراسة:

تظهر أهمية هذه الدراسة المتمحورة على حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني على جملة من العوامل المتعلقة بصفة المستهلك، ولفهم كل الأمور التي توجه المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد، ومن اجل تسليط الضوء على أهم التحديات التي يواجهها المستهلك من طرف المورد تم الاعتماد في هذه الدراسة على أهميتين:

الأولى تتمثل في دراسة مفهوم المستهلك، وتوضيح الفرق الجوهري بين المستهلك الإلكتروني والمستهلك التقليدي، إضافة إلى توضيح أهم الضمانات التي يحققها المستهلك من هذا التعاقد من حماية قانونية.

و الأهمية الثانية تتمثل تطبيق سياسة التعاقد بواسطة وسائل إلكترونية، أي بدون رسم خطط تعاقدية إلكترونية للمستهلك تقوم على وسائل متعددة لا يكون هناك تعاقد إلكتروني يبرم عن بعد.

أسباب اختيار الموضوع:

-الميل الشخصي لحب مهنة" مصالح قمع الغشّ التي تقوم بدورها على حماية المستهلك من كل مخاطر الاستهلاك، باعتبار المستهلك يشكل الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

-من بين اهم الأمور التي تستدعي بنا لاختيار هذا الموضوع أنه أصبح يشغل الرأي العام.

-كشف الغموض أكثر عن المخاطر التي تواجه المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني ومن بينها الشروط التعسفية.

-إكتشاف أكثر لأهم القوانين البتي أقرتها التشريعات والمشرع الجزائري لحماية المستهلك، بالإضافة إلى أهمية الموضوع من الناحية العلمية والعملية للفرد كشخص مستهلك.

-الرغبة في تسليط الضوء على نمط معين هام يخص الفرد في حياته اليومية وهو الاستهلاك بحد ذاته.

أهم الصعوبات:

- من أهم الصعوبات التي واجهتنا في موضوع هذه الدراسة أن كل الدراسات السابقة المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني المتعاقد عن بعد حملت في طياتها تعاريف ومفاهيم خاصة بالمستهلك بصفة عامة ولم تتطرق إلى المفاهيم الخاصة بالمستهلك الإلكتروني الذي يتعاقد عن بعد، سواء كان ذلك من الناحية التشريعية أو الفقهية.
- عدم وضع المشرع الجزائري نصوص قانونية دقيقة خاصة بمجال المستهلك الإلكتروني.

إشكالية موضوع البحث:

إن دراسة موضوع حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني من أهم المواضيع التي تشغل الحيز الاستهلاكي للفرد والمجتمع، وبناء على ذلك يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيسي التالي:

ماهي الآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد؟

ومن بين أهم التساؤلات الفرعية الناتجة عن التساؤل الرئيسي:

- ما المقصود بالمستهلك في العقود الإلكترونية؟
- ماهي الآليات المقررة لحماية المستهلك من الاحتيال والغش؟
- فيما تتمثل قوة النصوص القانونية التي أدرجها المشرع الجزائري لحماية المستهلك؟

المناهج المعتمدة:

للإجابة على التساؤل الرئيسي استحدثت دراسة الموضوع الاعتماد على المناهج التالية:

-المنهج الوصفي: يتم الاعتماد في هذا الموضوع على استخدامات المنهج الوصفي المتمثل في المفاهيم المتعلقة بالمستهلك وخصائصه ومواصفاته الفنية والتقنية التي يتخذها في الحصول على حاجاته من خلال اتخاذ العقد الالكتروني كوسيلة بديلة عن العقد التقليدي، وللإحاطة بهذا الموضوع من كل جوانبه.

-المنهج التحليلي: المتمثل في شرح النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، وخاصة تلك المتمثلة في قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وأيضا تلك المتعلقة والمتخصصة بشرح وتحليل النصوص الخاصة بالتشريع الفرنسي والمصري.

الدراسات السابقة:

لأهمية هذا الموضوع المعنون بحماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني تبين وجود عدد من الدراسات التي اهتمت بشأن هذا الموضوع وبالتالي سوف يتم استعراض بعض الدراسات التي تصب في مجال هذا الموضوع حسب الخطوات التالية:

- بوزكريا انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة ماجستير، جامعة سطيف، 2012-2013.
- أحمد أمين نان حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة ماستر، جامعة ورقلة يتمثل موضوعها في حماية المستهلك الإلكتروني عند تنفيذ العقد وتكوينه، من أهم النتائج المتوصل إليها أن المستهلك الإلكتروني لم يحظى في نصوص المشرع الجزائري بإهتمام كبير.
- جامع مليكة، حماية المستهلك المعلوماتي، رسالة دكتوراه، جامعة سيدي بلعباس، 2017-2018، تناولت الدراسة حماية المستهلك المعلوماتي قبل وأثناء وبعد التعاقد.

- خالد طيهار، حماية المستهلك الالكتروني، مذكرة ماستر، جامعة المسيلة، كلية الحقوق2018-2019 ، تحت إشراف مقدم ياسين ، تناولت موضوع أهم المفاهيم الخاصة بالمستهلك الإلكتروني وأهم آليات حمايته.
- بن وادفل عماد، حماية المستهلك في مرحلة ابرام العقد الإلكتروني مذكرة ماستر، جامعة أم البواقي، 2019-2020، تحت اشراف الدكتور حبارة فواتحية .

وعلى هذا الإساس يتم توضيح هذه الدراسة وللإلمام بها وضعنا الخطة التالية:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين، الأول تناولنا فيه مفهوم المستهلك حسب الاتجاه الفقهي والتشريعي، ثم تطرقنا إلى استحداث أهمية العقد الإلكتروني في عملية الاستهلاك، وأهم صور العقد الإلكتروني، أما الفصل الثاني تمثل في أهم الآليات القانونية لحماية المستهلك اثناء مرحلة إبرام العقد الإلكتروني المتمثلة في الحماية المدنية والجزائية.

أنهينا خاتمة دراسة هذا الموضوع المعنون بحماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني بمجموعة من النتائج والتوصيات.

الفصل الأول

ماهية المستهلك الإلكتروني

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للمستهلك

إن التطور السائد عبر وسائل التكنولوجية الحديثة أدى بذلك على التطور من حاجة المستهلك الإلكتروني لبعض الخدمات والسلع المتنوعة في شتى المجالات، سواء كانت على الصعيد الاقتصادي أو الاجتماعي، وبالتالي كانت فاعلية المعاملات الإلكترونية هي الحل الوحيد للمستهلك الإلكتروني لتلبية حاجاته بسرعة عبر وسائل تكنولوجيا حديثة، ومن هذا المنطلق كان لبعض الدول والتشريعات بصمة قانونية جديرة لحماية هذه المعاملات والخدمات التي تتم عبر الخط الإلكتروني، والتي تتم في صورة عن بعد.

حيث نجدها ذات فاعلية خاصة لحماية المستهلك من الدرجة الأولى ولحماية الأطراف الأخرى من الدرجة الثانية، خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي من أنترنت وغيرها من وسيلة الاتصال المرئية.

لاشك أن استخدام تلك العقود وابرامها تقوم على خصوصية حماية كل المستخدمين من الغش والاحتيال، وتقوم أيضا على سرية المعاملات بين الافراد.

-حيث اثار موضوع حماية المستهلك العديد من التساؤلات والتي جعلتنا نتطرق في هذا الصدد إلى هذا الموضوع ودراسته بعمق.

حيث اتخذنا في المبحث الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني كمدخل لهذه المذكرة، وخصصنا المبحث الثاني لمفهوم العقد الإلكتروني وخصائصه وتبيين كل الجوانب الخاصة به، ولتوضيح الدراسة نقدم لكم جوانب الفصل الأول كالتالي:

المبحث الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني

المطلب الأول: تعريف المستهلك الإكتروني

المطلب الثاني: خصائص المستهلك الإلكتروني وتمييزه عن بعض الأطراف.

المبحث الثاني: مفهوم العقد الإلكتروني

المطلب الأول: تعريف العقد الإلكتروني

المطلب الثاني: تمييز العقد الإلكتروني عن غيره من العقود المشابهة له.

المبحث الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني:

المستهلك يعد أحد الأطراف الأساسية المكونة للبيئة الجزئية للتسويق مما جعل الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك تتزيد خاصة مع تزيد المشاكل التي تواجه المستهلك، وهذا ما ساعد في ظهور المنظمة الدولية للمستهلك.[1]

يعرف المستهلك بأنه شخصا طبيعيا أو معنويا الذي يحوز أو يطلب حيازة، أو لديه نية حيازة السلع المعدة للإستهلاك الشخصي أو المنزلي أو الإعتيادي أو لأغراض إعادة إنتاجها عن طريق الشراء.[2]

ولهذا اتخذنا التطرق إلى معرفة وفهم كل ما يخص المستهلك الإلكتروني سواء من الناحية المعرفية المفاهيمية، أو من ناحية التعاقدات التي يقوم بها.

المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني:

يعد المستهلك الركيزة الأولى التي تقوم عليها الحياة التسويقية، وهو الأداة الأساسية للتجارة الإلكترونية، وبالتالي جعل هذا من الفقهاء وبعض التشريعات الداخلية والخارجية إلى البحث أكثر حول هذا الموضوع، حيث حرصت هذه الأخيرة على وضع قواعد أساسية تجعل من المستهلك شخص يتمتع بالحماية التامة، ومع ذلك تجدنا نتساءل حول هذه الحماية التي أقرتها هذه التشريعات وبالتالي خصصنا الفرع الأول لتعريف المستهلك في ظل الفقه، وفي الفرع الثاني تطرقنا إلى بعض التشريعات التي عرفت المستهلك.

الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني:

نجد أن الفقه انقسم في تعريف المستهلك الإلكتروني إلى اتجاهين حيث الأول نجده يضيق من المفهوم الخاص بالمستهلك، والثاني يوسعه منه.

---

1 – شرفة حكيمة، **مبادئ التسويق**، دار الخلدونية، الجزائر 2019، ص45.

2 – سالم محمد عبود، **حماية المستهلك في عقود التسويق الإلكتروني– دراسة تحليلية**– المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، العدد1، جامعة بغداد، 2015، ص52

أولا: التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني:

تتجه الغالبية العظمى من الفقهاء إلى تبني المفهوم الضيق للمستهلك فنجدهم يعرفون المستهلك بأنه

كل شخص يقوم بإبرام تصرفت قانونية من أجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية الشخصية أو العائلية.[1]

كما يرى البعض: أن المستهلك هو الذي يقوم بالعمليات الاستهلاكية التي تحقق اشباع حاجاته اليومية والوقتية دون أن تتخللها نية تحقيق الربح سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا.[2]

كما يعرفه البعض الآخر من الفقه بأنه" ذلك الشخص الذي لأجل احتياجاته الشخصية غير المهنية يصبح طرفا في عقد للتزود بالسلع والخدمات.[3]

كما عرفه الفقيه Raymand(G): " لتعريف المستهلك يجب أن نستعين من غاية التصرف، بحيث يعرف المستهلك كل شخص طبيعي يحصل أو يمكن ان يحصل على أشياء استهلاكية أو خدمات من نفس الطبيعة، لغرض منفرد وهو اشباع حاجاته الضرورية والآنية والمستقبلية.[4]

ولقد ساق أنصار هذا الاتجاه عدة حجج من اجل استبعاد المحترف من الحماية منها أن المحترف الذي يتصرف من اجل حاجات مهنية سيكون أكثر تحفيزا من الشخص الذي

---

[1] –كوثر سعيد عدنان، **حماية المستهلك الإلكتروني**، دار الجامعة الجديدة، مصر،2018، ص36.

[2] –فاتن حسين حوى، **الوجيز في قانون حماية المستهلك**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ط1، 2012، ص31.

[3] – قنطرة سارة، **المسؤولية المدنية للمنتج واثرها في حماية المستهلك**، مذكرة ماجستير قانون أعمال، كلية الحقوق جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، 2016–2017، ص11

[4] – جريفلي محمد، **حماية المستهلك في نطاق العقد**، أطروحة دكتوراه، قانون خاص، كلية الحقوق أحمد درارية، الجزائر،2017–2018، ص16–17.

يتصرف لغرض خاص وبالتالي سيحسن الدفع عن نفسه، وإن تصادف وجود محترف في وضعية ضعف، فإن ذلك يستدعي حمايته بقواعد خاصة لا بقواعد قانون الإستهلاك.[1]

ويرجع سبب رغبة الفقه إلى تحقيق مفهوم المستهلك إلى أن المعني الذي يتعامل في نشاط خارج عن طبيعة نشاطه الأصلي لا يفقد الخبرة في تعاملاته داخل السوق ومع التجار بشكل عام.[2]

يستنتج من هذه الاتجاه أنه ركز على أن المستهلك هو الشخص الذي يقوم بالتعاقد فقط من أجل اشباع حاجاته سواء كانت فردية أو عائلية ويستبعد كل مستهلك يتعاقد من أجل اشباع مهنته.

ثانيا: التعريف الموسع للمستهلك الإلكتروني:

وأول من نادى بالتوسع في مفهوم المستهلك هو الرئيس الأمريكي Kennedy عام 1962 بأنه لا يوجد طبقتان من المواطنين" كلنا مستهلكون وان كل شخص طبيعي له صفة المستهلك في مناسبات عديدة من وجوده[3]

فالمستهلك بمقتضى الاتجاه الواسع هو كل من يشتري شيئا بهدف استهلاكه سواء لاستعماله الشخصي أو لاستعماله في حرفته.[4]

كما نلاحظ أن هذا الاتجاه يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك والعبرة من إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي تكمن في كون هذه الأخيرة يمكن أن يتواجد في مركز ضعف، سواء اقتصاديا أم فنيا.[1]

---

[1]– صياد الصادق، **حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة1، 2013–2014، ص30.

[2] –رامي زكريا رمزي مرتجي، **الحماية الجزائية للمستهلك–دراسة مقارنة**–مذكرة ماجستير، القانون العام، مركز الدراسات العليا للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2013، ص31.

[3] – كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص39.

[4] – موفق حماد عبد، **الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة**، منشورات زين الحقوقية، بغداد، ط1، 2011، ص13.

ويستنتج من التعريفات السابقة ان مفهوم المستهلك جاء فضفاضا، فلم يتم تقييد المستهلك بالشخص غير المزود، بل شملت الحماية المزود، وهذا ما شمله الاتجاه الموسع.[2]

نجد أنصار هذا الاتجاه ركزوا على معيارين لتعريف المستهلك:

المعيار الأول يتمثل في الاختصاص المهني: إذ قام المهني بتصرف خارج عن عمله الخاص فإنه يصبح هو والمستهلك في نفس الدرجة من الحماية، والمعيار الثاني هو الاسناد المباشر، وجب هنا أن يكون العقد وموضوعه منفصل عن ممارسة المهنة وهكذا يعتبر المهني مستهلكا.[3]

يستنتج من هذا أن المهني يبقى ضعيف خارج إطار خدمته المخصصة، ويمكن أن يغبن وهو بحاجة للحماية مثل المستهلك.

الفرع الثاني: التعريف التشريعي لبعض الدول للمستهلك الإلكتروني

اختلفت التشريعات الدولية في تعريف مصطلح المستهلك الإلكتروني وهذا ما نجده في التشريعات التالية:

أولا: تعريف المستهلك الالكتروني عند المشرع المصري:

عرف قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المستهلك بأنه:" كل شخص تقدم اليه أحد المنتوجات لإشباع احتياجاته الشخصية او العائلية او يجري التعامل او التعاقد في هذا الخصوص".[4]

---

[1] –شعباني حنين نوال، **التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش**، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص26

[2] – عبد الله ذيب عبد الله محمود، **حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني**، أطروحة ماجستير، قانون خاص، كلية الدراسات العليا، فلسطين 2009، ص14.

[3] – قنطرة سارة، **المسؤولية المدنية**، مرجع سابق ذكره، ص12 بتصرف

[4] –كوثر سعيد عدنان خالدن **حماية المستهلك الالكتروني**، مرجع سابق، ص30.

ويلاحظ من هذا التعريف أن المشرع المصري ركز على الغرض من التعاقد وهو قضاء الحاجيات الشخصية للمستهلك وأفراد أسرته، علاوة على أنه أشار إلى أن من يتعاقد بشأن نشاطه المهني لا يعد مستهلكا مهما كان مركزه الاقتصادي.[1]

ويقصد بالمنتجات الواردة بالنص" السلع والخدمات المقدمة من اشخاص القانون العام او الخاص وتشمل السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال المورد.[2]

ويعد هذا المفهوم المضيق للمستهلك مفهوما منتقدا لأن في استبعاد المتعاقد على سواء سلعة او خدمة أو منتج لحاجات نشاطه المهني يعد أمرا لا يقوم على مبرر واضح.[3]

يستنتج هنا أنه قصر تعريف المستهلك إلا على من يتم تقديم له الخدمات والسلع دون ذكر رغبة الاقتناء التي هي في منظور المستهلك، فكلما كانت الرغبة اشباع الحاجات الذاتية أو العائلية كان ذلك الشخص المتعاقد مستهلكا.

ثانيا: تعريف المستهلك في ظل التشريع الفرنسي:

يظهر أن المشرع الفرنسي ركز في قوانينه على حماية المستهلك، واهتم بكل تفاصيله العامة إلا أن هذه القوانين التي أقرها لم تحمل ولا تعريفا واحدا يخص المستهلك، تاركا الكلمة إلى الفقه والقضاء.[4]

لكن نجد بعض الفقهاء في فرنسا قد عرفوا المستهلك على طريقة الاتجاه الضيق بأن" المستهلك هو كل شخص طبيعي أو اعتباري، الذي يحصل على خدمات متنوعة لغرضه غير المزود"[5]

---

[1] –فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص26.

[2] – رهـ نج أزاد محمد سعيد، **حكم الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك**، مركز الدراسات العليا للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2022، ص64.

[3] –فاتن حسين حوى، نفسه، ص27.

[4] – كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص29، بتصرف.

[5] – عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص12ن بتصرف.

حيث لم يستطع الفقه والقضاء الفرنسين إلى حد الآن وضع مفهوم دقيق للمستهلك، إذ اعتمد تعريفا ضيقا له واعتبره دائما شخصا طبيعيا.[1]

وقد عرف مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 26 يوليو عام 1993 المستهلكين بأنهم:" الأشخاص الذين يحصلون، او يستعملون المنقولات او الخدمات للاستعمال غير المهني"، لكن بعد صدور قانون رقم 949 لسنة 1993 في صفته النهائية جاء خاليا من تعريف يحدد فيه هوية المستهلك.[2]

يستنتج من هذه التعريفات أن المشرع الفرنسي كانت تعريفات متناقضة، وتتجه دائما إلى الاتجاه الضيق التي ترتكز على أن المستهلك شخصا طبيعيا لا غير.

ثالثا: تعريف المستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري

بعد التطرق إلى تعريف المستهلك في ظل التشريع المصري في البند الأول سنتطرق في الشطر الثاني إلى تعريفه من ناحية ومنظور التشريع الجزائري.

كيف كانت رؤية المشرع الجزائري يا ترى لتعريف المستهلك؟

-أما عن موقف المشرع الجزائري من تعريف المستهلك فإن القانون رقم 89/02 المتعلق بحماية المستهلك لم يعرف مصطلح المستهلك.[3]

حيث عرف المشرع الجزائري المستهلك في المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش 39/90 في المادة الثانية على:" المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو

[1] – يمينة حوحو، مرجع سابق، ص52.

[2] –رهـ نج ازاد محمد سعيد، مرجع سابق، ص67.

[3] – بوالكور رفيقة، **حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام**، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص82.

خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"[1]

وكذلك جاء في القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة3 منه:" المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"[2]

وفي الأخير جاء القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير وتم تعريف المستهلك:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا منتوجا أو خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"[3]

ومن خلال هذين التعريفين يظهر أن المشرع الجزائري قد وفق إلى حد كبير في تقديم تعريف جامع لكل العناصر الأساسية التي تندرج ضمن مفهوم المستهلك.[4]

ونستنتج أن المشرع الجزائري ركز وأخذ الاتجاه الضيق في تعريفه للمستهلك حيث هذا مكان وضح من خلال التعريفات السابقة.

المطلب الثاني: خصائص المستهلك الإلكتروني وتمييزه عن بعض الأطراف:

المستهلك في نطاق تعاملات التجارة الالكترونية هو نفسه المستهلك في عمليات التعاقد التمهيدية، لكنه فقط يتعامل من خلال وسائط إلكترونية، ويتمتع بكافة الحقوق والمزايا في نطاق التجارة التقليدية.[1]

---

[1] – المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 5 الصادرة في 31جانفي 1990

[2] – القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41 الصادرة بتاريخ 27 جوان2004 المعدلة والمتممة.

[3] – القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15 الصادرة بتاريخ 08 مارس2009

[4] – بن قوية المختار أبو زكريا، **دور العلامة التجارية في حماية المستهلك من التضليل-دراسة مقارنة**-المركز الاكاديمي للنشر، مصر، د.ط، 2020، ص31.

حيث في هذا المطلب الثاني نتناول في الفرع الأول خصائص المستهلك الإلكتروني وفي الفرع الثاني أهم مميزاته عن بعض الأطراف.

الفرع الأول: خصائص المستهلك الالكتروني

يتميز المستهلك الإلكتروني بعدة خصائص تميزه عن المستهلك التقليدي وهذا ما نجده في الأسطر التالية:

المستهلك شخص طبيعي أو معنوي (شركة، مؤسسة، جمعية) يبرم عقودا بصفة متكررة لأجل اشباع حاجاته الفردية أو الاسرية، أو تلك المرتبطة بحياته اليومية، المستهلك يبرم العقود من أجل الانتفاع بها دون أن تكون لديه النية المسبقة للمضاربة بهذه السلع والخدمات التي يقتنيها.[2]

حيث نجد أن للمستهلك طريقة فعالة وسهلة للوصول بسرعة إلى اقتناء كل ضرورية وحاجاته عبر المواقع الالكترونية، التي تقدم الكثير من الخدمات والسلع، ومنها يستفيد المستهلك من عروض الأسعار، وهذا خلال البحث في مواقع الأنترنت المختلفة.

ويلاحظ في الأعوام الأخيرة أن دخول المستهلكين إلى المواقع الإلكترونية أصبحت كثيرة من اجل التقليل من الجهود والتعب الذي يحصل عليه المستهلك التقليدي.[3]

يستنتج من هذه الخصائص أن المستهلك هو شخص طبيعي او اعتباري، أغلب التصرفات والتعاقدات التي يقوم بها هي لتلبية كل حاجاته.

---

[1] –.غازي بن فهد بن غازي المزيني، مرجع سابق، ص115.

[2] – بن قوية المختار أبو زكريا، مرجع سابق، ص33.

[3] – غازي بن فهد بن غازي المزينين مرجع سابق، ص116.بالتصرف

الفرع الثاني: التمييز بين المستهلك والمهني(المحترف) في العقد الإلكتروني:

-ما المقصود بالمهني في هذا الصدد؟

أولا: المهني(المحترف)

-المهني أو المحترف هو الطرف المقابل للمستهلك في عقد الاستهلاك، ويعرف لغة بأنه الشخص صاحب المهنة أو صاحب الحرفة.[1]

المهني والحرفي على خلاف المستهلك هو الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يتصرف لتلبية حاجات مهنته وحرفته، فهو يستأجر المكان لأغراض تجارية، أو يشتري البضائع من أجل إعادة بيعها.[2]

في حين أن المشرع المصري استخدم مصطلح المورد، أما المشرع الجزائري فقد استخدم لفظ المتدخل.[3]

حيث ذهب بعض فقهاء القانون إلى التمييز بين المستهلك والمهني حسب بعض المعايير منها:

-معيار الاحتراف وهو الذي يقوم على تكرر العملية نفسها لكسب كلمة الاحتراف، أما الثاني معيار الكفاءة التقنية والقانونية التي تعتمد على أن المهني هو الطرف القوي الذي يملك كفاءة تجعل منه الطرف القوي، اما المستهلك هو الشخص الضعيف الذي يحتاج لحماية أكثر.[4]

ويعرف البعض المهني بالاعتماد على عنصر القوة من الناحية التقنية والاقتصادية والمعرفية، فالمهني أو المحترف هو:

---

[1] – فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص35.

[2] – بن قوية المختار أبو زكريا، مرجع سابق، ص-ص31-32.

[3] – رامي زكريا رمزي مرتجي، مرجع سابق، ص34.

[4] – غازي بن فهد بن غازي المزيني، دار الكتاب الجامعي، السعودية، ط1، 2018، ص118، بتصرف.

"ذلك الشخص الذي يتمتع بعناصر الأفضلية أو التفوق، وهي المقدرة التقنية بحيث يكون على دراية تامة بما يقدمه من منتجات وخدمات، والمقدرة الاقتصادية بالتفوق على المستهلك"[1]

بعد وصف المهني الوصف المقابل للمستهلك، فالمهني هو ذلك الذي يتعاقد عند مباشرته لمهنته نشاطا تجاريا أو مدنيا بصورة معتادة.[2]

يستنتج من هذه التعريفات السابقة للمهني أنه صورة حقيقية للقوة في التعاقد من ناحية توفر التفوق والأفضلية في المعاملات الإلكترونية على عكس المستهلك الذي يستحق الحماية والدعم أكثر.

-شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص-ص14- 151

[2] -أحمد محمود خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الإحتكار**، دار الجامعة الجديدة، 2008، ص-ص30-31.

المبحث الثاني: ماهية العقد الإلكتروني

نجد أن العقد الالكتروني لا فرق بينه وبين التجارة الالكترونية التي هي في الأساس تقوم على تطورات التكنولوجيا الحديثة، هي بالفعل اليوم تحمل صورة العقد الالكتروني في الكثير من المعاملات الاقتصادية كانت أو الاجتماعية، رغم ذلك التطور الذي شهدته التكنولوجيا إلا أن العقود التي تتم عبر ه وداخله لا زالت تحتاج الكثير من الحماية والدقة من ناحية حماية التعاقد الإلكتروني بين المستهلك والبائع وغيرهم من الأطراف الأخرى التي تنتهج هذه الخدمات التي تتم عن بعد بصورة مباشرة، حيث يذهب بنا القول بأن الخدمات التي تقدمها الشبكات الالكترونية هي بالفعل اليوم أصبحت لها قيمة داخل المجتمع المتعامل بها، سواء كان ذلك على الصعيد الداخلي أو الخارجي، حتى نجد أن بعض الدول استفادت بالكثير من هذه العقود الالكترونية وجعلت من كل العالم قرية صغيرة، حيث نخصص المطلب الأول لتعريف العقد الالكتروني ونخصص المطلب الثاني لتمييز العقد الالكتروني عن غيره من العقود المشابهة.

المطلب الأول: مفهوم العقد الالكتروني

لقد ارتأينا عند دراسة هذا المطلب أن نقوم بتقسيم دراسته إلى فرعين: الفرع الأول نخصصه للتعريف بالعقد الإلكتروني، أما الفرع الثاني: فنوضح من خلاله خصائص العقد الإلكتروني، وذلك على النهج التالي:

الفرع الأول: تعريف العقد الإلكتروني:

يعتبر العقد الإلكتروني من أهم العقود التي يعتمد عليها المستهلك في تلبية حاجياته اليومية بسرعة، ولهذا سنتطرق في الفرع الأول إلى تعريف العقد الإلكتروني، وإلى أهم خصائصه المتمثلة في الفرع الثاني.

بالرجوع إلى نصوص القانون النموذجي الصار عن الأمم المتحدة بشأن التجارة الالكترونية نجد أنه عرف العقد الالكتروني من خلال تعريفه لرسالة البيانات، وذلك في المادة الثانية

بأنها:" المعلومات التي يتم انشاؤها أو أرسالها واستلامها أو تخزينها بوسائل الكترونية أو ضوئية"[1]

وهذا التعريف يركز على الوسيلة التي يتم من خلالها التعاقد ولا يتعرض لمحل العقد (السلع والخدمات)[2]

وهناك من عرف العقود الالكترونية بانها المعاملات التي تتم بواسطة الكترونية يقوم فيها الحاسب الآلي بالدور الأكبر من حيث إجراءات التعاقد وتنفيذيها وقد يكون هو الطرف الآخر في العقد فيقوم بدور الايجاب او القبول نيابة عن الشخص.[3]

كما عرفته تقنية الاتصال عن بعد بانه كل وسيلة دون وجود مادي ولحظي للمورد أو المستهلك يمكن ان تستخدم الإبر ام العقد بين الطرفين.[4]

كما ركز جانب آخر في تعريفه للعقد الالكتروني على الصفة الدولية بانه العقد الذي تتلاقى فيه عروض السلع والخدمات التي يعبر عنها بالوساطة الالكترونية المتعددة خصوصا شبكة المعلومات الدولية.[5]

كذلك حث التوجه الأوربي تحت رقم 31 لسنة 2000 الصادر في 2000/06/08 المتعلق بالتجارة الالكترونية وذلك بتضمين أنظمتهم القانونية السماح بإبرام هاته العقود وتعديل تشريعاتها كي تستوعب التجارة الإلكترونية ولا تحول دون تقدمها.[6]

---

[1] – لزهر سعيد، **النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية**، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، ط2، 2014، ص40.

[2] –كوثر سعيد، عدنان خالد، مرجع سابقن ص393

[3] – غازي بن فهد بن غازي المزينين مرجع سابق، ص62.

[4] –ماجد محمد سليمان، أبا الخيل، **العقد الالكتروني، مكتبة الرشد**، السعودية، ط1،(د.س).ص16.

[5] –أرجيلوس رحاب، **الإطار القانوني للعقد الإلكتروني، دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أحمد دراية، ادرار 2017–2018، ص11.

[6] – صولي الزهرة، **النظام القانوني للعقد الإلكتروني**، مذكرة ماجستير، كلية حقوق، جامعة محمد خيثر بسكرة، 2007–2008–ص10.

الفرع الثاني: خصائص العقد الإلكتروني

نجد أن العقد الالكتروني يتميز بالكثير من الخصائص نذكر منها:

أ- العقد الالكتروني عقد يبرم عن بعد.

يتم إبرام العقد الإلكتروني عن بعد عبر تقنيات الاتصال المختلفة بدون التواجد أو الالتقاء المادي للأطراف من خلال مجلس العقد.[1]

إن العقد الالكتروني يتميز عن باقي العقود بأنه عقد مبرم عن بعد أي أن هناك مسافة بين المتعاقدين، فالتعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت يعد بين حاضرين حكما، حيث أن هناك تباعد مكاني بين البائع والمنتج والمستهلك.[2]

ب- العقد الإلكتروني عقد ذو طابع تجاري

غالبا ما يتميز العقد الإلكتروني بالطابع التجاري، لهذا تطلق عليه تسمية عقد التجارة الإلكترونية

contrat de commerce électronique يقصد بها تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية في السلع والخدمات التي تتم بين مؤسسة تجارية وأخرى أو بين تاجر فرد ومستهلك[3]

ولذلك فإن اطرافه هم التجار والمستهلكين، وهو عقد يرد على السلع أو أداء الخدمات بمختلف أنواعها، ويتسم غالبا بان التاجر هو الذي ينظم طريق إبرامه.[4]

ج- العقد الإلكتروني عقد عابر للحدود

نجد أن هذا العقد يتميز عن غيره من العقود بأنه في صورة طابع دولي أي يتم خارج حدود الدولة، أي يتم بين أفراد مختلفة حيث قد يكون المشتري للسلع في دولة والبائع في دولة أخرى.[1]

---

[1] – غازي بن فهد بن غازي المزينين مرجع سابق، ص25

[2] – ماجد محمد سليمان ابا الخيل، مرجع سابق، ص33.

[3] – دليلة معزوز، **العقد الإلكتروني–دراسة مقارنة**–، المركز الأكاديمي للنشر، الإسكندرية، (د.ط)، 2020، ص394.

[4] –كوثر سعيد عدنان خالد، مرجع سابق، ص394.

وخلاصة القول إن العقود الالكترونية التي تتم عبر الشبكة الدولية هي عقود تتم عن بعد دون الحضور المادي لأطراف العقد، إلا أنها ومع ذلك فإنها تتميز بإمكانية تبادل الدور بين أطراف العقد إضافة إلى أنها قد تكون تجارية أو مدنية.[2]

د: العقد الإلكتروني ذو طابع استهلاكي:

يتصف العقد الالكتروني بصفة العقد الاستهلاكي نتيجة كون أحد المتعاقدين مستهلكا، لذا ظهرت الحاجة الملحة إلى حمايته كطرف ضعيف من خلال التشريع والقضاء المعاصر للحد من ضعفه واستغلال المنتجين له.[3]

هـ: العقد الإلكتروني يبرم بوسيلة إلكترونية:

حيث يقوم العقد الإلكتروني إلا بتوفر وسائط إلكترونية تتمثل ف شبكة اتصالات إلكترونية، وهذه الوسائط هي التي انهت كل ما هو تقليدي من كتابة ووفرت أجهزة تقوم بذلك إلكترونيا.[4]

المطلب الثاني: تمييز العقد الالكتروني عن بعض العقود المشابهة له

نجد أن العقود تنوعت عبر العصور، والفضل في هذا يرجع إلى التطور الإلكتروني الهائل الذي أدى إلى ظهور العديد من شبكت التواصل الاجتماعية، حيث أصبح نطاق المعاملات يتميز بالسرعة في مجال البيع والشراء، وبهذا نحاول في المطلب الثاني التطرق على فرعين،" الفرع الأول": يتمثل في التطرق إلى تمييز عقد البيع الإلكتروني عن العقود الأخرى بالنظر إلى طريقة التعاقد، و" الفرع الثاني": يتمثل في تمييز العقد الإلكتروني عن بعض العقود المرتبطة بالبيئة الإلكترونية.

---

[1] – غازي بن فهد بن غازي المزيني، مرجع سابق، ص65 بتصرف.

[2] –قسنطيني حدة صبرينة، **العقد الإلكتروني–الانعقاد والإثبات**–مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2011–2012، ص24

[3] –دليلة معزوز، مرجع سابق، ص22.

[4] – خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني–دراسة مقارنة**–دار الفكر الجامعي، مصر، 2011، ص75، بتصرف.

الفرع الأول: تمييز عقد البيع الالكتروني عن العقود الأخرى بالنظر الى طريقة التعاقد

بعدما تم التطرق في المطلب الأول إلى تعريف العقد الإلكتروني وخصائصه، كان علينا التطرق في المطلب الثاني إلى أهم ما يميز هذا العقد عن غيره من العقود الإلكترونية الأخرى، وهذا ما سنتطرق إليه في الفرع الأول" من المطلب الثاني الذي يحمل في اسطره تمييز عقد البيع الإلكتروني عن العقود الأخرى بالنظر إلى طريقة التعاقد.

أولا: تمييز عقد البيع الإلكتروني عن عقد البيع التقليدي:

نجد ان العقد الإلكتروني يقوم على قاعدة أساسية جوهرية لوجوده تتمثل في تواجد الرضا، المحل والسبب، وهذا مما يوضح أن العقد التقليدي هو أيضا يقوم على نفس العناصر والأركان الجوهرية التي يقوم عليها العقد الإلكتروني.

وهذا ما جعلنا نتساءل: ما هو الاختلاف الجوهري بين العقد الإلكتروني والعقد التقليدي؟

نلاحظ أن العقد الالكتروني يتشابه مع العقد التقليدي أن لهم نفس الشروط العامة منها الرضا والحل والسبب.

إلا أن الاختلاف بينهما يتمثل في ان عقد البيع التقليدي يكون بين حاضرين أو غائبين، بعكس العقد الإلكتروني الذي تلتقي فيه إرادة الطرفين الموجب والقابل عن طريق شبكة الانترنت، وبالتالي يكون أبرام العقد عن بعد ما بين غائبين من حيث المكان، رغم الحضور المادي المتعاصر الافتراضي للمتعاقدين عبر الشبكة.[1]

وكخلاصة قول لما سبق بيانه نقول إن العقد الإلكتروني والعقد التقليدي لهم نفس الأركان العامة التي تتمثل في الرضا والمحل والسبب، إلا أن الاختلاف يتجسد في أن العقد الإلكتروني يتعامل بوسائل إلكترونية عكس العقد التقليدي البسيط.

[1] – حسن مكي مشيري، **خصوصيات التعاقد عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت)** منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1، 2019، ص39.

ثانيا: تمييز عقد البيع الإلكتروني عن عقد البيع بواسطة التلفزيون

يعرف التعاقد عن طريق التلفزيون بانه عبارة عن طلب سلعة او منتج بواسطة الهاتف.[1]

لا توجد أية إمكانية للتفاعل بين المتعاقدين عن طريق التلفزيون لأن البث يكون من جانب واحد، والإيجاب فيه يوجه لعامة الجمهور ويعبر القابل عن إرادته بواسطة اتصال هاتفي، أو بإرسال رسالة إلى عنوان يحدده الموجب.[2]

يستنتج من هذه الأسطر أن الموجب في عقد التلفزيون لا يتلقى القبول مباشرة وبصورة سريعة، وبالتالي لا يوج قبول مباشر وفعلي بين المشتري والشخص البائع هنا، ما لم يكن هناك عرض مباشر للجمهور من شاشة التلفاز.

ثالثا: تمييز العقد الإلكتروني عن التعاقد بواسطة الهاتف

الشيء الوحيد الذي يتشابه فيه هذين العقيدين أنهما تعاقدا بين غائبين من حيث المكان، لكن الاختلاف الواضح أكثر أن الانترنت هي شبكة مفتوحة لجميع الافراد دون تحديد هوية أي متعاقد معها، إلا أن في حالة إرسال إيجاب ما إلى فرد معين عبر البريد الإلكتروني نكون هنا أمام شخص معين ومحدد بذاته، وهذا هو سر الاختلاف[3]، والتعاقد عبر هذه الوسيلة يتم بتبادل الإيجاب والقبول عن طريق الهاتف، حيث يتم التعبير عن الإرادة بطريقة شفوية، وينقل هذا التعبير باستخدام الهاتف.[4]

يلاحظ أن التعاقد عبر الهاتف ميزته أنه بين حاضرين من حيث الزمان عكس عقد الأنترنت الذي يقوم على الكتابة للتعاقد الكترونيا، وبالتالي التعاقد بواسطة الهاتف يشبه للتعاقد الالكتروني في كونه عقد يبرم عن بعد، حيث الاختلاف يظهر هنا في جزئية صغيرة تتمثل في أن المتعاقد بواسطة الهاتف يكون تعاقده موجه إلى شخص معين ومحدد بذاته.

---

[1] –محمود السيد المعطي خيال، **التعاقد عن طريق التلفزيون**، النسر الذهبية للطباعة، مصر، 2000، ص10.

[2] –دليلة معزوز، المرجع السابق، ص29.

[3] – حسين مكي مشيري، المرجع السابق، ص42، بتصرف.

[4] سامح عبد الواحد التهامي، **التعاقد عبر الأنترنت–دراسة مقارنة**–دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص38. –

الفرع الثاني: تمييز العقد الإلكتروني عن بعض العقود المرتبطة بالبيئة الإلكترونية

لكي يتم توضيح العقد الإلكتروني أكثر وجب علينا التطرق على العقود المرتبطة به وما بينها:

أولا: عقد الدخول إلى شبكة الانترنت

تعتبر الأنترنت من أحدث طرق التعاقد عبر الوسائل الالكترونية، وهذا ما جعلها مصدر لتصدير الخدمات والسلع بكل أنواعها.[1]

فيما يتمثل عقد الدخول إلى الشبكة، وما الفرق بينه وبين العقد الإلكتروني؟

هو عبارة عن عقد يتم بين الشركة التي تقدم خدمة الاشتراك والعميل او المشترك الذي يرغب في استخدام شبكة الانترنت فبمقتضى هذا العقد يتمكن العميل من الدخول إلى شبكة الانترنت مقابل دفع اشتراك معين[2]، وعلى ذلك فإنه بإتمام عقد الدخول على الشبكة يكون للعميل موقع محدد على شبكة الانترنت يمارس فيه نشاطه هذا ويقع على عاتقه أن يحافظ على سرية ورموز وكلمات المرور المخصصة له.[3]

كما يتميز هذا العقد انه ملزم لكل الأطراف، أي ملزم لجانبيه، فيقه على عاتق مقدم الخدمة التزام يتمثل في تقديم وتوفير الدخول إلى هذه الشبكة وهو التزام بتحقيق نتيجة.[4]

وخلاصة القول أن عقد الدخول إلى شبكة الأنترنت يفرض على الأطراف التزامات، ومن بين اهم الالتزامات هي التي تقع على مقدم الخدمة التي تتمثل في التطوير من هذه الشبكة، وتوريد أهم الوسائل الضرورية للاتصال بالأنترنت، حيث نجد الالتزام الثاني يقع على عاتق

---

[1] – ماجد محمد سليمان أبا الخيل، **العقد الإلكتروني**، مكتبة الرشد ناشرون، المملكة العربية السعودية، الرياض، ط1، ص29.

[2] –مرتضى احسان هادي، **حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الالكتروني**–دراسة مقارنة–دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، د.ط، 2020،ص35.

[3] –لزهر بن سعيد، المرجع السابق، ص53.

[4] – خالد ممدوح إبراهيم، **إبرام العقد الإلكتروني–دراسة مقارنة**– دار الفكر الجامعي،ط2، 2011، ص99.

العميل، حيث يلتزم بالمحافظة على سرية معلوماته الشخصية داخل هذه الشبكة من اجل نجاح هذه العقود الالكترونية.

ثانيا: عقد إنشاء المتجر الإلكتروني الافتراضي

هو عقد الكتروني يسمح للتاجر بفتح متجر الكتروني للتسويق وعرض خدمته من سلع ومنتجات على موقع شبكة الأنترنت موجهة بذلك إلى الجمهور.[1]

يلاحظ من هذا التعريف ان المتجر الإلكتروني الافتراضي هو عبارة عن صفحة أو موقع خاص بالتاجر الهدف منه عرض منتوجات وخدمات تحت رعاية التاجر صاحب المتجر، والذي يقوم هو بدوره بتقديم عروض كل الخدمات الخاصة به للجمهور.

ويعد عقد إنشاء المتجر الافتراضي من عقود الخدمات الالكترونية، ويطلق عليه البعض عقد المشاركة، وذلك لأنه العقد الذي بمقتضاه يصبح المتجر أو البوتيك الافتراضي مشاركا في المركز التجاري الافتراضي.[2]

ويقوم هذا الأخير بمباشرة تجارته عبر الأنترنت باستخدام برنامج معين وذلك بأن يدفع مقابل مالي جراء ذلك.[3]

---

[1] – حسن مكي مشيري، المرجع السابق، ص46، بتصرف.

[2] – لزهر بن سعيد، المرجع السابق، ص55.

[3] –بشار محمود دودين، **الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الأنترنت وفقا لقانون المعاملات الإلكترونية وبالتأصيل مع النظرية العامة للعقد في القانون المدني**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص78.

ملخص الفصل الأول:

لأجل الإلمام والإحاطة بهذه الدراسة التي تخص المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، تطرقنا في الفصل الأول إلى أهم المفاهيم الخاصة بالمستهلك منها التشريعية والفقهية، حيث لعب الفقه دورا فعالا في إعطاء صيغة تعريفية واضحة للمستهلك، وتتمثل هذه الصيغة التعريفية أن المستهلك في مجال المعاملات الالكترونية هو نفسه المستهلك في مجال المعاملات التقليدية من ناحية الحقوق والواجبات والمزايا، حيث الاختلاف كان بسيط بينهم من ناحية أن الأول يتعامل بواسطة وسائل الالكترونية والآخر كان يتعامل بطريقة مادية تقليدية بصورة مباشرة، وتم في هذا الفصل أيضا التطرق إلى العقد الإلكتروني باعتباره جزء مكمل لموضوع حماية المستهلك، حيث تم التطرق فيه إلى اهم خصائص هذا العقد، وأيضا تم التطرق إليه من ناحية تميزه عن غيره من العقود المشابهة له، باعتباره أهم العقود التي يعتمد عليها المستهلك الإلكتروني للحصول على احتياجاته المختلفة بسرعة ممكنة، وعليه وفي ختام هذا الفصل نلخص القول بان المستهلك هو جوهر المعاملات التعاقدية الالكترونية.

الفصل الثاني

آليات حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

تعتبر حماية رضا الطرفين من بين أهم الأمور التي تستوجب وجودها في صلب موضوع حماية المستهلك الإلكتروني وقت إبرام العقد، حيث تعتبر هذه الحماية ضرورية لعدم وجود طريقة التناسب والمساواة بين المتعاقدين، حيث نجد أن القوي في العلاقة التعاقدية من يتحكم في قواعد وخطة العقد الذي يتم عن بعد وبطريقة إلكترونية، وهذا مما اتضح عليه بوجود خلال في رمزية هذه العقود بين الأطراف المتعاقدة، وهذا ما نجده في صورة المستهلك وبعض الأطراف الذين يتعامل معهم بطريقة إلكترونية غير مباشرة عن بعد.

فمن يرغب اليوم في التعاقد أصبح عليه معرفة كمية الحماية القانونية والتشريعية التي تصب في صلاحيته من معاملات تضمن له إشباع حاجاته الفردية الخاصة والإجتماعية وحتى الإقتصادية، ولذلك نجد أغلب القوانين الداخلية لكل بلدان العالم ركزت بشأن هذا الموضوع، خاصة في طل التطورات التكنولوجية التي كلما تزايدت تزيد معها خطورة التعامل بها.

ولعل اليوم من أهم الأطراف التي تحتاج للحماية أكثر هي تلك الأطراف التي تعتبر هي الأضعف في التعامل الإلكتروني من حيث المعاملة الفنية والتقنية التي نجدها في الطرف المستهلك عن غير المهني الذي يتميز بالقوة والخبرة في مجال خدمته، لذلك نجد أن للمستهلك في بعض العقود الإلكترونية حماية خاصة عن غيره من الأطراف.

حتى نجد أن للمستهلك في بعض التشريعات سواء كانت عربية أو غربية حقوق خاصة به، تجعل منه شخص يتمتع بالحرية الكاملة في المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث يعد المستهلك وحمايته حاليا إحدى أهم المواضيع الرئيسية في عقود التجارة التي تتم عن بعد، ولهذا حرصت دول العالم على وضع قوانين تحميه من الغش والإحتيال بكل أنواعه، ونتيجة لهذا اتخذنا التطرق في هذا الفصل الثاني إلى دراسة و تحليل الحماية المدنية و الجزئية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، حيث خصصنا المبحث الأول إلى الحماية المدنية، والمبحث الثاني كان يتمثل في الحماية الجزائية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني.

المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

يعتبر المستهلك هو ذلك الشخص الذي يتلقى الخدمات و السلع المتنوعة من الطرف الثاني (المهني)، وهذا بطريقة إلكترونية بواسطة وسائل مختلفة، قد تكون أنترنت أو غيرها من الوسائل الإلكترونية الأخرى المتاحة عبر الفضاء الإلكتروني، حيث تعتبر هذه المعاملات في وجه المستهلك هي معاملات سريعة وسهلة لتوفير كل حاجاته بسرعة البرق، إلا أن هناك الكثير من المشاكل التي تنجر عن تلك المعاملات غير مباشرة، من بين أهم تلك المشاكل ظهور الإحتيال و الغش في عدم تطابق السلع والخدمات التي تم طلبها من طرف المستهلك على هذه المواقع الإلكترونية، وبهذا نجد بعض دول العالم اليوم سارعت لدراسة وحماية المستهلك الإلكتروني من هذا الإحتيال الوارد عليه والذي يتجلى عليه في تلك المعاملات بصورة غير مباشرة، حيث من أهم الحماية التي تقدمها القوانين والتشريعات المختلفة لمثل هذه المعاملات، تتمثل في حماية مدنية وقت ابرام العقد الالكتروني للمستهلك، وحماية جزائية تجعل المستهلك كشخص طبيعي أو معنوي يستطيع بها أن يسترجع جميع حقوقه، وبهذا تناولت الدراسة هذه وجهتين، الوجهة الأولى تتمثل في المطلب الأول الذي يحمل في طياته حماية المستهلك من الشروط التعسفية، والوجهة الثانية تتمثل في المطلب الثاني الذي يحمل في أسطره حقوق المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، وبالتالي سنتطرق إلى هذا بشكل مفصل ووجيز.

المطلب الأول: حماية المستهلك من الشروط التعسفية

في ظل المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية الحديثة وما نجم عنها في تركز قوى الإنتاج بشكل احتكاري بيد عدد محدود من الأشخاص فضلا عن التقدم والتعقيد في الطابع الفني للسلع والخدمات، بحيث أصبح المستهلك يجهل كيفية استعمالها، وكذلك ظهور صيغ تعاقدية جديدة لم تكن مألوفة في التعامل التجاري[1].

[1] موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص246.

وهذا ما جعلنا نخصص في هذا المطلب (الفرع الأول) إلى تعريف الشرط التعسفي، والفرع الثاني الى تمييز الشرط التعسفي عن بعض الأنظمة المشابهة له، كالإذعان والعقد النموذجي.

الفرع الأول: الشرط التعسفي

يعتبر الشرط التعسفي من أهم الشروط التي يعاني منها المستهلك في العقود الإلكترونية ولهذا إرتأينا في هذا الفرع التطرق إلى تعريف الشرط التعسفي كبند أول وصوره المتمثلة في البند الثاني.

أولا: تعريف الشرط التعسفي

يرتبط تعريف الشرط التعسفي في عقود الاستهلاك بالتفاوت في القدرة الفنية والاقتصادية بين أطراف العقد، إذ تتسم العلاقة بين أطراف العقد بأنها علاقة غير متكافئة، للتفاوت الواضح في القدرة العلمية والاقتصادية لصالح المحترف فهي علاقة بين قوي وضعيف[1].

وفي هذا الاتجاه عرفه آخر بانه ذلك الشرط الذي يترتب عليه عدم توازن تعاقدي لصالح المحترف، والذي يفرضه على الطرف الآخر الذي لا خبرة له او المتعاقد الذي وجد في مركز عدم المساواة الفنية أو الاقتصادية أو القانونية في موجعه الطرف الآخر[2].

وعرفه كذلك بانه شرط يفرضه المهني على المستهلك مستخدما نفوذه الاقتصادي بطريقة تؤدي الى حصوله على ميزة فاحشة، بما يؤدي الى احداث خلل في التوازن العقدي من جراء هذا الشرط المحرر مسبقا[3].

وبناء على ذلك فإن الشرط التعسفي في نظر المشرع المصري حسب قانون حماية المستهلك الجديد اعط تعريفا للشرط التعسفي في مادته الأولى الفقرة العاشرة بأنه: " كل شرط في

---

[1] مرفق حماد عبد، مرجع سابق، ص247.

[2] المرجع نفسه، ص248.

[3] غازي بن فهد بن غازي المزيني، مرجع سابق، ص296.

العقود المبرمة بين المورد والمستهلك نتيجته تكون الاختلال في الحقوق والواجبات التي تقع على المستهلك"[1].

ويعتبر الشرط التعسفي في نظر المشرع الفرنسي هو الشرط الذي ينشأ عنه أو ينتج عن آثاره اختلال بالتوازن بين حقوق والتزامات المستهلك وغير المهني مع الطرف الآخر في العقد، وهذا ما يعني أن المشرع استغنى على معيار التفوق الاقتصادي[2].

يستنتج من هذا التعريف أن المشرع المصري ربط الشرط التعسفي فقط بالاختلال بالحقوق والواجبات بين الطرفين في العقد وهذا ما ينتج عنه اختلال في العقد.

أما التوجه الأوروبي في المادة الثالثة الفقرة الأولى عرف الشرط التعسفي بأنه: " الشرط الذي لم يتم التفاوض بشأنه بشكل فردي خلافا لشرط حسن النية، فيؤدي الى خلل واضح في مجال حقوق والتزامات الطرفين الناشئة بموجب العقد"[3].

وبالنسبة للمشرع الجزائري فقد أعطى هو الآخر تعريفا للشرط التعسفي بموجب المادة الثالثة الحالة الخامسة من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية بنصها: " الشرط التعسفي كل بند أو شرط بمفرده كان أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد[4].

استنتج من خلال تعريف المشرع الجزائري أنه ربط بين الشرط التعسفي و عقد الإذعان.

ثانيا: صور الشرط التعسفي

تتنوع الشروط التعسفية في العقود الالكترونية ولعل أبرزها:

أ- شروط تؤدي إلى تخفيف التزامات المحترف:

---

[1] جريفلي محمد، مرجع سابق، ص177.

[2] جريفلي محمد، مرجع سابق، ص176.

[3] راه نج و زاد محمد سعيد، مرجع سابق، ص26.

[4] خالد معاشو، **دور القاضي في حماية المستهلك من الشروط التعسفية**، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة 8ماي 45، قالمة، 2015-2016، ص55.

- شروط تسمح للمحترف بتسليم غير مطابق للمواصفات المدرجة في العقد
- شروط معفية أو محددة مسؤوليته
- شروط الاعفاء من ضمان العيوب الخفية
- شرط يعفي المحترف من الضمان عند تخلفه عند تنفيذ التزامه[1].

ب- شروط تؤدي إلى زيادة أعباء المستهلك:

- يشترط المحترف مدة معينة للتعاقد مع المستهلك
- يشترط المحترف على المستهلك التوقيع، رغم جهله بحالة السلع والخدمات
- يلتزم المستهلك في إخلاله بتنفيذ العقد بتعويض باهظ[2].

ج- الشروط التي تخول المهني بتعديل العقد:

- قد تعطي الشروط التعاقدية للمهني الحق في تعديل الشروط التعاقدية بمفرده دون مشاركة من المستهلك، أو أن يترك له تحديد بعض الشروط التعاقدية وكيفية تنفيذها كتحديد محل العقد، حيث يتحفظ المهني بحق تحديد ذلك المحل[3].

ثالثا: معايير تحديد الشروط التعسفية

أ- معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية (المعيار الشخصي):

وهذا العنصر لا يمكن إثباته بحالة أخرى، وإنما يتم استخلاصه من الصفة الخاصة بأطراف العقد، لذلك يوصف عنصر التعسف في استعمال القوة الاقتصادية للمهني بأنه شخصي، وهذا العنصر محل نظر لأن القوة تكمن في السيطرة الفنية والتقنية أكثر منها في القوة الاقتصادية[4].

---

[1] موفق حماد عبد، مرجع سابق، ص254.

[2] مرجع نفسه، ص255، بتصرف.

[3] غازي بن فهد بن غازي المزيني، مرجع سابق، ص302-303.

[4] غازي بن فهد بن غازي المزيني، مرجع سابق، ص297.

ضف إلى ذلك أن الاعتماد على هذا المعيار غير مبرر أصلا باعتبار أن التفاوت الاقتصادي بين الأطراف المتعاقدة مفترض مبدئيا، والشرط التعسفي لا يمكن افتراض وجوده إلا بافتراض أن أحد طرفي العلاقة التعاقدية قد استعمل تفوقه مهما كان شكله لإدراج هذا الشرط[1].

ومن بين مظاهر التفوق الاقتصادي للمحترف من خلال عدم قدرة المستهلك على مناقشة بنود العقد بالرغم من أنه المحرك الأساسي لعملية الاستهلاك، اين تنحصر مهمته فقط في مجرد التوقيع على العقد، وذلك على فرض تمكينه من الاطلاع على بنوده، إضافة إلى الميزة الفاحشة التي تكون في صورة الأفضلية أو المنفعة أو الفائدة المفرطة التي يتمتع بها المهني والتي تشكل قرينة على التعسف في استعمال القوة الاقتصادية[2].

ولقد تعرض معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية للانتقاد فالمعيار غامض جدا، فاذا كان صحيحا أنه لفرض فاحش، فإنه يجب أن تكون ذا نفوذ، لكن السلطة والنفوذ ليس مرادفا للقوة أو عظم الشأن، فثمة حرفي بسيط أو ميكانيكي يمكنه استخدام وضعه أو نفوذه المحلي[3].

وبينما يرى البعض الآخر أن المقصود من التعسف هنا هو التعسف في استعمال الحق حسب القواعد العامة[4].

وكان المشرع الجزائري قد أورد النص على التعسف في استعمال الحق في المادة 41 من القانون المدني قبل إلغائها بموجب الأمر رقم 25-10 الصادر في 26 جانفي 2005 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 والمتضمن

---

[1] معوش رضا، مرجع سابق، ص28.

[2] المرجع نفسه، ص27.

[3] خالد معاشو، مرجع سابق، ص63.

[4] مولود بغدادي، **حماية المستهلك من الشروط التعسفية**، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2014-2015، ص86.

القانون المدني، وما حدث في هذا التعديل الاخير هو أن المشرع الجزائري لم يتم يتماشى وما أورده الفقه مع الملاحظات، هو وضع نظرية التعسف في استعمال الحق[1].

ب- معيار الإخلال الظاهر بتوازن الالتزامات:

لقد عرف التوجيه الأوروبي رقم 13-93 الصادر من المجلس الأوروبي بتاريخ 5 أبريل 1993 الشرط التعسفي في فصله الثالث على انه: " كل شرط في عقد لم يكن محل مناقشة فردية والذي رغم ضرورة توفر النية يخلق على حساب المستهلك عدم توازن شاسع بين حقوق والتزامات الأطراف"[2].

وهكذا جاء الفصل 132-1 من مدونة الاستهلاك الفرنسية بعد ما تم تعديله بمقتضى الفصل الأول من القانون 95- 96 على هذا النحو: " تعتبر تعسفية في العقود المبرمة بين المهني وغير المهني أو المستهلك الشروط التي تكون موضوعها أو آثارها، خلق على حساب غير المهني أو المستهلك"[3].

وبالنسبة للمشرع الجزائري نجده في المادة 03 فقرة 05 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية والتي تعتبر الشرط التعسفي: " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"[4].

وبالتالي نستنتج أن المشرع الجزائري يأخذ بمعيار الاختلال الظاهر لتوازن العقد لاعتبار شرطا تعسفيا، متأثر في ذلك بما ذهب إليه المشرع الفرنسي، عندما أخذ بنفس المعيار بموجب المادة 132 الفقرة الاولى من قانون الإستهلاك والذي نقله هذا الأخير عن التعليمة الأوروبية لسنة 1993[5].

---

[1] المرجع نفسه، ص48.

[2] مولود بغدادي، مرجع سابق، ص51.

[3] المرجع نفسه، ص52.

[4] المرجع نفسه، ص53.

[5] ره نج أزاد محمد سعيد، ص37.

خلاصة القول: أن التشريعات تباينت في تحديد عناصر الشرط التعسفي، نظرا لتباين في تحديد معناها، ولكنها اتفقت جميعا على أن يكون الشرط سببا في اختلال توازن العقد[1].

الفرع الثاني: تمييز الشرط التعسفي عن بعض الأنظمة المشابهة له

توجد الكثير من الأنظمة المشابهة للشرط التعسفي ومن بين هذه الأنظمة:

أولا: عقود الإذعان

يعرف جاك غاستيان عقد الإذعان بأنه: " الانضمام إلى عقد نموذجي حرر بصورة انفرادية من أحد الأطراف وينضم إليه الآخرون دون إمكانية حقيقية لتعديله"[2].

وعرف بعض الفقهاء عقود الاذعان بأنها: " محض تغليب لإرادة واحدة تتصرف بصورة منفردة وتملي قانونها ليس على فرد محدد، بل على مجموعة غير محددة وتفرضها مسبقا، ومن جانب واحد لا ينقصها سوى إذعان من يقبل قانون العقد"[3].

وتجب الإشارة إلى أن البعض اعتبر العقد الالكتروني عقد الإذعان بالنسبة للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف دائما، وأنه بحاجة إلى الحماية وذلك برفع مظاهر الإذعان التي قد تكون تعرضت لها والمتمثلة في الشروط التعسفية التي قد يتضمنها العقد[4].

وقد نصت المادة 70 من القانون المدني الجزائري: " يحصل القبول في عقد الإذعان بمجرد التسليم لشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل المناقشة فيها".

وعرف الفقه التقليدي عقد الإذعان بأنه العقد الذي يسلم فيه أحد الطرفين بشروط مقررة يضعها الطرف الآخر ولا يسمح بمناقشتها، وذلك فيما يتعلق بسلع أو مرافق ضرورية، تكون محل احتكار قانوني أو فعل أو تكون المنافسة محدودة النطاق بشأنها[5].

---

[1] المرجع نفسه، ص38.

[2] ره نج أزاد محمد سعيد، مرجع سابق، ص87.

[3] المرجع نفسه، ص88.

[4] عبد الله ذيب وعبد الله محمود، مرجع سابق، ص70.

– القانون المدني الجزائري، ص70.

[5] كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص497.

أ- حماية المستهلك المذعن من الشروط التعسفية:

يجب إعطاء فكرة واضحة عن الحماية المقررة للمستهلك المذعن من الشروط التعسفية:

- **الشرط الأول: وجود عقد قائم (صحيح)**

لكي يكون العقد الذي قام به المستهلك مع الطرف الثاني قائم يجب توفر عنصر الإيجاب والقبول، ويكون هذا الترضي خالي من العيوب مثال التدليس والإكراه والاستغلال التي تنجر على العقد، حيث رقابة التعديل أو الإلغاء تأتي للوقوف على هذه الشروط التعسفية[1].

- **الشرط الثاني: الضعف الإرادي**

يقصد به عنصر الإرادة، وعادة تكون إرادة القابل، فلا يكفي لإنعقاد العقد توافر شروط الصحة فيه، وتضمنه شروطا تعسفية حتى يمكن القضاء فرض رقابته سواء رقابة التعديل أو رقابة الإلغاء على عقود الإذعان[2].

- **الشرط الثالث: رقابة القضاء**

يكون للقاضي سلطة رقابية على عقود الإذعان[3].

يستنتج من الشروط الثلاث أن للقاضي الحق في حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإذعان، قد تكون الحماية تتمثل في رقابة التعديل أو الإلغاء، وهكذا يكون دور القاضي إعادة التوازن في العقد المختل.

حيث المادة 110 من القانون المدني: " تقول إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروط تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط وأن يعفي الطرف المدعن منها"[4].

---

[1] ره نج أزاد محمد سعيد، مرجع سابق، ص111 بتصرف.

[2] المرجع نفسه، ص112.

[3] المرجع نفسه، ص113.

[4] القانون المدني الجزائري، المادة 110.

ثانيا: العقد النموذجي

هل العقد النموذجي يشبه عقد الإذعان يا ترى؟

ينبغي عدم الخلط بين العقد النموذجي وعقود الإذعان، في العقد النموذجي ليس بالضرورة من عقود الإذعان، إلا أنه يمكن اعتباره وسيلة من الوسائل لإبرام عقود الإذعان لاسيما في المعاملات الالكترونية[1].

يعرفه الأستاذ شميتهوف بأنه: " مجموعة من الشروط النموذجية في صيغة مكتوبة وضعتها مسبقا هيئة دولية بصورة تتفق مع العادات والتطبيقات التجارية الدولية، بحيث قبلها أطراف العقد بعد تهيئتها[2].

وقد اعتبر البعض أن العقود النموذجية من قبيل عقود الإذعان فبالرغم من أن العقد النموذجي هو الوسيلة الغالبة لإبرام عقود الإذعان نظرا لسهولة إفراغ الإيجاب الموجه للعامة في شكل مكتوب ومعد للانضمام المتعاقد المذعن[3].

يتضح من تعريف العقود النموذجية أنها تقترب من عقود الإذعان من حيث مظهرها الخارجي وهو طريقه ادراجها بشكل مطبوع، إلا أن هذا التشابه في المظهر الخارجي لا يعني بالضرورة وجود تشابه في طبيعتهما واستعمالهما، فالعقود النموذجية لها بعض المميزات التي تجعلها مختلفة تماما عن عقود الإذعان[4].

المطلب الثاني: حقوق المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

فضلا عن كل الحماية التي تقدمها القوانين للمستهلك الالكتروني وخاصة في ظل الحماية من الشروط التعسفية إلى أن هذا لم يحقق الفاعلية التي تحمي المستهلك بشكل كلي، حيث ذهبت بعض التشريعات الى تطبيق حماية أكثر للمستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، وعليه سنتناول في هذا المطلب من هذه الدراسة حق حماية رضا

---

[1] عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص76.

[2] عمر سعد الله، **قانون التجارة الدولية – النظرية المعاصرة –**، دار هومه للتوزيع والنشر، (ط3)، 2016، ص283.

[3] عبد الله ذيب، عبد الله محمود، مرجع سابق، ص77.

[4] https://startimes.com تاريخ ووقت الدخول: 05-04-2022 على h 16:22

المستهلك كفرع أول، وفي الفرع الثاني حق المستهلك في الإعلام، والفرع الثالث، حق المستهلك في العدول عن العقد والفرع الرابع حق المستهلك في الخصوصية، والفرع الخامس حمايه المستهلك عن عند الدفع الالكتروني والفرع السادس التوقيع الالكتروني.

الفرع الأول: حق حماية رضا المستهلك

يعتبر التراضي ركن من اركان العقد، ولهذا نجد إذا شابه عيب من عيوب الإرادة يصبح مهدد بالإبطال، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفرع:

حيث السؤال المطروح هنا، هل يستطيع المستهلك الالكتروني ابطال العقد إذا شابه عيب من عيوب الإرادة يا ترى؟

أصبحت عيوب الرضا من بين المواضيع العامة التي تستدعي الوقوف والنظر فيها لحماية المستهلك الالكتروني، ونجد من بين أهم عيوب الإرادة تتمثل في التدليس والغلط.

فيما يتمثل التدليس؟

أولا: التدليس:

يعرف التدليس بأنه حيل يلجأ إليها المتعاقد لإيقاع المتعاقد معه في غلط يدفعه للتعاقد، فهو إذا عبارة عن غلط مدبر، وهذا ما يجعل العقد قابل للإبطال[1].

نجد أن المشرع الجزائري في المادة 86 من القانون المدني الجزائري تكلم عن التدليس، لكن لم يقدم تعريف الخاص به (التدليس).

يعتبر التدليس من بين الطرق غير الشريفة، والتي تؤدي إلى إبرام العقد بواسطة توهيم المتعاقد، وإعطاء صورة الشيء على غير صورته الحقيقية والواضحة[2].

---

[1] بربح منير، **حماية المستهلك الإلكتروني بين نصوص القانون المدني ونصوص حماية المستهلك**، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المركز الجامعي بريكة، العدد الخامس، مارس2017، ص79.

[2] دربال عبد الرزاق، **الوجيز في النظرية العامة للإلتزام مصادر الإلتزام**، دار العلوم للنشر والتوزيع، دط، عنابة، 2016، ص24.

ويبرز لنا من هذا التعريف أن التدليس هو العنصر الأساسي، والدافع الحقيقي الذي يجعل الشخص يتعاقد، حيث إذ لم يكن الهدف من التعاقد التدليس لما كان هناك تعاقد حقيقي.

أ- شروط التدليس:

- اللجوء الى طرق احتيالية قصد تضليل المتعاقد معه، وتتمثل تلك الطرق في أساليب ايجابية أو سلبية من ذلك إعطاء بيانات كاذبة، أو وثائق مزورة عن الشيء المتعاقد عليه[1].
- أن تكون هذه الطرق هي التي دفعت المدلس عليه إلى التعاقد.
- اتصال المتعاقد الآخر بالتدليس[2].

فالمستهلك في التعاقد الإلكتروني لا يتمكن من معاينة الشيء المبيع كما في التعاقد التقليدي، وإنما يعين الشيء من خلال شاشة الحاسوب[3].

والمادة 86 من القانون المدني الجزائري تقول: "يجوز ابطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو نائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد[4].

نستنتج انه يحق للمستهلك الالكتروني الحق في العدول او التعويض إذا وقع في التدليس وهذا حسب ما نصت عليه المادة 86 من القانون المدني الجزائري.

ثانيا: الغلط

يعرف الفقه الغلط على أنه: " وهو يقوم في ذهن المتعاقد فيصور له الأمر على خلاف الواقع[1].

---

[1] دربال عبد الرزاق، مرجع سابق، ص24.

[2] راه نج ازاد محمد السعيد، المرجع السابق، ص131.

[3] عبد الله محمود، مرجع سابق، ص82.

[4] المادة 86 من القانون المدني الدزائري.

وينقسم الغلط إلى ثلاث أنواع: " الأول الغلط المانع أو الحائل حيث يقع في ماهية العقد، وقد تناوله كل من المشرع الأردني في المادة 125 من القانون الأردني، والمشرع المصري في المادتين 121-122،[2] والثاني هو الغلط الغير مؤثر وهو الذي لا يبطل العقد ولا يؤثر عليه ولا على صحته[3].

والغلط يقاس بمعيار الرجل العادي وبمعيار الرجل الحريص بالنسبة للمحترف[4].

والمشرع الجزائري بنص المادة 82 من القانون المدني يقول: " يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يمتنع المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط"[5].

حيث يلاحظ من هذا التعريف للغلط حسب المشرع الجزائري أنه ركز على رمزية وشرط هام لكي يكون المتعاقد قد وقع في غلط يجب أن يكون الغلط في حد ذاته غلط جوهري، أن يكون الغلط في العقد قد بلغ الجسامة فعلية حقيقية وواضحة للمتعاقد (المستهلك) أثناء إبرام العقد الإلكتروني أو غيره من العقود.

والسؤال الذي يطرح نفسه هل يجوز للمستهلك إبطال العقد أثر غلط جوهري؟

للإجابة نجد بنص المادة 81 من نفس القانون السابق قد نصت: " يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد، أن يطلب إبطاله"[6].

لكن المادة 85 من نفس القانون تقر في قولها: " ليس من وقع في غلط ليس من وقع في غلط أن يتمسك به على وجه يتعارض مع ما يقضي به حسن النية، ويبقى بالأخص ملزما بالعقد قصد إبرامه إذا أظهر الطرف الآخر استعداده لتنفيذ هذا العقد"[7].

---

[1] ره نج ازاد محمد سعيد، مرجع سابق، ص125.

[2] عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص83.

[3] ره نج ازاد محمد سعيد، مرجع سابق، ص127 بتصرف.

[4] بربح منير، مرجع سابق، ص80.

[5] المادة 82 من القانون المدني الجزائري.

[6] المادة 81 من القانون المدني الجزائري.

[7] المادة 85 من القانون المدني الجزائري.

وفي الأخير يستنتج من خلال كل التعريفات سواء الواردة ضمن التشريع الخارجي لبعض الدول، أو الواردة من التشريع الجزائري، أن المستهلك الواقع في غلط يجوز له إبطال العقد، ولو كان الطرف الثاني حسن نية، وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري في نصوصه في القانون المدني، ولكن ما يعيب عليه اشترط الكثير من الشروط ومن بينها يجب أن يكون الغلط جوهري.

الفرع الثاني: حق المستهلك في الإعلام

تعتبر هذه المرحلة من بين أهم المراحل التي تشغل تفكير المستهلك الالكتروني اتجاه السلع والخدمات التي يقوم بطلبها من المورد أو المحترف، حيث نجد عنصرين للالتزام:

حيث الأول يتمثل في الإلتزام بالإعلام في تكوين العقد، والثاني الإلتزام بالإعلام وقت تنفيذ العقد. حيث الدراسة الخاصة بهذا الموضوع تستوجب التطرق إلى الصورة أو العنصر الأول والخاص بالإلتزام بالإعلام في تكوين العقد أي قبل التعاقد:

أولا: تعريف الإلتزام بالإعلام في التعاقد الإلكتروني الخاص بالمستهلك

عرف البعض من الفقه الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد هو: " التزام سابق عن التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد"[1].

يتبين من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد واجب وضروري على الطرف المورد للسلعة والخدمات اتجاه المستهلك الذي يعتبر مصدر ضعيف في العقد.

ولهذا فمن الطبيعي أن ينشأ هذا الإلتزام في المرحلة السابقة على إبرام العقد وتشكل المعلومات والبيانات التي تمكن المتعاقد من خلالها من معرفة جميع الجوانب الحقيقية المتعلقة بالشيء محل التعاقد، لهذا فإن هذه المعلومات والبيانات تشكل محل هذا الإلتزام[2].

[1] ره نج ازاد محمد سعيد، المرجع السابق، ص265.

[2] غازي بن فهد بن غازي المزيني، المرجع السابق، ص378.

يلاحظ من هذه التعريفات أن الإلتزام بالإعلام هو مرحلة هامة في تكوين العقد ونجاحه، ومرتبط بدرجة كبيرة بوجود فارق بين المستهلك والمحترف الذي يتميز عن المستهلك بعلمه لجميع مواصفات المبيع.

ثانيا: الإلتزام بالإعلام الإلكتروني في التشريع الجزائري

تطرق المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام الالكتروني في القانون 04-02 وذلك بنص المادة 8 حيث نصت بقولها: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأي طريقة كانت وحسب طبيعة المنتوج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع والخدمة"[1].

حيث نص المشرع أيضا على الإلتزام بالإعلام الإلكتروني ضمن المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين في المادة 02 حيث نصت: " تعتبر عناصر أساسية يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الإقتصادي والمستهلك العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك والتي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك ونزاهة وشفافية العمليات التجارية وأمن ومطابقة السلع أو الخدمات وكذا الضمان والخدمة ما بعد البيع"[2].

حيث نصت المادة 352 من القانون المدني الجزائري: " يجب أن يكون المشتري عالم بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه"[3].

[1] المادة 8 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسة التجارية.

[2] المادة 2 من المرسوم التنفيذي 06- 306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين أعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية

[3] المادة 352 من القانون المدني الجزائري

يتبين من هذه التعريفات والتوضيحات الخاصة للمشرع الجزائري بخصوص الالتزام بالإعلام الالكتروني انه اعطى له دراسة خاصة لهذا الموضوع من كل الجوانب وخاصة التي تتعلق بشفافية الخدمات التي يتم تقديمها للمستهلك بطريقة غير مباشرة وعن بعد.

حيث من بين أهم شروط قيام الالتزام بالإعلام:

أ- علم المحترف بمعلومات السلعة والخدمة:

إعلام المحترف هو الإدلاء به إلى المستهلك بهدف تنوير إرادته وتبصيره بالمعلومات والبيانات المتحصلة من الإستعلام، في حين يهدف المستهلك من استعلامه إلى الاستفادة شخصيا من هذه المعلومات[1].

ب- جهل المستهلك بمعلومات السلعة والخدمة

يمثل جهل المتعاقد بالبيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع العقد المزمن إبرامه الشرط الأول لنشأة الإلتزام بالإعلام في المرحلة السابقة لإبرام العقد، بانتفاء هذا الشرط تنتفي الحكمة من إقراره[2].

الفرع الثالث: حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد

لقد ارتأينا عند قيامنا بمعالجة هذا الفرع الثالث التطرق إلى أهم التعريفات التي تخص حق العدول أولا، ثم التطرق إلى أهم الآثار الناتجة عنه بالنسبة للطرفين.

أولا: تعريف حق العدول

إن عدم توفر الخبرة الكافية لدى المستهلك وعدم علمه بخصائص المنتج علما كافيا من أهم مبررات تقرير حقه في العدول عن العقد[3]، وقد ذهب بعض الفقه الفرنسي إلى أن

[1] ره نج محمد سعيد، المرجع السابق، ص280.

[2] المرجع نفسه، ص280.

[3] أشرف محمد رزق قايد، المرجع السابق، ص943.

حق العدول بمثابة الإعلان عن إرادة مضادة يقوم من خلالها المتعاقد بالرجوع عن إرادته وسحبها واعتبارها كأن لم تكن[1].

كما عرفه المشرع التونسي ضمن المادة 30 من القانون الذي يخص المبادلات والتجارة الالكترونية بقوله:" يمكن للمستهلك العدول عن الشراء في أجل 10 أيام عمل تحتسب:

- بالنسبة للبضائع بداية من تاريخ تسليمها من قبل المستهلك.
- بالنسبة للخدمات من تاريخ إبرام العقد[2].

حيث عرف المشرع الجزائري العدول ضمن المادة 19 فقرة 2 من القانون رقم 18-09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: " العدول هو حق المستهلك في التراجع في اقتناء منتوج ما دون وجه سبب"[3].

إن عقد الإستهلاك الإلكتروني عقد مقترن بحق العدول[4].

ويلاحظ أن المشرع الجزائري حسب النص السابق اعتبر العدول حق من حقوق المستهلك باعتباره هو الطرف الضعيف في التعاقد الإلكتروني.

وبالعودة للمشرع الجزائري فقد نص عن الحق في العدول ضمن القانون نفسه أيضا في المادة 22 منه والتي نصت: "يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتوج على حالته في أجل أقصاه 4 أيام ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، دون المساس بحقه دون المطالبة بتعويض عن الضرر"[5].

يظهر من هذه التعاريف أن للمستهلك الإلكتروني الحق في العدول، دون الحاجة لقبول الطرف الثاني للعدول.

---

[1] المرجع نفسه، ص947.

[2] المادة 30 من القانون 2000-83 الخاص بالمبادلات والتجارة الالكترونية التونسي.

[3] المادة 19 من قانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المعدل والمتمم للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[4] Bernard D. Reams. JR , the law of electronic contracts, LEXIS Publishing, Second edition, p.105, 2002.

[5] المادة 22 من القانون 18/ 05.

ثانيا: الآثار المترتبة عن حق العدول

أ – آثار العدول بالنسبة للمستهلك:

إن عدول المستهلك عن تنفيذ العقد الإلكتروني ينجم عنه فسخ العقد الذي يترتب آثار قانونية على المستهلك (المشتري) الذي يلزم برد المبيع، وكذلك تحمل المصاريف إرجاع المبيع، ويحق له استبقاء العقد واستبدال السلعة[1].

ونص المشرع الفلسطيني في المادة 55 وأيضا المشرع اللبناني في المادة 56 من قانون حماية المستهلك رقم 659 لسنة 2005 على تحمل هذه المصاريف من قبل المستهلك[2].

ويلاحظ أن آثار العدول في العقد من ناحية المستهلك يترتب عليها رد المبيع في أجل محدد مع تحمل المصاريف الناتجة عن العدول.

ونصت المادة 23 فقرة 2 من القانون 05/18 على: " يجب على المستهلك إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها 4 أيام عمل ابتداءا من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج مع الإشارة لسبب الرفض..."[3].

ب– آثار العدول بالنسبة للمحترف

تضمنت المادة (2/6) من التوجيه الأوروبي (7–97) لسنة 1997 والخاص بحماية المستهلكين في التعاقد عن بعد، الإشارة إلى الإلتزام المحترف عند ممارسة المستهلك لخيار العدول برد المبالغ التي دفعها المستهلك خلال مدة أقصاها 30 يوما من تاريخ استعمال الخيار[4].

[1] دليلة معزوز، مرجع سابق، ص128.

[2] المرجع نفسه، ص128.

[3] المادة 23 من القانون 05/18.

[4] دليلة معزوز، مرجع نفسه، ص128.

نصت المادة L 121.20.1 من قانون الاستهلاك الفرنسي على أن يرد البائع المبالغ التي دفعها المستهلك مقابل حصوله على المبيع خلال 30 يوما من إبلاغ المستهلك له بالعدول على العقد.

الفرع الرابع: حق المستهلك في الخصوصية

لكل فرد في المجتمع الحق في الخصوصية سواء كان ذلك في الحياة الخاصة أو الاجتماعية أو حتى العملية وهذا مما جعل التطرق في هذه الفقرة من الفرع الرابع إلى التحدث عن خصوصية المستهلك الإلكتروني، حيث السؤال الذي يطرح نفسه:

- فيما تتمثل خصوصية المستهلك في التعاقد الالكتروني؟
- وكيف كانت التعريفات الخاصة بهذه الخصوصية؟

عرفه خبراء مكتب العلوم التقنية المرتبط بالبيت الأبيض الأمريكي بأنه: " حق الفرد في أن يحدد بنفسه ما يتقاسمه مع الآخرين من أفكاره وعواطفه والحقائق المتعلقة بحياته الشخصية"[1].

نلاحظ أن هذا التعريف بعيد كل البعد عن تعريف الخصوصية التي تتعلق بالمستهلك الإلكتروني، نجد أن هذا التعريف تطرق إلى الخصوصية بصفة عامة التي تخص كل شخص.

نجد أن الخصوصية تتمثل في سرية البيانات الخاصة بالعملاء ومن بينهم المستهلكين مع التزام الطرف الثاني بالإحترام وعدم نشر أو بث أي بيانات تخص المستهلك الإلكتروني[2].

أما المشرع الجزائري نص في المادة 26 من القانون 18-05 " ينبغي للمورد" الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي وبشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين:

---

[1] محمد رزق قايد، المرجع السابق، ص442.

[2] عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص87، بتصرف.

- أن لا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية كما يجب عليه،
- الحصول على موافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل جمع البيانات.
- ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات.
- الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال.

يتم تحديد كيفيات تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي وتأمينها وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما[1]".

حيث نجد أن الشريعة الإسلامية حمت الخصوصية المتعلقة بحياة المستهلك سواء كانت الخصوصية المتعلقة بمجال العمل، أو الخصوصية المتعلقة بحياته الخاصة لما في ذلك تعب وشقاء يلحق المستهلك وخاصة في العقود التجارية الإلكترونية[2].

الفرع الخامس: حماية التوقيع الإلكتروني للمستهلك

للإحاطة بتعريف التوقيع الإلكتروني لابد من تعريفه في ظل تعدد وتباين التعاريف المختلفة لبعض التشريعات الدولية، ولهذا سيتم التطرق في هذا الفرع إلى معرفة حقيقة التوقيع الإلكتروني في ظل التعاقد الإلكتروني للمستهلك.

أولا: تعريف التوقيع الإلكتروني

عرف المشرع المصري التوقيع الإلكتروني في القانون رقم 15 لسنة 2004 في المادة الأولى المخصصة للتعريفات على أنه: " ما يوضع على محرر إلكتروني ويتخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها...."[3].

وقد عرفه قانون الأونسيترال النموذجي للتوقيع الإلكتروني لسنة 2001 التوقيع الإلكتروني بأنه:" بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضاف إليها أو مرتبطة بها منطقيا.."[1].

---

[1] المادة 26 من القانون 05/18.

[2] غازي بن فهد بن غازي المزيني، المرجع السابق، ص252، بتصرف.

[3] خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص244.

والثابت أن التوقيع الإلكتروني بدأ ظهوره في المعاملات البنكية باستخدام بطاقات الائتمان[2].

يلاحظ من التعريفات السابقة أن التوقيع الإلكتروني هو ذلك الذي يتخذ شكل إلكتروني على هيئة أرقام وحروف أو إشارة أخرى تتمثل في صورة بيانات.

أما المشرع الجزائري نجده عرف التوقيع الإلكتروني من خلال القانون 15-04 الخاص بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين في المادة 02/01 بأنه: "التوقيع الإلكتروني بيانات في شكل إلكتروني موفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات إلكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق"[3].

ثانيا: صور التوقيع الإلكتروني

يعد تنظيم صور التوقيع الإلكتروني من أهم الأمور التي تم تنظيمها على مستوى التشريعات المختلفة، سواء كانت العربية أو الغربية إلا أن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى هذه المسائل، وعليه سنتطرق هنا إلى أهم صور التوقيع الإلكتروني والتي تتمثل في:

أ- التوقيع الرقمي:

هو توقيع الكتروني يتركز أساسا على أرقام ورموز سرية، ويعتبر من بين أهم الصور التي تتعلق بالتوقيع الإلكتروني، حيث ظهرت استعمالاته في التجارة الالكترونية والوفاء، وهذا لتأمين صاحب هذه المعاملات من الغش والاحتيال[4].

---

[1] المرجع نفسه، ص245.

[2] ماجد محمد سليمان أبا الخيل، المرجع السابق، ص95.

[3] القانون رقم 04/15 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 هـ الموافق لأول فبراير سنة 2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني.

[4] يمينه حوحو، المرجع السابق، ص184، بتصرف.

ب-التوقيع الإلكتروني البيومتري:

يقوم نظام التوقيع الالكتروني البيومتري على الخواص الكيميائية والطبيعية للأفراد فيقوم على أساس التحقق من شخصية المتعامل أي المواقع بالاعتماد على الصفات الجسمانية التي تميزه عن غيره، أي الخواص الذاتية له مثل البصمة الشخصية[1].

[1] المرجع نفسه، ص182.

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك أثناء مرحلة إبرام التعاقد الإلكتروني

نتيجة لتطور المعاملات الإلكترونية التي يعيشها العالم اليوم، أصبح من الضروري توفير حماية خاصة أكثر للمستهلك الإلكتروني، الذي أصبح هو بذاته رهينة للغش والإحتيال على منصة التجارة الإلكترونية التي تتم بشكل غير مباشر وعن بعد، وعليه وجب على التشريعات الوطنية والعربية تكريس وتقوية القواعد القانونية التي تنظم سير هذه المعاملات، حيث من أكثر المشكلات التي يعاني منها المستهلك الإلكتروني في التعاقد هو تنوع الجرائم الإلكترونية على شبكة الفضاء الأزرق.

وعليه تم تقسيم هذا المبحث إلى المطلب الأول الذي يتمثل في أركان الجريمة الإلكترونية، والمطلب الثاني يتمثل في صور الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك في إبرام العقد الإلكتروني.

المطلب الأول: أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

يعد المستهلك الإلكتروني من بين أهم الأطراف التي تحتاج إلى الحماية الجزائية أثناء مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، باعتبار هذه المرحلة هي المرحلة الخطيرة التي تحتاج إلى تفعيل قوانين صارمة تحمي المستهلك من كل الجرائم الإلكترونية.

وعليه تم في هذا المطلب التطرق إلى الفرع الأول والذي تتمثل دراسته في أهم أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك الإلكتروني.

الفرع الأول: أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

نتناول في هذا الفرع الركن المادي والركن المعنوي للجريمة الإلكترونية والتي تتمثل في ما يلي:

أولا: الركن المادي

يتمثل الركن المادي في النشاط الذي يرتكبه الجاني، ولكي يتوفر الركن المادي في الجرائم الإلكترونية لا بد من وجود بيئة رقمية تتمثل في جهاز إلكتروني مثل: الحاسب الآلي أو الهاتف المحمول، وأن يكون الجهاز الإلكتروني متصلا بالأنترنت[1].

فالنشاط أو سلوك المادي في جرائم الانترنت يتطلب وجود بيئة اتصال بالإنترنت ويتطلب أيضا معرفة بداية هذا النشاط والشروع فيه ونتيجته، فمن يقوم بسرقة رقم البطاقة الائتمانية للمستهلك عبر الإنترنت، يحتاج إلى تجهيز الحاسب لكي يحقق هذه الجريمة[2].

وعليه لكي تتحقق هذه الجريمة يجب أن يكون هناك وسائل الكترونية.

ثانيا: الركن المعنوي

يمثل الركن المعنوي الجانب النفسي الذي يرتبط بالفعل، فلا يكفي لقيام الجريمة وقوع الفعل، بل يلزم أن يقع بموجب إرادة حرة وواعية[3].

يختلف الركن المعنوي في هذه الجريمة عن جريمة الدخول والبقاء والآثار المترتب عنهما، فهي في هذه الحالة تتجه إرادة الجاني إلى الإضرار بالغير[4].

ويلاحظ هنا أن الجريمة الواقعة على المستهلك من الغير هي جريمة إرادية من الجاني.

---

[1] حمود بن محسن الدعجاني، **الجريمة الإلكترونية – دراسة فقهية تطبيقية**، مجلة الجامعة الإسلامية، العدد 183، جامعة شقراء، السعودية، ص558.

[2] عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص95.

[3] عبد الرحمان خلفي، **القانون الجنائي العام – دراسة مقارنة** – دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2019، ص71.

[4] عز الدين طباش، **شرح القسم الخاص من قانون العقوبات – جرائم ضد الأشخاص والأموال**، دار بلقيس للنشر، الجزائر، (دت)، ص292.

المطلب الثاني: صور الجريمة الواقعة على المستهلك في العقود الإلكترونية

تسعى التشريعات الوطنية الداخلية والخارجية لبلدان العالم للقضاء على صور الجريمة الإلكترونية بكل أنواعها، وخاصة تلك التي تتمثل في الغش التجاري والصناعي والأعمال غير قانونية، ولهذا سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم صور الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك وكذلك التطرق إلى أهم العقوبات الجزائية التي أقرتها التشريعات لحماية المستهلك الالكتروني.

الفرع الاول: الغش والخدع التجاري

يعد الغش والخدع التجاري من بين أهم الصور الماسة بسلامة المستهلك في التعاقد الإلكتروني ولهذا يجب:

لابد أن ينصب فعل الغش الذي يشكل الركن المادي للجريمة على محل محمي بنصوص القانون الجنائي حتى يتوافر لدينا مبدأ شرعية الجريمة والعقوبة، وعموما فإن الحماية الجزائية للمستهلك من الغش تهدف إلى حمايته ضد الأضرار التي تهدده في صحته[1].

وجدير بالذكر هنا أن الجريمة الماسة أكثر بسلامة المستهلك هي تلك الجرائم المتعلقة بصحة الإنسان من مواد غذائية ومشروبات ومواد طبية ومنتجات مختلفة تحدث ضررا بجسم الإنسان المستهلك لها.

حيث نجد أن المشرع الجزائري نص في المادة 4 من القانون 09-03 : "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك احترام إلزامية سلامة هذه المواد، والسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك"[2].

حيث نصت المادة 9 من نفس القانون:" يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الإستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه..."[1].

---

[1] رامي زكريا رمزي مرتجي، المرجع السابق، ص113.

[2] المادة 4 من القانون رقم 09 – 03.

وفي هذا الإطار فعلى المحترف وضع معلومات حقيقية حول السلع أو الخدمة التي يقدمها للمستهلك، فالإعلان الذي يحدد فيه قيمة الدفعة الشهرية دون تحديد ثمن السلعة الإجمالي أو مدة التقسيط يعد إعلانا مضللا[2].

الفرع الثاني: جريمة الاحتيال على المستهلك الالكتروني

تعتبر جريمة الإحتيال من أخطر الجرائم التي تحدث ضررا على المستهلك في إجراءات التعاقد الإلكتروني، لما تحمله من دعاية مظلة على أنواع السلع والخدمات وهذا ما نجده في الإعلان المضلل.

ويتصف الإعلان التجاري بالكذب أو التضليل فيما يتعلق بهذه الحالة في عدم وجود السلعة أو الخدمة على الاطلاق، وذلك بأن يدعي المعلن وجود منتج غير موجود على الإطلاق، أو في حالة وجوده ولكن بصورة غير التي أعلن عنها، أو في حالة وجوده ولكن بشكل غير معد للتسليم أو التقديم[3].

وتعاقب معظم القوانين في العالم على مختلف الجرائم التي تقع على المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية من خلال تجريم الدخول غير المشروع على موقع التجارة الإلكترونية والحصول على بيانات المستهلك[4].

حيث نصت المادة 4 من القانون 18 -05 على: "يمنع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتوج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما[5].

---

[1] المادة 9 من القانون نفسه.

[2] فاتن حسين، المرجع السابق، ص85.

[3] غازي بن فهد بن غازي المزيني، المرجع السابق، ص415.

[4] عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص ص 103 104

[5] المادة 4 من القانون 05/18.

الفرع الثالث: الممارسات التجارية الإلكترونية المحظورة

فيما تتمثل تلك الممارسات المحظورة يا ترى؟

تعتبر الممارسات التجارية الإلكترونية المحظورة هي تلك الأعمال غير مسموح بها في مجال التجارة الإلكترونية، ودليل ذلك النصوص التي أحدثها المشرع الجزائري في نصوصه القانونية المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش، ولهذا سنتطرق هنا إلى أهم الممارسات الممنوعة من طرف المشرع الجزائري.

نجد من خلال المادة 3 من القانون 18-05 تنص على: " ممارسة التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما.

غير أنه، تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي:

- لعب القمار والرهان واليانصيب
- المشروبات الكحولية والتبغ
- المنتجات الصيدلانية

المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية

- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما[1].

حيث نصت المادة 19 من القانون رقم 04 -02 : " يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي"[2].

[1] المادة 3 من القانون رقم 05/18.

[2] المادة 19 من القانون رقم 02/04.

الفرع الرابع: جزاءات الجرائم الماسة بحق المستهلك الالكتروني

نظرا للمخاطر التي تقوم عليها العقود الإلكترونية، وخاصة تلك الماسة بالمستهلك باعتباره الطرف الضعيف فيها، كان لابد علينا من التطرق في هذا الفرع إلى أهم الإجراءات والعقوبات الجزائية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك من الجرائم الماسة به، وهذا ما نجد موضحا في الأسطر التالية:

تقوم الدولة برسم السياسة الاقتصادية والاجتماعية بغاية تحقيق أهداف معينة، ولا سبيل إلى ذلك إلا إذا دعمت القوانين الاقتصادية بالجزاء، وأشد هذه الجزاءات هي العقوبات الجزائية[1].

حيث نص المشرع الجزائري على العقوبات الجزائية الخاصة بحماية المستهلك، والتي تحميه من الجرائم المتعلقة به على النحو التالي:

حيث نجد أن القانون 18 -05 بنص المادة 36 نص على: " زيادة على ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية، معاينة مخالفات أحكام هذا القانون، الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعين للإدارات المكلفة بالتجارة"[2].

حيث المادة 37 من نفس القانون يعاقب بغرامة من 200000 دج إلى 1,000,000 دج كل من يعرض للبيع، أو بيع عن طريق الإتصال الإلكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 3 من هذا القانون[3].

حيث نصت المادة 68: " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسلة أو طريقة كانت حول:

- كمية المنتوجات المسلمة.

---

[1] رامي زكريا رمزي مرتجي، المرجع السابق، ص187.

[2] المادة 36 من القانون 05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[3] المادة 37 من القانون 05/18.

- تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا.
- قابلية استعمال المنتوج.
- تاريخ أو عدد صلاحية المنتوج.
- النتائج المنتظرة من المنتوج[1].

يلاحظ من المواد السابقة أن المشرع الجزائري تحدث في المادة 36 على الأجهزة الخاصة برقابة التجارة، منهم الضباط وأعوان الشرطة القضائية وأيضا الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة، وحدد بذلك المشرع الجزائري في المادة التالية أهم العقوبات المقررة جراء استحداث مخالفات غير نزيهة تجعل من العملية التجارية عملية غير نبيلة.

[1] المادة 68 من قانون رقم 03/09.

ملخص الفصل الثاني

يتضح من خلال دراسة الفصل الثاني المتمحور حول آليات حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني أن التشريعات الدولية المختلفة في هذا المجال وخاصة فيما يتعلق بشروط التعسفية الماسة بسلامة المستهلك في تعاملاته التجارية عن بعد، حيث قامت بتجريم العديد من السلوكيات غير مشروعة في مجال عالم المستهلك الإلكتروني، وهذا ما أحدث تطورا ملحوظا في خروج المستهلك من دائرة الضعف إلى دائرة القوة والسلام و يتبين أن المشرع الجزائري ايضا "كرس أيضا" نصوصه القانونية لنجاح هذه المسألة التجارية في منظور عالم التجارة الالكترونية من ناحية عملية عرض السلع والمنتوجات إلى حين استقبالها من طرف المستهلك.

خـــاتمة

الـخاتـمــة

نستنتج في خاتمة هذا الموضوع المعنون بحماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني مجموعة من النتائج والتوصيات المتمثلة في التالي:

أولا: النتائج

- بالنسبة لمفهوم المستهلك:

لم يكن هناك اتفاق كبير بين الاتجاهين لا الموسع ولا الضيق، الكل منهم اختار أن يحدد تعريفا خاص للمستهلك.

- بالنسبة لطبيعة الاستهلاك:

يعد الاستهلاك من خلال دراستنا لهذا الموضوع أنه نشاط اقتصادي ذو طبيعة اقتصادية وهذا لما من له دور في تحريك نشاط السلع والخدمات.

- بالنسبة للعقد الالكتروني:

نجد أن المستهلك الذي يتعامل في شكل عقد إلكتروني وهو بذلك يتعامل بنوع من الخصوصية، في كون هذا العقد يبرم بواسطة وسائل إلكترونية متعددة عكس العقد التقليدي.

- بالنسبة لبصمة المشرع الجزائري:

نجد أن المشرع الجزائري نظم الكثير من القواعد القانونية الخاصة بحماية المستهلك وهذا بدليل القانون 04 -02 المتعلق بقواعد الممارسات التجارية والقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، إلا أن القانون الأخير يفتقر للكثير من النصوص التي تستدعي حماية أكبر للمستهلك الالكتروني.

- بالنسبة لمراحل حماية المستهلك الالكتروني:

- المستهلك الالكتروني يمر بعدة مراحل في تجاوز العقد الالكتروني، منها مرحلة إبرام العقد ومنها مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني.

- بالنسبة للحماية الجزائية للمستهلك

وفر المشرع الجزائري العديد من سبل الحماية وذلك من خلال فرض عقوبات جزائية لكل فرد تسمح له المساس بسلامة وأمن المستهلك.

ثانيا: التوصيات

- نلفت عناية المشرع الجزائري إلى ضرورة وضع نصوص قانونية أكثر دقة لتشمل حماية المستهلك الالكتروني المتعاقد عن بعد.
- تكوين قضاة لهم كفاءة خاصة في مجال وعالم المنازعات الإلكترونية للتقليل من الاحتيال والغش.
- رسم خطط جديدة تعزز نجاح العقود الإلكترونية وتوسيع الثقة بين المستهلك والمورد في عالم التجارة
- نشر ثقافة الإستهلاك الإلكتروني بين المواطنين، وتوعيتهم على المخاطر التي تنجر عن هذه العقود الإلكترونية

ننتهي إلى القول في ختام هذه الدراسة إلى أن حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني كانت له خصوصية خاصة، تتعلق بكون المستهلك المتعاقد هو متعاقد عن بعد بصورة غير مباشرة، وهذا ما جعل المشرع بأن يوفر له حماية خاصة تميزه على المتعاقد تقليديا.

قائمة المصادر والمراجع

1. النصوص القانونية:

الأوامـر:

- القانون المدني الجزائري 54 من الأمر رقم 75 المؤرخ في 26-09-1975 ج.ر عدد الصادرة في 30-09-1975 معدل ومتمم بموجب القانون 05-10 المؤرخ في 20-07-2005 ج.ر عدد 44 الصادر في 26-06-2005.

القوانيـن:

- قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- قانون رقم 04-08، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.
- قانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسة التجارية.
- قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية العدد 15 الصادرة في 8 مارس.
- قانون رقم 89-02 (ملغى) المؤرخ في 07-02-1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك 1989، ج. ر عدد 6 في 1989.
- قانون رقم 15-04 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 هجري الموافق لأول فبراير لسنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني.

المراسيم التنفيذية:

- المرسوم التنفيذي 06-306 المؤرخ في 10-02-2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية ج.ر 56 رقم 44/8 المؤرخ في 03-02-2008، ج. ر عدد 7 الصادر في 10 -2- 2008.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 5 الصادر في 31 جانفي 1990.

1. **الكتب:**

- د/ أشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر، 2016.
- د/ أحمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الاخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الإحتكار، دار الجامعة الجديدة، 2008.
- د/ بن قوية المختار أبو زكريا، دور العلامة التجارية في حماية المستهلك من التضليل، المركز الأكاديمي للنشر، 2022.
- د/ بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الإنترنت وفقا لقانون المعاملات الإلكترونية وبالتأميل مع النظرية العامة للعقد في القانون المدني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- د/ دليلة معزوز، العقد الإلكتروني – دراسة مقارنة – ، المركز الأكاديمي للنشر ، الإسكندرية، 2020.
- د/ دربال عبد الرزاق، النظرية العامة للإلتزام مصادر الإلتزام، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2016.
- د/ حسن مكي مشيري، خصوصيات التعاقد عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، لبنان، 2019.
- يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، الطبعة الأولى، دار بلقيس للنشر والتوزيع، الجزائر، 2016.
- د/ كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012.
- لزهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار هومه للنشر، الجزائر، 2014.
- مرتضي إحسان هادي، حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2020.
- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية – دراسة مقارنة –، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بغداد، 2011.

- ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد للنشر، السعودية، 2009.
- محمود السيد المعطي خيال، التعاقد عن طريق التلفزيون، النشر الذهبية للطباعة، مصر، 2000.
- سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الإنترنت – دراسة مقارنة – ، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- د/ عز الدين طباش، شرح القسم الخاص من قانون العقوبات (الجرائم ضد الأشخاص والأموال)، دار بلقيس للنشر، الجزائر.
- د/ عبد الرحمان خلفي، القانون الجنائي العام – دراسة مقارنة –، الطبعة الرابعة، دار بلقيس، الجزائر، 2019.
- عمر سعد الله، قانون التجارة الدولية النظرية المعاصرة، الطبعة الثالثة، دار هومه للنشر، الجزائر، 2016.
- فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2012.
- رامي زكريا رمزي مرتجي، الحماية الجزائية للمستهلك – دراسة مقارنة –، مركز الدراسات العربية للنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2019.
- ره نج ازاد محمد سعيد، حكم الشروط التعسفية في عقد الإستهلاك، مركز الدراسات العربية للنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2022.
- شرفة حكيمة، مبادئ التسويق الحديث، دار الخلدونية، الجزائر، 2019.
- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني – دراسة مقارنة –، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011.
- غازي بن فهد بن غازي المزيني، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية – دراسة تأصيلية تطبيقية مقارنة –، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، السعودية، 2018.

2. المذكرات والرسائل الجامعية

1-أطروحات الدكتوراه:

- أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني – دراسة مقارنة – ، أطراحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أحمد درارية، أدرار، 2017-2018.
- بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالإعلام، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.
- جريفيلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، أطروحة دكتوراه، قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة أحمد درارية، الجزائر، 2017-2018.

2- مذكرة ماجستير:

- مولود بغدادي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2014-2015.
- عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، أطروحة ماجستير، قانون خاص، كلية الحقوق والدراسات العليا، فلسطين، 2009.
- صولي الزهرة، النظام القانوني للعقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007-2008.
- صياد الصادق، حماية المستهلك في طل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013-2014.
- قنظرة سارة، المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلك، مذكرة ماجستير قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2016-2017.
- رامي زكريا رمزي مرتجي، الحماية الجزائية للمستهلك – دراسة مقارنة –، مذكرة ماجستير، قانون عام، مركز الدراسات العليا للنشر والتوزيع، مصر، 2019.
- شعباني حنين نوال، إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء القانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

مقالات

- بربح منير، حماية المستهلك الإلكتروني بين نصوص القانون المدني ونصوص حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المركز الجامعي بريكة، العدد الخامس، 2017.
- حمود بن محسن الدعجاني، الجريمة الإلكترونية – دراسة مقارنة فقهية تطبيقية –، مجلة الجامعة الإسلامية، العدد 183، جامعة شقراء، السعودية.
- سالم محمد عبود، حماية المستهلك في عقود التسويق الإلكتروني – دراسة مقارنة– ، المجلة العرقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، العدد 1، جامعة بغداد، 2015.

3. مراجع أجنبية

Bernard D. Reams. JR , the law of electronic contracts, LEXIS Publishing, Second edition, p.105, 2002.

4. مواقع الأنترنت

https://startimes.com تاريخ ووقت الدخول: 05-04-2022 على h 16:22

الفهرس

الـفـــهـرس

العنوان **الصفحة**

المقدمة.....**1**

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي.....**6**

المبحث الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني.....**7**

المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني.....**7**

الفرع الأول: التعريف الفقهي.....**7**

الفرع الثاني: التعريف التشريعي.....**10**

المطلب الثاني: خصائص المستهلك وتمييزه عن بعض الأطراف.....**13**

الفرع الأول: خصائص المستهلك الإلكتروني.....**14**

الفرع الثاني: تمييز المستهلك عن بعض الأطراف.....**15**

المبحث الثاني: ماهية العقد الإلكتروني.....**16**

المطلب الأول: مفهوم العقد الإلكتروني.....**17**

الفرع الأول: تعريف العقد الإلكتروني.....**17**

الفرع الثاني: خصائص العقد الإلكتروني.....**18**

المطلب الثاني: تمييز العقد الإلكتروني عن غيره من العقود الإلكترونية المشابهة له.....**20**

الفرع الأول: تمييز عقد البيع الإلكتروني عن العقود الأخرى بالنظر إلى طريقة التعاقد.....**20**

الفرع الثاني: تمييز العقد الإلكتروني عن بعض العقود المرتبطة بالبيئة الإلكترونية.....**22**

ملخص الفصل الأول.....**25**

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني.....**27**

المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني.....**28**

المطلب الأول: حماية المستهلك من الشروط التعسفية.....**28**

الفرع الأول: الشرط التعسفي.....**29**

الفرع الثاني: تمييز الشرط التعسفي عن بعض الأنظمة المشابهة إليه.....**34**

المطلب الثاني: حقوق المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني.....**36**

الفرع الأول: حق حماية رضا المستهلك.....**37**

الفرع الثاني: حق المستهلك في الإعلام.....**40**

الفرع الثالث: حق المستهلك في العدول.....**42**

الفرع الرابع: حق المستهلك في الخصوصية.....**45**

الفرع الخامس: حماية التوقيع الإلكتروني للمستهلك.....**46**

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك أثناء مرحلة إبرام التعاقد الإلكتروني.....**49**

المطلب الأول: أركان الجريمة الواقعة على المستهلك في مرحلة إبرام التعاقد الإلكتروني.**49**

الفرع الأول: أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك.....**49**

أولا: الركن المادي.....**50**

ثانيا: الركن المعنوي.....**50**

المطلب الثاني: صور الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك في ابرام العقد الإلكتروني.....**51**

الفرع الأول: الغش والخداع التجاري.....**51**

الفرع الثاني: جريمة الإحتيال على المستهلك الإلكتروني.....**52**

الفرع الثالث: الممارسة التجارية الالكترونية المحظورة.....**53**

الفرع الرابع: جزاءات الجرائم الماسة بحق المستهلك.....**54**

ملخص الفصل الثاني.....**56**

الخاتمة.....**58**

قائمة المصادر والمراجع.....**61**

الفهرس.....**67**

الملخص.....

ملخص

في ختام هذا الموضوع نستخلص أن التطور التكنولوجي الحاصل على التجارة الإلكترونية كان بالنسبة للمستهلك جوهرة لإشباع حاجته الشخصية والعائلية.

حيث نجد أن التشريعات حرصت على حمايته من المخاطر الماسة به داخل تلك المواقع الإلكترونية التجارية.

Summary:

At the end of my study, I conclude that the technological development of electronic-commerce was for the consumer a source to satisfy his personal and family needs.

Where we find that the legislation has been keen to protect it from the dangers afflicting it from those commercial websites.

الكلمات المفتاحية:

المستهلك – العقد الإلكتروني – المهني