

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: الحقوق و العلوم السياسية

فرع: الحقوق

تخصص: قانون الأعمال



كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم : الحقوق .

رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالبتين:

- حاجي أمينة

- بن كروش سمية

تحت عنوان

حماية المستهلك الإلكتروني من الخداع

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة المسيلة	اسم ولقب الاستاذ(ة)
مشرفا و مقررا	جامعة المسيلة	سعد فيشوش
مناقشا	جامعة المسيلة	اسم ولقب الاستاذ (ة)

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي

أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدِي وَأَنْ أَعْمَلَ

صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي

عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿

النمل: ١٩

عبر

شكر وتقدير

الحمد لله على نعمه التي لا ينسى ذكرها، ولا يؤدي بشيء من الأنواع
شكرها، نحمده تعالى عند هذا المقام
وفي هذا المقال نثني عليه الخير كله ولا نحصي
ثناءا عليه وهو أهل الحمد والشكر والثناء
وفي لحظات العرفان بالجميل وحسن الصنيع لا يسعنا إلا أن نحمد الله
الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع
ونصلي ونسلم على نور القلوب وضيائها حبيبنا
وقرة أعيننا محمد صلى الله عليه وسلم
نتقدم بالشكر لكل من ساعدنا على إنجاز هذا العمل المتواضع
ونخص بالذكر الأستاذ المشرف الدكتور "فيشوش سعد"
الذي لم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته التي كانت لنا خير معين في هذه الدراسة.
والشكر الجزيل للجنة المناقشة التي سيكون لها دورا كبيرا في تقويم وتثمين هذه
الدراسة

وإلى كل أساتذة قسم الحقوق بجامعة المسيلة

• أمينة

• سميرة



إهداء

❖ إلى من قال فيهما سبحانه وتعالى: ﴿فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرُهُمَا

﴿ وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴾ (23) وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ قُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا ﴿

(سورة الإسراء الآية 24)

❖ إلى ينبوع الحب والحنان وزهرة العطف ومصدر الاطمئنان إلى أعلى ما في الوجود

❖ أمي الحبيبة الغالية .

❖ إلى من كان سندا لنا في الحياة صاحب الفضل ومصدر الرعاية إلى الذي لا

يسعني إلا أن أقف أمامه احتراما وعرفانا وطاعة بعد الله والرسول وحباً أبي

الغالي .

❖ إلى إخوتي وإخوتي الاعزاء

❖ إلى كل أساتذة وعمال قسم الحقوق

❖ إلى كل من يعرفنا من قريب وبعيد.

❖ أمينة



إهداء



❖ إلى من قال فيهما سبحانه وتعالى: ﴿فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرُهُمَا

﴿ وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (23) وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ قُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا ﴾

(سورة الإسراء الآية 24)

❖ إلى ينبوع الحب والحنان وزهرة العطف ومصدر الاطمئنان إلى أعلى ما في الوجود

❖ أمي الحبيبة الغالية .

❖ إلى من كان سندنا لنا في الحياة صاحب الفضل ومصدر الرعاية إلى الذي لا

يسعني إلا أن أقف أمامه احتراماً وعرفانا وطاعة بعد الله والرسول وحبا أبي

الغالي .

❖ إلى زوجتي رفيقة الدرب .

❖ إلى إخوتي وإخوتي الاعزاء

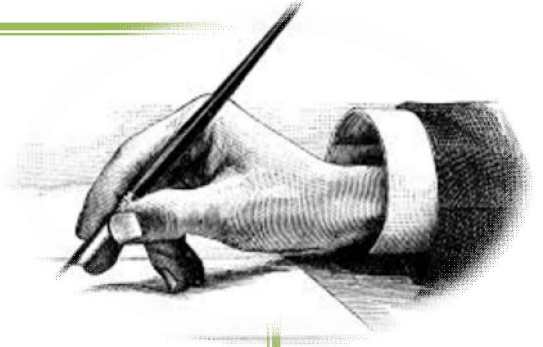
❖ إلى كل أساتذة وعمال قسم الحقوق

❖ إلى كل من يعرفنا من قريب وبعيد.

❖ سمية



مقدمة



إن التطور التكنولوجي الحديث في مجال الاتصالات والمعلومات وخصوصا في السنوات الماضية القليلة، أسهم في دخول الأجهزة الإلكترونية في مجالات الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء، وهو ما أثر على الطريقة التي تتم بها المعاملات والصفقات التجارية.

فظهرت التجارة الإلكترونية، وما رافقها من تطور، فهي تتم عبر شبكة الإنترنت أثرت تأثيرا كبيرا على النظام القانوني للعقود التقليدية، وظهر بما يسمى بالتسوق الإلكتروني عبر الحدود، حيث يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكترونية، يتقابل فيه البائعون والموردون والوسطاء والمستهلكون، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صورة رقمية أو افتراضية، ويتم دفع ثمنها بالنقود الإلكترونية.

فبواسطة استخدام التجارة الإلكترونية، يستطيع المستهلك التعامل في الأسواق المحلية والعالمية بضغطة واحدة على جهاز الكمبيوتر لطلب السلعة أو الخدمة وهو ما يميز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية، حيث يظل البائع والمشتري على اتصال دائم في مجلس عقد حكيم رغم تباعد المكان، وهذا من أجل الوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الأساسية في كثير من الأحيان.

ومن هنا بدأت الحاجة لحماية المستهلك في السوق الإلكترونية، فالثقة في السوق الإلكترونية من أبرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته الشخصية، حيث أن الحماية القانونية للمستهلك من الغش والخداع، تعتبر مهمة جدا له، لأنه يمكن أن يكون طرفا ضعيفا، وقد يخضع لشروط مجحفة، فالشركة البائعة تكون هي الطرف القوي في هذا العقد في مقابل المستهلك.

وإضافة لما سبق يحتاج المستهلك للحماية القانونية بسبب المخاطر، وقلّة الأمان، وكثرة المشاكل عبر الشبكة الإلكترونية، فحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني أصبح ذا أولوية مطلقة حظيت باهتمام بالغ، وجاء بأن ازدهار التجارة الإلكترونية يتوقف على مدى وضوح النظام القانوني للمعاملات الإلكترونية، وقدرته على توفير الثقة بين المتعاملين بصفة عامة والمستهلك بصفة خاصة، فلا يمكن الادعاء بوجود فراغ قانوني في هذا المجال لأن التشريعات تحاول إحاطة المعاملات الإلكترونية بالحماية المقررة، وذلك بسن تشريعات لحماية المستهلك، وتبيان التزامات كلا المتعاقدين ووضع آليات ووسائل تحمي المستهلك، وتوقيع العقاب على كل من يتملص من التزاماته وعليه بالإشكالية المطروحة هي:

ما المقصود بالمستهلك الإلكتروني ؟ وما مدى إلمام المشرع الجزائري لخصوصية حماية المستهلك الإلكتروني من الخداع وما هي الوسائل والآليات المقررة من أجل ذلك ؟

-أهداف البحث:

- 1- ظهور حاجة ملحة لدراسة هذا الموضوع، نظرا للتطور الحاصل في مجال التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الرئيسية في الكثير من الحالات، بحيث أصبح المستهلك رهينة لشروط المزود عند تعاقدته إلكترونيا.
- 2- يهدف البحث إلى معرفة مفهوم المستهلك الإلكتروني وتوضيح التشريعات السارية المفعول لحمايته.
- 3- محاولة الوصول إلى حلول وطرق قانونية سواء كانت حماية مدنية أو جزائية تساعد المستهلك وتحميه عند تعاقدته إلكترونيا من الغش والخداع.

-منهج البحث:

نظرا لطبيعة البحث ورغبة منا الوصول إلى الأهداف المرجوة من إنجاز هذه البحث على أحسن وجه، اعتمدت على المنهج الوصفي في الجوانب النظرية المتعلقة بماهية المستهلك الإلكتروني، كما استخدمنا المنهج التحليلي في تحليل آليات حماية المستهلك و المنهج المقارن في دراسة حماية المستهلك في النظام القانوني التقليدي والحديث .

أهمية البحث:

وقد قمنا باختيار هذا الموضوع لعدة أسباب موضوعية وذاتية فالأولى تتجلى أهميتها في :

دراسة حماية المستهلك الإلكتروني من الخداع، بما تتميز به من مميزات ايجابية من جهة، وبعض المساوئ من جهة أخرى ناشئة عن سوء استخدامها، لأنه يوجد اللصوص والمتسللين إلى الشبكة بغرض الاستيلاء على أموال المستهلكين ويطلق عليهم اسم " قراصنة الانترنت"، وكذلك "المتحايلون"، حيث استغلوا مواطن الضعف الفنية في شبكة الإنترنت، واستخدموها لتحويل الأموال، والتجسس وتزوير بطاقات الائتمان، وبالتالي يجب تبيان آليات حماية المستهلك الإلكتروني من الغش والخداع.

أما الاسباب الذاتية فهي:

- تعود بالدرجة الأولى إلى ميولنا لمثل هذه المواضيع والرغبة في فهم المستهلك الإلكتروني.
- كذلك محاولة تبيان التشريعات لحماية المستهلك الإلكتروني وسد الثغرات والهبوات التي يرتكبها المشرع.

-الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى : أكسوم عيلام رشيدة:" المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث(ل.م.د) في القانون ، تخصص: قانون خاص داخلي، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2018.

الدراسة الثانية : جلول دواجي بلحول:" الحماية القانونية للمستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية "، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص المعمق، جامعة أبي بكر بلقايد، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2015/2014.

الدراسة الثالثة: غدوشي نعيمة : " حماية المستهلك الإلكتروني"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، تخصص: المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، مدرسة الدكتوراه " القانون الأساسي والعلوم السياسية"، 2012.

فهذه الرسائل لها علاقة ببحثنا في طرحها بعض المحاور ودراستها خاصة مفهوم المستهلك الإلكتروني وآليات حمايته (الحماية المدنية والجزائية).

-صعوبات الدراسة:

أهم الصعوبات التي واجهتنا في إعداد البحث:

- إيجاد المراجع المتخصصة وخاصة المراجع الجزائرية وقلتها على مستوى المكتبات الجامعية.

-انتشار فيروس كورونا (كوفيد 19) .

- قلة المراجع في مجال التجارة الإلكترونية بصفة عامة والمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة.

خطة البحث:

وبناء على ما سبق فقد تم تقسيم البحث إلى مقدمة، وفصلين وخاتمة.

الفصل الأول معنون بماهية المستهلك الإلكتروني وآليات حمايته وتناولنا فيه ثلاثة مباحث،

تناولنا في المبحث الأول مفهوم المستهلك الإلكتروني ، أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه إلى آليات

حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد ، أما المبحث الثالث فتناولنا فيه آليات حماية المستهلك

الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد.

أما الفصل الثاني معنون بحماية المستهلك الإلكتروني من الخداع، حيث تطرقنا في المبحث

الأول إلى ماهية جريمة خداع المستهلك الإلكتروني وأركانها، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه حماية

المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني أما المبحث الثالث فقط تطرقنا فيه إلى حماية المستهلك ضد

مخاطر العيوب الخفية .

الفصل الأول

ماهية المستهلك الإلكتروني
وآليات حمايته



تمهيد:

نظرا للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية الإلكترونية في جميع مراحلها و من أجل وقاية المستهلك من مخاطر ما يقطنه من سلع وخدمات ووقوعه ضحية لنزعة الاستهلاكية، وجب على التشريعات أن تتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لإيجاد و استنباط الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية ما يرفع الضرر عن المستهلك، وليس على المستوى الوطني فقط بل و أن المعاملات الإلكترونية في الغالب معاملات دولية تتم عن طريق شبكة المعلومات الدولية للإنترنت و من ثم فهي تمتد لتشمل كل أرجاء المعمورة مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي للتنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين و اتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك.

ونظرا للتطورات الهائلة التي يشهدها العالم المعاصر في شتى المجالات و ما ينجر عنها من نتائج و آثار فإن الأمر يستدعي وضع آليات قانونية لحماية المستهلك حين يلجأ إلى التعاقد الإلكتروني، و ذلك من أجل إبراز عقد البيع المبرم عبر الإنترنت كعقد بيع موثوق فيه، فعادة عرض السلع و الخدمات كثيرا ما تصاحبه المبالغة في الدعاية و الإعلان و هذا الأمر يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك و قد يوقعه مما لا شك في مغالطة تضر بمصالحه.

و هذا ما دفعنا لتناول الحماية التي قررتها التشريعات المقارنة في سبيل توفير ضمانات أكثر للمستهلك الإلكتروني كي يكون على بينة من أمره قبل إبرام العقد، بل و حتى بعد إبرام العقد باعتبار أن هذا الأخير يتم عبر الإنترنت.

في البداية سنتطرق إلى المقصود بالمستهلك الإلكتروني و مبررات حمايته (مبحث أول) ثم نتطرق إلى آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد (المبحث الثاني)، و إلى حمايته في مرحلة تنفيذ العقد (المبحث الثالث).

المبحث الأول:

مفهوم المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته

إذا كانت المعاملات الإلكترونية التي تنشأ بين المهني و المستهلك في صورها المختلفة سواء التقليدية أو الإلكترونية ما هي إلا انعكاس لآليات الإنتاج و التوزيع الاقتصادي فهي تعتبر برهاناً لمقتضيات الحياة الاقتصادية والاجتماعية القائمة ومدى تأثيرها بالتقنيات السائدة في محيطها، فلا شك أن تتبع حركة القانون و تطوره يؤكد حقيقة ارتباطه الوثيق بهذه المستجدات.

لذا كان ولا بد من أن يستجيب القانون لكل مقتضى أو تطور اقتصادي أو تكنولوجي باعتباره أداة للتقدم و الرقي، فحماية المستهلك أمر ضروري كونه الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية و في مواجهة المهني الطرف المحترف.

لذلك سوف نتطرق في البداية إلى مفهوم عقد الاستهلاك الإلكتروني و أطرافه (مطلب أول)، ثم مبررات حاجة المستهلك للحماية (مطلب ثاني).

المطلب الأول:

مفهوم عقد الاستهلاك الإلكتروني و أطرافه

قبل التطرق إلى أطراف العقد الإلكتروني سنتطرق لعقد الاستهلاك الإلكتروني باعتبار أهميته البالغة.

الفرع الأول:

تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني

يكاد يجمع الفقه على تعريف العقد بأنه " اتفاق إرادتين على إحداث أثر قانوني معين"¹، و العقد الإلكتروني هو عقد عادي إلا أنه يكتسب الطابع الإلكتروني من الطريقة التي ينعقد بها أو الوسيلة التي يتم إبرامه من خلالها²، وهي شبكة الانترنت، التي يمكن تعريفها أنها شبكة هائلة من أجهزة الكمبيوتر المتصلة فيما بينها بواسطة خطوط الاتصال عبر العالم³، و عقد الاستهلاك من أهم المعاملات المتداولة عبر شبكة الانترنت وهي بمفهوم قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائي "ذلك الذي يبرم بين المستهلك و المتدخل و يكون موضوعه اقتناء بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجة المستهلك الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"⁴، و عقد الاستهلاك الإلكتروني هو تعاقد عن بعد حسب تعريف لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي – الأونسترال في 16 ديسمبر 1996، و كذلك البرلمان و المجلس الأوروبي – في الاتحاد الأوروبي- رقم 27/97 و الصادر في 20 مايو 1997،

¹ - أمانة سلطاني، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، في 13 و 14 أبريل 2008، ص 109.

² - ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2009، ص 16.

³ - إبراهيم خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2011، ص 71.

⁴ - قانون رقم 03/09 مؤرخ في 2009/02/25، المعدل بقانون رقم 18 – 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج، عدد 15، سنة

وقد جاء في المادة الثانية من هذا التوجيه¹ بأن "العقد عن بعد هو كل عقد يتعلق بالبضائع والخدمات، أبرم بين مورد ومستهلك في نطاق نظام لبيع أو تقديم خدمات عن بعد، نظمه المورد الذي يستخدم لهذا العقد فقط، تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد لإبرام العقد أو تنفيذه"²، و عليه يمكن تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني بأنه "ذلك العقد الذي يبرم بين المستهلك والمتدخل عن طريق شبكة الانترنت، و يكون موضوعه اقتناء بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجة المستهلك الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

وحسب رجال الاقتصاد الاستهلاك "هو آخر العمليات الاقتصادية التي تخصص لإشباع الحاجات" أما رجال القانون فيرون بأن الاستهلاك هو "التصرف القانوني الذي يبرمه المستهلك للحصول على السلع والخدمات التي تشبع احتياجاته الشخصية أو العائلية".

فالاستهلاك في مجال التعامل الإلكتروني لا يقتصر فقط على العقود الفورية التنفيذ كالسلع القابلة للاستهلاك بل أيضا على العقود الطويلة الأجل و المؤجلة التنفيذ كعقد التأمين³، بما أن الاستهلاك عملية تأتي لإشباع حاجات الأفراد، فتحديد تعريف الأطراف المتعاقدة ذو أهمية إضافة إلى حاجته للحماية، فالقوانين الخاصة بحماية المستهلكين تستهدف طرفي العقد المبرم عن بعد.

الفرع الثاني:

تعريف المستهلك الإلكتروني

تعدد الخلاف حول تعريف المستهلك الذي يعتبر موضوع حماية مختلف القوانين سواء في التشريع الجزائري أو التشريعات المقارنة، بحيث تباينت التفسيرات بصدد ضبط فكرة المستهلك كونها من المفاهيم المهمة التي ينبغي تحديدها من خلال التشريع والفقه وهذا ما سنعمل على الإحاطة به وذلك بتحديد تعريف المستهلك في الفقه (أولا)، وتعريفه في بعض التشريعات (ثانيا).

أولا: التعريف الفقهي للمستهلك

المستهلك في عقد الاستهلاك كثيرا ما يكون عرضة للمخاطر والإضرار بمصالحه نظرا لوضعه الضعيف، وهذا ما أثار جدا فقهاء كثيرا حول فكرة المستهلك، فظهر اتجاهين الأول هو الذي يضيق من تعريف المستهلك والاتجاه الثاني يوسع من تعريفه، وسنتطرق للاتجاهين فيما يلي:

أ. التعريف الضيق للمستهلك:

يعتبر المستهلك وفقا للاتجاه الضيق كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة و حاجات من يعولهم من الأشخاص و ليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق مهنته أو مشروعه فالمستهلك هو الذي يسعى لتحقيق احتياجاته الشخصية أو احتياجات أفراد أسرته.⁴

¹- قانون الأونيسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع دليل التشريع، 1996، منشورات الأمم المتحدة، 2000.

²- ماجد محمد سليمان أبا الخيل، المرجع السابق، ص 16.

³- إبراهيم خالد ممدوح، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص 19.

⁴- نبيل محمد أحمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق، عدد 02، الكويت، 2007، ص 174.

وقد وصل التشدد في تضييق مفهوم المستهلك حسب هذا الاتجاه إلى استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي و عن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى ولو كان خارج مجال اختصاصاته المهنية على أساس أن هذا الأخير يكون أقل جهلا من المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية إذا ما واجه أحدهما مهنيا محترفا أثناء تعاقدتهما معه، مما يجعل المستهلك أكثر حاجة للدفاع عنه.¹

ووفقا لهذا الاتجاه المستهلك هو الشخص الذي يحصل أو يستعمل المال أو الخدمة لغرض غير مهني، كما يمكن أن يشمل بعض الأشخاص الاعتبارية الخاصة، كالجمعيات التي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية ولا تهدف إلى تحقيق الربح.²

فيلزم توفر ثلاث عناصر لاكتساب صفة المستهلك.

أن يكون من الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع أو الخدمات، فالمستهلك هو كل من يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعا لحاجاته الشخصية أو حاجات الآخرين. فهنا نلاحظ فئتين، الأولى هم من يحصلون على السلع و الخدمات بهدف غير مهني كعقد التأمين، و الفئة الثانية هم من يستعملون السلع و الخدمات كأفراد العائلة.

أن يكون محل الاستهلاك هو السلع و الخدمات فمحل الاستهلاك هو كل الأموال التي تشتري أو تستعمل لغرض غير مهني، و لكن لا تقتصر علمية الاستهلاك على الأشياء التي تستهلك من أول استعمال لها كالمواد الغذائية، بل أيضا على أشياء تدوم كالمباني، السيارات. أن يكون الغرض غير مهني فتبقى ضرورة القصد من استعمال الخدمة أو السلعة لغرض غير مهني، فهو يعتبر معيار جوهري لاعتبار الشخص مستهلكا.³

ب. التعريف الواسع للمستهلك:

ذهب بعض الفقه إلى ضرورة الأخذ بمفهوم أوسع للمستهلك ليشمل أشخاص آخرين فيعرفه البعض بصفة أكثر شمولاً بأنه "كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة"، كما يعرفه البعض الآخر بأنه "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتج بقصد أن يكون هو أو ذويه المستعمل النهائي له و تمتد نفس الصفة إلى المهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه"، أي أنه يعتبر مستهلكا و يدخل تحت الحماية القانونية للمستهلك كل من يبرم تصرف لإشباع حاجاته الشخصية أو المهنية.

يشمل المستهلك الشخص الذي يستخدم السلع و الخدمات لاستخدامه الشخصي إضافة إلى المهني أو المحترف الذي قد يكون شخصا طبيعيا أو شركة أو منتجا، فيعتبر مستهلكا عندما يتصرف خارج

¹ - عبد الله ليندة، المستهلك و المهني، مفهومات متباينان، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادى حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي 13 و 14 أفريل 2008، ص 21.

² - أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الكتاب القانونية، مصر، 2008، ص 76-78.

³ - روجال يوسف، مفهوم المستهلك في التشريع و الفقه و القضاء المغربي المقارن، www.majalah.News.ma اطلع عليه في 2021/03/25.

مجال اختصاصه المهني على أساس أن هذا المحترف غير المتخصص يظهر ضعيفا مثله مثل المستهلك العادي، فقد يجد المهني نفسه في مواجهة المتعاقد المحترف كالتاجر حينما يشتري أثاث لمحلته و المحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لحاجات مهنته يعتبران غير مهنيين بالنسبة للمحترف في مجال الأثاث و الآلات، فلا يدخل هذا في اختصاص صاحب المحل أو المحامي.

كما نلاحظ أن هذا الاتجاه يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك، فالعبرة من إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي تكمن في كون هذا الأخير يمكن أن يكون في مركز ضعف سواء اقتصاديا أم فنيا قد لا يمارس نشاطا مهنيا يحصل منه على موارده المالية، و من ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية، و يكون الضعف من الناحية الفنية حيث لا يتمتع بالقدرة الفنية لاقتنائه للمنتجات تماما مثل المستهلك العادي.¹

ثانيا: تعريف المستهلك الإلكتروني في بعض التشريعات

إن تحديد تعريف المستهلك يكتسي أهمية كبيرة فهو كمعيار لتحديد الشخص المقصود بالحماية و هذا ما دفع بنا إلى محاولة تحديد مفهوم المستهلك في مختلف التشريعات.

أ. تعريف المستهلك في التشريع الفرنسي:

عرفه القانون الفرنسي في المادة الثانية من القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان على أنه "يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمنح عادة للأشخاص الطبيعيين و المعنويين و التي لا تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني".²

فنلاحظ أن المشرع الفرنسي تناول تعريف المستهلك بصفة عرضية و اعتمد في تحديد ذلك على معيار الغاية و هو الاستعمال الشخصي للمنتوج دون أن يكون لذلك ارتباط بالنشاط المهني للمستهلك. كما عرف مشرع القانون الفرنسي الصادر في 26 جويلية 1993 المستهلكون بأنهم "الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني"³، و رغم ذلك صدر هذا القانون في صياغته حاليا من أي تعريف للمستهلك الإلكتروني.

كما تطرق لتعريف المستهلك التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، حيث اعتبر المستهلك "كل شخص طبيعي يتصرف خارج نشاطاته المهنية، و يعتبر كل شخص خارج عن هذه القاعدة معفى من الحماية المقررة للمستهلك و لو كان الشخص الذي تصرف خارج إطار مهنته شخصا معنويا".⁴

¹ - شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 25-26.

² - القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان، www.legifrance.gouv.fr اطلع عليه في 2021/03/25.

³ - قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 93-949 الصادر في 26 جويلية سنة 1993 www.justic.gouv.fr اطلع عليه في 2021/03/25.

⁴ - التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد الصادر في 20 ماي 1997 www.justiscom.net اطلع عليه في 2021/03/28.

أما التوجيه الصادر في 05 أبريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين فقد نصت المادة الثانية منه "أن المستهلك كل شخص طبيعي وفي إطار العقود المتعلقة بنصوص التوجيه يتصرف لأهداف لا تدخل في إطار نشاطاته المهنية"، فعدم التصرف يكفي لإضفاء صفة المستهلك على الشخص المراد حمايته بقواعد حماية المستهلك.

فالمستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء أو إيجار أو قرض أو انتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية.¹

ب. تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المصري:

عرف القانون المصري رقم 67 سنة 2006 بشأن حماية المستهلك في المادة الأولى بأن المستهلك هو "كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد في هذا الخصوص"، ويقصد بالشخص حسب هذه المادة "الأشخاص الطبيعيين والأشخاص المعنويين ومنها الشركات بجميع أشكالها والكيانات الاقتصادية والجمعيات والاتحادات والمؤسسات والمنشآت والروابط والتجمعات المالية وتجمعات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها".

كما عرفت المادة المذكورة سابقا المنتجات على أنها "السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص وتشمل السلع المستعملة التي يتم عليها من خلال مورد".²

ونلاحظ في هذه المادة إغفال المشرع المصري ذكر الغرض من الاستهلاك (الغرض المهني)، و من خلال استقراءنا لهذه المادة نلاحظ من أول وهلة أن المشرع المصري أخذ بالمفهوم الواسع من خلال لفظ (كل شخص) إلا أنه يتبين لنا من عبارة إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية على أنه استقر على الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك.

أما بالنسبة للفقهاء المصري يتنازع بين الاتجاه الضيق والواسع لمفهوم المستهلك ومن أنصار الاتجاه الضيق نجد "السيد محمد السيد عمران" الذي يعرف المستهلك بأنه "كل شخص يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية والعائلية"، وبالتالي لا يكتسب صفة مستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه"، و يعارض هذا الاتجاه الفقيه "حمد الله محمد حمد الله" الذي يؤيد الاتجاه الواسع هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك.³

كما لم يرد أي تعريف للمستهلك الإلكتروني وبناء على ذلك يمكن أن نعرفه بأنه "ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع والخدمات لغير الأغراض التجارية ويستلمها ماديا أو حكما سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية".⁴

¹- أو شن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص القانون الإداري، كلية الحقوق عنابة، 2012، ص 05.

²- قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22.

³- زو جال يوسف، المرجع السابق، ص 28.

⁴- إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 21.

ج. تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري:

لم يورد المشرع الجزائري أي تعريف للمستهلك في أول قانون لحماية المستهلك الذي صدر سنة 1989 لكن تدارك الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة 02 الفقرة 09 حيث عرف المستهلك أنه "كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجاً¹ أو خدمة للاستهلاك الوسيط أو النهائي، لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"². وكذلك نص القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 منه على المستهلك هو "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"³، ويلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية والمعنوية شريطة أن تكون مجردة من الغرض المهني لها بهذه الصفة يجعلها محل حماية قانون المستهلك.

أما القانون 09-03 و تحديدا في المادة 03 فقرة 01 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرف المستهلك كالتالي المستهلك "هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، و عليه فهذه المادة جاءت لتأكيد موقف المشرع من التعاريف السابقة وكذلك لبيان موقف اتجاه التشريعات المقارنة، و بهذا التعريف يكون المشرع قد جنب الفقه و القضاء عناء البحث عن تعريف ملائم⁴.

وقد تطرق إلى تعريف المستهلك الإلكتروني لأول مرة في القانون الجديد رقم 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 06 الفقرة 03 بقوله "المستهلك الإلكتروني: كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"⁵ و نلاحظ هنا أنه حافظ على التعريف السابق في القوانين السابقة الذكر و أضاف إليها فقط الطريقة أو الوسيلة الاستهلاكية الإلكترونية فقط.

و أخيرا يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني أنه كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني، و أن

¹- المنتوج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية.

²- أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39. المؤرخ في 30/01/1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر ج ، عدد 05، الصادرة في 31/01/1990.

³- أنظر المادة 3 من القانون رقم 04-02 ، المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر ج عدد رقم 41 ، الصادرة بتاريخ 27/06/2004 ، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 10-06 مؤرخ في 15/08/2010 ، ج ر ج عدد رقم 46 ، الصادرة 28/02/2010.

⁴- أنظر المادة 3 من القانون: 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، ج. رسمية رقم 2009/15.

⁵- أنظر المادة 06 من القانون رقم 18/15 المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ج ، عدد 28، الصادر في 16/05/2018.

يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة¹، إذن المستهلك في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال علميات التعاقد التقليدية والاختلاف الوحيد هو أنه يتعامل عبر وسيلة الكترونية من خلال شبكة اتصالات عالمية، وهذا يعني أن المستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها المشرع للمستهلك العادي مع الأخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بخصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر شبكة الالكترونية.²

الفرع الثالث:

تعريف المهني أو المتدخل

يعتبر الطرف الثاني أو المقابل للمستهلك في عقد الاستهلاك، وتسمية المتدخل اعتمدها المشرع الجزائري في القانون 03-09، و اعتمد مصطلح العون الاقتصادي في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وكان يسمى قبل صدور هذه القوانين اسم المهني والمحترف.

يعتبر المهني كل شخص طبيعي أو معنوي يظهر في العقد الإلكتروني كمحترف يمتلك موقعا الكترونيا يدعو من خلاله لإبرام العقود ليدخل في علاقة خصيصا مع المستهلكين في دولة أو عدة دول إذن المهني هو الشخص الطبيعي الذي يطلق عليه لقب التاجر والشخص المعنوي كالشركات.

إن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف المهني في القانون 89-02 الصادر في 07/02/1989 المتعلق بحماية المستهلك، أما في القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك قمع الغش فنص المادة 03 فقرة 08 منه على أن "المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملة عرض المنتوجات للاستهلاك".³

كذلك تنص المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة على أن "المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج والتوزيع أو الخدمات أو الاستيراد".⁴

أما المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإنها تنص على أنه "عون اقتصادي: كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسست من أجلها".⁵

¹ - علي أحمد صالح المهداوي، أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 سنة 2006 بشأن المعاملات و التجارة الالكترونية و القانون الاتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك)، مجلة الشريعة و القانون عدد 42، ص 129.

² - إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 89.

³ - أنظر المادة 03 من قانون رقم 03-09، المرجع السابق.

⁴ - أنظر المادة 03 من قانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 يونيو سنة 2008، يعدل و يتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة معدل و متمم.

⁵ - أنظر المادة 03 من القانون رقم 02-04، المرجع السابق.

كما تناوله في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات الصادر في 15/09/1990 حيث تنص على ما يلي: "المحترف هو المنتج و الوسيط حرفي أو تجار أو مستورد أو موزع و على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك"¹. وقد جاء القانون 05/18 بتعريف جديد له في مادته 06 الفقرة 04 كما يلي: "المورد الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"².

من خلال سردنا لمختلف التعاريف التي جاء بها المشرع الجزائري فإنها تتشابه فيما بينها في اعتبار المهني أو المورد محترفا في المجال الذي يباشر فيه نشاطه، كما أن المشرع لم يفرق بين المنتج و الموزع و الوسيط و المورد و اعتبرهم متدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك الأمر الذي يجعل مصطلح "المتدخل" الوارد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش مصطلحا عاما يدخل في إطاره كل من قام بدوره في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وضع المنتج للاستهلاك.

يعتبر المهني (المحترف) في أي مجال كل شخص طبيعي أو معنوي من القطاع الخاص و العام الذي يمارس باسمه أو لحساب غيره نشاطا يتمثل بتوزيع السلع أو بيعها أو تأجيرها أو تقديم الخدمات، كما يعتبر محترفا "أي شخص يقوم باستيراد السلعة بهدف بيعها أو تأجيرها أو توزيعها و ذلك في إطار ممارسته لنشاطه المهني"³.

سنتطرق فيما يلي إلى معيار الاحتراف و الربح كمعيارين أساسيين لتحديد مفهوم المهني.

أولا: معيار الاحتراف لتحديد مفهوم المهني.

بعد وصف المهني الوصف المقابل للمستهلك، فالمهني هو ذلك الذي يتعاقد عند مباشرته لمهنته نشاطا تجاريا أو مدنيا بصورة معتادة⁴، الاحتراف هو ممارسة الأعمال التجارية بصفة متكررة و دائمة و اتخاذ المهنة كمورد رزق له حيث يتكرر القيام بالنشاط من وقت لآخر، فالاحتراف يعتبر معيار أساسي لاكتساب صفة التاجر في القانون التجاري، فيكفي لاعتبار الشخص مهنيا أن يعتاد على العمل المرتبط بمهنته.

¹ - أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، المؤرخ في 15/09/1990، المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، ج ر ج، عدد 40، الصادرة بتاريخ 19/09/1990.

² - أنظر المادة 06 من القانون رقم 15/18، المرجع السابق.

³ - دينا محمود حبال، حماية المستهلك المتعاقد عن بعد، بحث علمي قانوني مقدم لنيل لقب أستاذة محامية، فرع دمشق 2007، www.arablawninfo

⁴ - أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار و حماية المنافسة و منع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008، ص 30-31.

يرى البعض من الفقه أن المهني هو من يتعاقد أثناء مباشرة حرفته المعتادة سواء كانت تجارية أم مهنية فنية أو صناعية أو زراعية أو حرة أي يباشر نشاطا تجاريا أو مدنيا على وجه الاعتياد فالمهني يمتلك المعلومات والبيانات تسمح له بالتعاقد على دراية تامة.¹

ثانيا: معيار الريح لتحديد مفهوم المهني

يعتبر معيار الريح معيار هام لتحديد مفهوم المهني في علاقته مع المستهلك فالمهني يمارس نشاطه بقصد الحصول على الريح.

المهني هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يباشر حرفة تجارية أو صناعية أو فنية مهنية أو حرة أو زراعية أو مدنية على وجه الاحتراف، ويتمكن من خلال هذه الحرفة الحصول على السلع والخدمات وتقديمها للجمهور بمقابل مادي بهدف الحصول على الريح، وقد يكون هذا الشخص منتجا أو موزعا أو تاجرا بالجملة أو بالتجزئة أو يتخذ مشروع فردي أو شركة أو مؤسسة التي تدخل في إطار القطاع الخاص والعام.²

المطلب الثاني:

مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

بعد اتساع مستخدمي الانترنت في العالم بدأ يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك، و الذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك و حمايته من الغش و الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الانترنت التي تستطيع الوصول إلى كل مكان و تمارس تأثيرا يتجاوز أحيانا الأدوات التقليدية في الواقع.

و تتلخص مبررات ضرورة حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني في التطور الحديث في شبكة الانترنت و حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية مع افتقاره إلى التنوير بالمعلومات التقني.

الفرع الأول:

التطور الحديث في شبكة الانترنت

ظهرت العديد من التقنيات والأدوات التي ساهمت في تطوير عالم الانترنت مما جعلها من أحدث الخدمات التقنية³ التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة، ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي بتطورات مستمرة، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود و المستهلك، بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية⁴، غير أن للتطور التقني جانب سلبي يمكن أن

¹ - حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك (دراسة مقارنة)، دار الفكر العربي، مصر، 1997، ص 13.

² - جرعود ياقوت، عقد البيع و حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون جامعة الجزائر، 2002، ص 29.

³ - أوثن حنان، المرجع السابق، ص 04.

⁴ - شاهين بهاء، الانترنت و العولمة، عالم الكتاب، مصر، 1999، ص 46.

يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت معاينة المبيع بطريقة حقيقية أو الالتقاء مع المزود في العقد التقليدي.¹

الفرع الثاني:

حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية

إن التطور الحاصل في شبكة الانترنت أدى إلى الاهتمام بالمواقع التجارية التي تحتي على خدمات متعددة كالخدمات العقارية السياحية والمصرفية وغيرها من الخدمات الأخرى المهمة. فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية وزيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الانترنت تزيد من إقبال المستهلكين فهي محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن الحماية للمستهلك بشكل ملح وواضح.²

الفرع الثالث:

افتقار المستهلك إلى التنوير بالمعلومات التقني

تعتبر شبكة الانترنت المنشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فالبريد الإلكتروني ومواقع الانترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد وهو عرض أنواع متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك والتعاقد معه من خلالها.

فقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت تسهل عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدها، وهنا يجب أن نفرق بين ما يسمى إعلام للمستهلك والذي هو حق من حقوق المستهلك، وهو ما سنتناوله في الفصل القادم وبين معرفة المستهلك بالمعلوماتية بشبكة الانترنت، والتي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات أو لمنتجات، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك عن التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت فافتقار المستهلك للثقافة المعلوماتية يعني عدم توفر الحد الأدنى من القدرة على التعامل.

خلال هذه الشبكة، بالإضافة إلى المشاكل التي تواجهه عند التعمق في هذه الشبكة قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع قراصنة الانترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.

¹ أسامة أحمد بدر، المرجع السابق، ص 25.

² عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009، ص 31.

المبحث الثاني:

آليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد

إن المستهلك الإلكتروني لا تتوفر له الإمكانية الفعلية أو الحقيقية لمعاينة السلع و التحقق من الأداء المناسب للخدمات قبل إبرام العقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، مما استوجب وضع آليات تؤدي إلى توفير حد أدنى من الحماية للمستهلكين في الفترة التي تسبق التعاقد عبر الانترنت، الأولى هي إعلام المستهلك بتزويده بالمعلومات عند التعاقد معه (المطلب الأول)، و حقه في الرجوع و العدول عن التعاقد (المطلب الثاني)، و حماية المستهلك من الشروط التعسفية و حماية بياناته الشخصية (المطلب الثالث).

المطلب الأول:

حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام السابق عن التعاقد

يعتبر الحق في الإعلام السابق عن التعاقد من أهم و أبرز الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك بصفة عامة و يكون مطلوباً أكثر في مجال العقد الإلكتروني، ذلك أن هذا النوع من التعاقد يتم من خلال استخدام الوسائط الإلكترونية دون التقاء مادي بين أطرافه، و أن هذه الطريقة فيها من المخاطر ما يؤدي إلى التأثير على رضا المستهلك دون علم حقيقي بالمنتج، لذا حرصت التشريعات الحديثة على ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني، و نحاول من خلال هذا المطلب أن نوضح المقصود من الحق في الإعلام الإلكتروني مع تبيان مبرراته، ثم دراسة محل الحق في الإعلام إضافة إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية.

الفرع الأول:

المقصود بالالتزام بالإعلام الإلكتروني

إن عدم التساوي في المعرفة بالمعلومات بين المتعاقدين بشأن محل التعاقد و الشروط المتعلقة به يحمل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية لأن الطرف الضعيف يتعرض لاستغلال الطرف الأقوى صاحب الخبرة (المحترف)¹، من هذا المنطلق و نتيجة لهذا الاختلال في المعرفة بين المني و المستهلك يتعين على التاجر الالتزام بإعلام المستهلك و الإفضاء بكل ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تستنير إرادة المتعاقد فيجب الإدلاء بكل المعلومات طالما لها أهميتها في التعاقد.²

أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني

بين المشرع الجزائري بوضوح في المادة 17 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش إلزامية إعلام المستهلك "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك

¹ عبد المنعم موسي إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2007، ص 366.

² عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الإلكترونية (عقد البيع عبر الانترنت، دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص ص

بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة"¹، ولكن هذا في العقود العادية دون العقود الإلكترونية التي تجاهلها المشرع.

و يعرفه البعض بأنه "التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا كافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي تعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبيني عليها رضائه في العقد".²

أما ما يتعلق بالالتزام بالإعلام الإلكتروني فيعرفه البعض بأنه "التزم قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني، يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائل الكترونية في الوقت المناسب، وبكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة".

كما عرفه جانب آخر بأنه "تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد".³

ويتضح لنا من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام الإلكتروني هو التزام سابق على نشوء العقد وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، فهو التزام قانوني نجد مجاله في مبدأ حسن النية قبل التعاقد وأثناء التعاقد طالما أنه يتم بكل شفافية وأمانة، بالإضافة إلى أن هذا الالتزام يتم تقديمه في شكل وسائل الكترونية يسهل استعمالها والتطرق إلى محتواهما في شكل واضح ومقروء.⁴

ثانيا: مبررات الحق في الإعلام

إن البيانات والمعلومات التي يلتزم المنتج والموزع لسلعة أو خدمة بتقديمها تؤدي إلى تنوير إرادة المستهلك حيث إقدامه على إبرام العقد و يأخذ الالتزام بالإدلاء بالبيانات والمعلومات بصدد عقود الاستهلاك أهمية خاصة نظرا للتفاوت في مستوى العلم والخبرة بين المستهلك والمحترف الذي يتعاقد معه، مما يؤدي إلى الاختلال في التوازن العقدي، لذلك فإن تقرير الالتزام بإعلام المستهلك هو الوسيلة لإعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين وإعادة التوازن إلى العقد.

أ. إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين:

إن التفاوت في المعرفة الفنية يتزايد بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعي والتكنولوجي مما يستحيل أن يتعرف الشخص العادي على التفاصيل الفنية ودقائق السلع المعروضة، فعدم التساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل التعاقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها

¹ - أنظر المادة 17 من القانون رقم 03-09 المعدل بقانون رقم 18 - 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

² - حسين عبد الباسط الجميبي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، مصر، 1992، ص 35.

³ - سهير منتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990، ص 41.

⁴ - خلفي عبد الرحمن، حماية المستهلك الإلكتروني مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول "المنافسة وحماية المستهلك" بجامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية يومي 17 و 18 مارس 2009.

عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية، نظرا لأن المستهلك معرض للاستغلال من طرف المحترف الذي هو صاحب الخبرة و المعرفة في هذه الحالة¹.

وتزداد الحاجة إلى بلوغ هذا الهدف في إبرام العقود الإلكترونية نظرا للخصوصية التي تتمتع بها في استعمال التاجر لأدوات الويب التي تستطيع الوصول إلى كل مكان و يمارس تأثير يتجاوز الأدوات التقليدية في الواقع، لذا نجد عدم المساواة في المعرفة بين أطراف العقد يبرر تقرير الحق في الإعلام الإلكتروني الذي يقع على عاتق صاحب الخبرة من المهنيين، و الإعلام بالبيانات و المعلومات الضرورية يساعد على تنوير إرادة المستهلك المتجهة إلى إبرام العقد الإلكتروني².

ب. إعادة التوازن العقدي:

من أبرز الضروريات العملية التي أدت إلى تقرير الالتزام بالإعلام قبل التعاقد انعدام التكافؤ بين المزود و المستهلك من حيث العلم بالعناصر الجوهرية المتصلة بعقد الاستهلاك و لذلك فإن وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ضرورة عملية لتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين، فلهذا الحق دور هام في حماية رضا المستهلك الذي لا يتمكن بسبب مركزه الضعيف في العقد من الوصول إلى تحديده بكل وضوح، و يكون هذا الحق أكثر إلحاحا بالنسبة للعقد الإلكتروني نظرا للغيب المادي لأطرافه³.

ومن الفقه من يرى بأن الأساس القانوني لهذا الحق نجد يصدره في الحماية التقليدية للطرف المدعي في القانون المدني، إلا أن الرأي الذي استقر عليه غالبية الفقه يرى بأن الأساسي موجود في قانون حماية المستهلك الذي أبح بشكل نظرية مستقلة تجعل من المستهلك دائما الطرف الضعيف الذي لا يملك الخبرة في مواجهة البائع المحترف، مما يستوجب على هذا الأخير إعلامه مسبقا بكل المعلومات الضرورية حتى تتكافأ الإرادتين و تتوازن أمام إعطاء كل طرف المساحة الكافية لبنائها عن قناعة و تبصر⁴.

الفرع الثاني:

محل الحق في الإعلام الإلكتروني

الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد هدفه تنوير و تبصير المتلقي و ذلك عن طريق إدلاء المنتج أو المهني بكافة المعلومات التي على أساسها يستطيع أن يتدبر المتلقي أمره بالقبول أو الرفض فيما يخص العقد المزمع إبرامه سلميا.

أولا: تحديد شخصية البائع

من أهم المشاكل التي تثير قلق المستهلك و قد تحد من إقباله على إبرام عقود الاستهلاك الإلكترونية هي عدم معرفة شخصية البائع الذي يتعامل مع، فبيان شخصية المزود يوفر عنصر الأمان في التعاقد عن بعد لذا على البائع تقديم معلومات واضحة للمستهلك سواء تتعلق بهويته، اسم محله

¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 376.

² - حسن عبد الباسط الجميبي، المرجع السابق، ص 22.

³ - عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 55.

⁴ - خلفي عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 86.

التجاري، بريده الإلكتروني ووضعها تحت تصرف المستهلك للاطلاع عليها في جميع مراحل المعاملة و قد تناول قانون الاستهلاك الفرنسي و التوجيه الأوروبي الصادر في 1997 شخصية المزود، وفي سبيل تسهيل معرفة كل هذه البيانات أمام المستهلك الإلكتروني، فقد قام المجلس الوطني للمستهلك الفرنسي بإصدار قرار يقتضي ضرورة وضع تحت تصرف المستهلك كافة المعلومات المتعلقة بالتجار و الوسطاء المعروضين على الشبكة و ذلك بغية تسهيل المهمة في هذا الصدد بحيث يتيسر على المستهلك الرجوع إلى ذلك السجل قبل الدخول في العلاقة التعاقدية.

ثانيا: إعطاء البيانات الأساسية عن السلعة أو الخدمة

يقتضي الالتزام بإعلام المستهلك قيام المحترف أو المهني بالإفشاء إلى المستهلك بالمعلومات و البيانات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد من عدمه¹، هذه البيانات أو المعلومات عموما تمثل الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة ثمن السلعة أو الخدمة شاملة كل الضرائب، شروط تحديد أوضاع ممارسة حقه في العدول عن العقد، المعلومات المتعلقة بخدمات ما بعد البيع و الضمانات التجارية، البيانات المتعلقة باستخدام الشيء المبيع أو الانتفاع بالخدمة، فالبائع المتخصص يلتزم بتوضيح كيفية استخدام الأجهزة الإلكترونية التي يبيعها لمن ليس له دراية بها حتى يقدم المستهلك على شرائها فهو يعلم عن الحالة القانونية للمبيع و الحالة المادية له و كيفية استخدامه فالحالة القانونية للمبيع تتضمن كل البيانات القانونية التي قد تثار بعد التعاقد، بحيث لم علم بها المستهلك قبل إبرام العقد لما أقدم على الشراء، فينبغي إعلامه بكل ما على المبيع من أعباء أو تكاليف أو أية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالسلعة محل التعاقد على النحو المأمول، أما الحالة المادية للشيء فتتضمن كافة المعلومات و البيانات المتعلقة بالخصائص و بالأوصاف المادية للمبيع محل التعاقد عملا على تصحيح صورته في ذهن المستهلك بشكل يمكنه من الوقوف على مزايا العقد و خصائصه الذاتية.

أما عن اللغة المستعملة بغية التعامل مع المستهلك فيجب أن تكون لغة وطنه و هي اللغة الفرنسية، وهذا ما جاء بنص القانون رقم 94-665 في 1994 الذي نصت المادة الثانية منه على وجوب استخدام اللغة الفرنسية في كل وصف للشيء أو المنتج أو الخدمة و طريقة التشغيل و الاستعمال و تعيين نطاق و شروط الضمان، وكذا الفواتير و المخالصات، إلا أن استعمال اللغة الوطنية لا يمنع أن تصحبها ترجمة بأي لغة كانت.²

والمشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد نص بدوره على صراحة في نص المادة 71 منه التي جاء فيها على وجوب تحرير البيانات، و طريقة الاستخدام و دليل استعماله و شروط ضمان المنتج، و كل معلومات أخرى باللغة العربية أساسا، و على سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات سهلة الفهم من المستهلك بطريقة مرئية و مقروءة و يتعذر محوها.³

¹- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص 102.

²- سليم سعداوي، عقود التجارية الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008، ص 32.

³- أنظر المادة 18 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

إذن فالتزام البائع بإعلام المستهلك بالأوصاف الأساسية و الجوهرية للمبيع يجب أن ينشأ و يتحقق قبل إبرام عقد الاستهلاك أو في وقت معاصر له حتى يتمكن المستهلك من تكوين رضائه بناء على إرادة واعية و مستنيرة تمكنه من معرفة المبيع و مقدار نفعه المادي بالنسبة له.¹

المطلب الثاني:

حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد

يعتبر حق العدول أحد الضمانات الهامة و المكرسة قانونيا و هو أكثر وسائل حماية المستهلك ملائمة لخصوصيات العقد الإلكتروني²، نظرا لأن المستهلك لا تتوفر له إمكانية الفعلية أو الحقيقية بمعاينة السلع أو التحقق من الأداء المناسب للخدمات، فحق العدول من الوسائل التي لجأت لها التشريعات الحديثة لحماية رضاء المستهلك الإلكتروني حيث يتضمن هذا الحق إعطاء فرصة للتروي و التفكير³، وفي سبيل التعرف على مضمون الحق في العدول من منظور حماية المستهلك الإلكتروني لا بد من معرفة المقصود بحق العدول ومبرراته (الفرع الأول) و إجراءات ممارسة هذا الحق (الفرع الثاني)، و الآثار المترتبة على ممارسته (الفرع الثالث) و حماية المستهلك من الشروط التعسفية و حماية بياناته الشخصية (الفرع الرابع).

الفرع الأول:

المقصود بحق العدول و مبرراته

يعد حق العدول في العقد الإلكتروني حق إرادي محض يترك تقديره لكامل إرادة المستهلك وفقا للضوابط القانونية فهو حق يمس بالقوة الملزمة للعقد الإلكتروني، فحق العدول حق شخصي يمارسه المستهلك وفقا لما يراه محققا لمصالح، فهو ليس ملزما بإبداء أسباب معينة لهذا العدول فاستعمال هذا الحق لا يؤدي إلى قيام مسؤوليته.

أولا: تعريف الحق في العدول

تباينت التعريفات عند الفقه حول حق العدول أو خيار الرجوع فيعرفه البعض بأنه وسيلة مقتضاها يسمح للمستهلك الإلكتروني بأن يعيد النظر من جديد و من جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به مسبقا، بحيث يستفيد من مهلة للتفكير في خلالها سيكون بوسع الرجوع عن التزامه الذي سبق و أن ارتبط به.⁴

كما يعرفه جانب آخر من الفقه بأنه "إثبات حق المشتري في إمضاء العقد أو فسخه عند رؤية المبيع محل التعاقد إذا لم يكن رآه عند العقد أو قبله، و المستهلك الإلكتروني الذي يشتري السلعة عن طريق الانترنت لم يكن قد رأى البضاعة و إنما رأى صورتها أو علم بأوصافها المكتوبة على شاشة الجهاز أمامه، فإذا ما استلم السلعة يكون له حق خيار الرؤية في إمضاء العقد أو فسخه"، كما يرى بعض الفقه

¹- إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص 80.

²- نبيل محمد أحمد صبيح، المرجع السابق، ص 59.

³- طاهر شوقي مؤمن، عقد البيع الإلكتروني (بحث في التجارة الإلكترونية)، دار النهضة العربية، مصر، 2007، ص 114.

⁴- عبد الله ذيب عبد الله محمود، مرجع سابق، ص 126.

الفرنسي بأنه بمثابة الإعلان عن إرادة مضادة يلتزم من خلالها المتعاقد الرجوع عن إرادته و سحبها، و اعتبارها كأنها لم تكن، و ذلك بهدف تجريدتهما من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل.¹ وقد عرفه المشرع الجزائري في تعديل المادة 19 الفقرة 02 في القانون رقم 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بقوله "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب".² ثانيا: مبررات الحق في العدول

تتبلور مبررات الحق في العدول في كون عقود التجارة الإلكترونية عن بعد بوسائل اتصال لا تسمح للمستهلك الإلكتروني بالحكم الدقيق على المنتج مهما بلغ وصف البائع لها من دقة و أمانة، فالحق في العدول يهدف بصفة أصلية إلى حماية رضا المستهلك و يكون ذلك من خلال إعطائه مهلة إضافية للشروع و التدبير في أمر العقد الذي أبرمه تفاديا للأخطار التي قد تلحق به لتسريعه في التعاقد، نظرا لما تتميز به المعاملات من دعاية و إغراء في المجال الإلكتروني.

فمن خصائص حق العدول أن مصادره محددة بالقانون و الاتفاق و يتقرر بالإرادة المنفردة للمستهلك، و دون الحاجة للجوء إلى القضاء و دون اشتراط موافقة الطرف الآخر.³ أما المشرع الجزائري في نص المادة 19 فقرة 02 فإنه أكد على أن حق العدول يمارسه المستهلك دون سبب و بالتالي يمكنه العدول في أي وقت كان دون حاجة لتبرير عدوله.

ثالثا: مجال تطبيق الحق في العدول

يتمدد تطبيق الحق في العدول في البيع عن بعد وبالضبط بالنسبة للبيع الإلكتروني في مجال توريد السلع و الخدمات، لكن المشرع الفرنسي في نص المادة 121 فقرة 20 من قانون المستهلك استبعد بعض العقود من التطبيق وهي:

- عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها بالاتفاق مع المستهلك قبل انتهاء المدة المقررة لممارسة الحق في العدول خلالها.
- عقود توريد السلع و الخدمات التي تحدد أثمانها وفق ظروف السوق.
- عقود توريد السلع التي يتم تصنيعها وفقا لخصوصية المستهلك، أو بالمطالبة لشخصه، و التي بحسب طبيعتها لا يمكن إعادتها للبائع أو التي يسرع إليها الهلاك و التلف.
- عقود توريد الصحف و الدوريات و المجلات.
- عقود خدمات الرهان و أوراق اليانصيب المصحح بها.⁴

¹ - محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع السابق، ص 393.

² - أنظر المادة 19 من القانون رقم 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المعدل و المتمم للقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج، رقم 06 الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018.

³ - ظاهرة شوقي مؤمن، المرجع السابق، ص 113.

⁴ - نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2004، ص 141.

أما المشرع الجزائري فقد ترك أمر تحديد المنتوجات المعنية بالعدول إلى التنظيم وهو الأمر الذي لم يحدث بعد بما أن النصوص التطبيقية لقانون حماية المستهلك الجديد 09-18 لم تصدر بعد فنص على ما يلي: "تحدد شروط... وقائمة المنتوجات المعنية، عن طريق التنظيم".¹

الفرع الثاني:

ممارسة الحق في العدول

لا توجد إجراءات خاصة لممارسة الحق في العدول فالشرط الوحيد المتعرف عليه هو احترام المدة الواردة في القانون، ولهذا سوف ندرس كيفية ممارسة الحق في العدول ثم المهلة المحددة لذلك.

أولا: كيفية ممارسة الحق في العدول

إذا أراد المستهلك الرجوع في التعاقد فإنه يلتزم بإخطار المهني (البائع أو مقدم الخدمة) وأن يرد لهذا الأخير المنتج أو البضاعة التي تسلمها بمقتضى العقد، ولم يشترط تقنين الاستهلاك الفرنسي اتباع شكل خاص لهذا الإخطار فيجوز أن يتم بفاكس أو البريد الإلكتروني، أو في موقع التاجر أو برسالة موصى عليها، أو حتى عن طريق محضر إثبات حالة، وذلك خشية الوقوع في منازعة قانونية لاحقة مع التاجر إذا أنكر تبليغه بالعدول.²

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 19 الفقرتين 03 و 04 في القانون رقم 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على كيفية ممارسة الحق في العدول كما يلي: "للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد ودون دفعه مصاريف إضافية تحدد شروط و كفاءات ممارسة حق العدول... عند طريق التنظيم".³

ثانيا: مدة ممارسة الحق في العدول

لعل الشرط الوحيد لممارسة الحق في العدول هو أن يتم ضمن مهلة محددة حيث تنص المادة السادسة من التوجيه الأوروبي الصادر عام 1997 أنه في العقود المبرمة بواسطة إحدى تقنيات الاتصال عن بعد، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مهلة سبعة أيام عمل اعتبارا من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، و من تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات دون جزاء أو غرامة و دون حاجة لبيان الأسباب⁴، و هذا ما صرحت به أيضا المادة 121 من قانون الاستهلاك الفرنسي التي تنص "بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطي المشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم طلبه لإعادتها أو لاستبدالها أو لاستعادة ثمنها دون غرامات ما عدا مصاريف الإرجاع".

و المدة المحددة بالقانون سبعة أيام هي مدة مبدئية و إذا تضمن آخر المدة يوم عطلة فإنها تمتد إلى أول يوم عمل، أما في حالة إخلال التاجر بالتزاماته المتعلقة بإعلام المستهلك قبل العقد فإن هذه المدة

¹- أنظر المادة 19 من القانون رقم 09-18، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

²- نبيل محمد أحمد صبيح، المرجع السابق، ص 226.

³- أنظر المادة 19 من القانون رقم 09-18، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

⁴- التوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997، المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد، المرجع السابق.

تمتد إلى غاية ثلاثة أشهر كاملة بدلا من سبعة أيام، و لكن إذا تدارك التاجر هذا الخطأ وقام بإعلام المستهلك خلال مدة ثلاثة أشهر فإن مدة سبعة أيام هي الأصل، و تحسب من تاريخ تنفيذ التزامه في الإعلام.¹

و أخيرا فإن هذا الحق في مثل هذا النوع من البيوع يعتبر من النظام العام بحيث لا يجوز التنازل أو الإنفاق على الإعفاء منه، لأن الهدف منه حماية المشتري بأن لا يلزم بأية سلعة قد لا يراها مناسبة.

الفرع الثالث:

آثار ممارسة الحق في العدول

يترتب على اختيار المستهلك طريق الرجوع عن التعاقد زوال العقد و انقضائه ويلتزم الأطراف بإعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل التعاقد، و لممارسة حق الرجوع آثار بالنسبة للتاجر من ناحية و بالنسبة للمستهلك من ناحية أخرى.

أولا: آثار العدول بالنسبة للتاجر الإلكتروني

إذا انقضت المدة المحددة للمستهلك الإلكتروني لاستعمال حقه في العدول يصبح العقد ملزما للطرفين ويصبح باتا واجب التنفيذ، لكن إذا استعمل المستهلك حقه خلال المدة المقررة فإنه يترتب على ذلك التزام التاجر برد الدين، و ذلك خلال مدة أقصاها 60 يوم طبقا لقانون المستهلك الفرنسي و الملاحظ أن المشرع الفرنسي تشدد مع التاجر لصالح المستهلك إلى درجة تجريم فعل عدم إرجاع الدين، حتى يمنع أي مجال للتماطل أو أي رغبة في عدم الوفاء بالتزاماته التعاقدية.

ثانيا: آثار العدول بالنسبة للمستهلك الإلكتروني

يعتبر حق العدول بالنسبة للمستهلك حق مجاني فإذا مارسه خلال المدة المحددة قانونا مع احترام شروط العقد فلا يتحمل أي تبعات ولا يترتب على ذلك أي جزاء ولا دفع مصاريف إضافية. و من حيث آثار العدول على العقد، فإنه يترتب على ذلك نقض العقد أي فسخه و على المستهلك إرجاع البضاعة كما تسلمه و إذا كانت خدمة فعلية أن يتنازل عنها.²

المطلب الثالث:

حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية و حماية بياناته الشخصية

إن أشكال التعاقد عبر الانترنت تطغى عليها صور العقود النموذجية التي يتولى إعدادها مسبقا مختصون يتمتعون بالتفوق الاقتصادي و الكفاءة الفنية لهذا يستوجب حماية خاصة للمستهلك، إضافة إلى خصوصية الوسائل المستعملة من أجل التعاقد الإلكتروني التي يتضمن البيانات الخاصة للمستهلك يفرض حمايته من أجل كسب ثقة المستهلك.

¹ محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية الإلكترونية و الدولية و حماية المستهلك (تميز البيع عن غيره من العقود، تفاوض إبرام البيع وصوره، البيوع الدولية و الالكترونية و المعلوماتية، حماية المستهلك نقل الملكية، الضمان الوفاء الإلكتروني، فسخ العقد)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 104.

² سلطاني أمينة، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، المرجع السابق، ص 122.

الفرع الأول:

حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية

يعرف الشرط التعسفي بأنه الشرط الذي يفرض على المستهلك من قبل المزود نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير للسلطة الاقتصادية التي يتمتع بها بغرض الحصول على ميزة مجحفة، فالشرط التعسفي يترتب عنه عدم التكافؤ بين الحقوق والالتزامات الناشئة عن العلاقة العقدية وأنه شرط غير خاضع للمفاوضات الفردية بين المزود والمستهلك، كذلك يختص بكونه أنه شرط مكتوب بصفة مسبقة ودون أن يكون للمستهلك أي تأثير في محتوى العقد الإلكتروني.¹

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد عرف الشروط التعسفية ضمن المادة 03 فقرة 05 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية كما يلي: "الشرط التعسفي كل شرط أو بند بمفرده أو يشترك مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه إخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

والغرض من وضعها هو تحقيق مصلحة لأحد أطراف العقد غالبا ما يكون المحترف، في حين تجعل الطرق الأخرى (المستهلك) يتحمل التزامات أكثر مما تجب عليه أو التقليل من الضمان فحظر مثل هذه الشروط التعسفية تسري على جميع العقود، وهذا ما تؤكدته المادة 30 من قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث أعطت إمكانية منع العمل ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية في مختلف العقود وذلك عن طريق التنظيم²، وعليه فلحماية المستهلك من كل عيب لا بد على المحترف أن يضع في علم المستهلك كافة شروط البيع حتى يتسنى له معرفة مدى التزاماته لحظة إبرام العقد.

الفرع الثاني:

حق المستهلك الإلكتروني في حماية بياناته الشخصية

إن المعاملات الإلكترونية تتضمن بيانات شخصية يتم إرسالها من المستهلك إلى التاجر الإلكتروني في إطار التحقق والتأكد على عملية البيع، وقد تكون هذه المعلومات عبارة عن بيانات اسمية، أو عدة صور في شكل الكتروني، كما قد تشمل مقر إقامة المستهلك وطبيعة العمل الذي يقوم به، فحماية خصوصية المستهلك أمر ضروري يفرض إيجاد الآليات التي تمنع استعمال هذه المعلومات الناتجة عن المعاملات الإلكترونية³، وهذه البيانات تشكل جزء من حياة المتعاقد عبر الانترنت الخاصة فلا يجوز الإفشاء بها للغير بقصد أو بدون قصد ولا يحق للبايع تداولها فيما بينهم في سبيل الترويج لسلع أو خدمات أخرى، كما لا يجوز للبايع نفسه باستخدامها إذا ما انتهت العلاقة العقدية بينهما، ولا يحق له أيضا الاحتفاظ بها وراء المدة المعلنة أو المحددة لغايات العلاقة العقدية الأولى.⁴

¹ - عمر خالد رزيقات، المرجع السابق، ص 355.

² - أنظر المواد 03 و 30 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

³ - إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية (مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 49.

⁴ - هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000، ص 67.

لذا تدخلت التشريعات المختلفة لتنظيم الحق في احترام الحياة الخاصة للأفراد وحظر كل اعتداء يقع عليها ووضعت جزاءات و عقوبات لما يسمى بالإجرام المعلوماتي و القرصنة سواء المادية أو الفكرية، كما أكدت التوجيهات الأوروبية مبدأ حماية المعطيات الشخصية للمستهلك عبر الانترنت كالتوجيه الأوروبي 58/2002 الخاص بحماية المعطيات الخاصة في نطاق الاتصالات الإلكترونية المسمى بتوجيه الحياة الخاصة والاتصالات الإلكترونية، وقد تناول هذا التوجيه هذه الأمور:

● سرية الاتصالات الإلكترونية.

● جمع المعطيات الشخصية والاحتفاظ بها.¹

أما المشرع الجزائري فلم ينص بشكل صريح ومباشر في القانون المدني عن حماية الحق في الخصوصية ونجد إشارة إلى ضمان الحقوق الملازمة للشخصية طبقا لنص المادة 47 من القانون المدني²، كما نجد أن الدستور الجزائري في المادة 34 منه ينص على أنها تضمن الدولة عدم انتهاك حرية الإنسان و في المادة 39 منه تنص على "أنه لا يجوز انتهاك حرية حياة المواطن الخاصة و حرية شرفه ويحميها القانون...سرية المراسلات و الاتصالات الخاصة بكل أشكالها مضمونة"³، وفي المقابل جرم المشرع الجزائري في قانون العقوبات صراحة الاعتداء على حرية الحياة الخاصة، و ذلك عبر نصوص المواد 303 مكرر و 303 مكرر 1.⁴

¹ - نبيل محمد أحمد صبيح، المرجع السابق، ص 248-249.

² - الأمر رقم 58-75، المؤرخ في 26/09/1975، يتضمن القانون المدني المعدل و المتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13/05/2007، ج ر ج ج، عدد 31، الصادرة بتاريخ 13/05/2007.

³ - دستور 28 نوفمبر 1996، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96-438 المؤرخ في 09 ديسمبر 1996، ج ر ج ج، عدد 67 سنة 1996، معدل و متمم بموجب القانون رقم 08-19 المؤرخ في 15/07/2008 يتضمن التعديل الدستوري، ج ر ج ج عدد رقم 63، الصادرة في 16 نوفمبر 2008.

⁴ - الأمر رقم 66-15 المؤرخ في 08 يونيو 1996، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج، عدد 49، صادر بتاريخ 21 يونيو 1996، المعدل و المتمم.

المبحث الثالث:

آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد

لا يكفي أن تنص التشريعات القانونية وطنية كانت أو دولية على إقرار حقوق للمستهلك عبر شبكة الانترنت، سواء ما قبل التعاقد أو عند إبرام العقد أو تنفيذه، سواء كانت حقوق تكفلها القواعد العامة للعقود أو حقوق مستحدثة تبعا لخصوصية عقد الاستهلاك الإلكتروني، فيجب أن تكون هناك آليات تضمن هذه الحقوق على أرض الواقع، ومن شأنها أن تبعث الثقة في المستهلك وتجعله يتعاقد عبر شبكة الانترنت دون خوف من ضياع حقوق، وهذه الآليات تتمثل في الوسيط الإلكتروني الذي يلعب دور الموثق، وكذلك الهيئات التي يستعين بها المستهلك للدفاع عن حقوقه (المطلب الأول)، وأخيرا القضاء كأخر سبيل للدفاع عنه (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

الوسيط الإلكتروني وهيئات حماية المستهلك

هاتين الآليتين من شأنهما أن تبثا الثقة في المستهلك عند ولوجه شبكة الانترنت من أجل اقتناء حاجياته من سلع وخدمات دون خوف من تعرضه للنصب والاحتيال وقرصنة بيانات وأمواله، ويضمن سلامة صحته البدنية والعقلية، وكذا ضمان مساندة فعلية أمام الهيئات القضائية.

الفرع الأول:

الوسيط الإلكتروني (التصديق الإلكتروني)

يعتبر وجود طرف محايد بين أطراف العقد عامل مهم لزرع الثقة بينهم، فهو يعمل على تأكيد بيانات كل طرف للآخر، و التصديق على توقيعاتهم وإثبات ما جرى بينهم من اتفاق، حتى يعود إليه الأطراف في حال نشوء نزاع، ومن السمات الخاصة بعقود الاستهلاك الإلكتروني هو طبيعة البيئة المبرم فيها وسمة التعاقد عن بعد، مما يطرح إشكالية الطرف المحايد الذي يربط بيانات الأطراف ويؤكد صحة التوقيعات و يمنحها مصادقته، وهذا ما استدعى ابتكار تقنية الوسيط الإلكتروني المتمثلة في التوثيق أو التصديق الإلكترونيين.

أولا: مفهوم التصديق الإلكتروني

هناك من يسميه توثيق الكتروني ويرى أنه نفس المصطلح وهناك من يفرق بين التوثيق و التصديق على أساس أن الأول منظومة خاصة مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط لتوثيق المعاملات بين طرفين متعاملين وذلك بإصدار شهادة الكترونية، أما التصديق الإلكتروني فيتم بعد استخراج الشهادة فيفحص مصداقيتها¹، ولقد تبنى المشرع الجزائري مصطلح التصديق الإلكتروني على أساس أن هوية الأطراف تحدد من خلال الربط بينهم وبين بيانات التحقق من توقيعاتهم الإلكترونية بواسطة شهادة تصديق الكترونية صادرة عن شخص يسمى مؤدي أو مقدم خدمات التصديق الإلكتروني وذلك حسب

¹ - بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه تخصص قانون الأعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، 2014-2015، ص 242.

المادة 02 الفقرة 07 و الفقرة 12 من القانون 04-15 المتعلق بالتوقيع التصديق الإلكتروني، و حسب المادة 02 من قانون الأونديسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية، عن طريق ربط بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع بواسطة شهادة الكترونية يصدرها طرف ثالث محايد، يسمى مؤدي خدمات التصديق الإلكترونية)، وهذه الشهادة يقصد من الحصول عليها تأكيد نسبة رسالة البيانات أو العقد الإلكتروني إلى مصدره، وأن التوقيع الإلكتروني هو توقيع صحيح و صادر ممن نسب إليه.¹

ثانيا: دور التصديق الإلكتروني في حماية المستهلك

تعتبر شهادة التصديق الإلكتروني بمثابة الوسيط بين أطراف العقد و تصدر عن هيئة معتمدة و مرخص لها من طرف السلطات العمومية المختصة وفق إجراءات قانونية وشروط خاصة، و لا تقتصر الشهادات التي يصدرها مؤدي خدمة التصديق الإلكتروني على توثيق التوقيع بل يمكن أن تصدر شهادات تصديق الكترونية أخرى تثبت كل ما يتعلق بالعقد، و هو ما يعني إضفاء حماية أكبر لعقد المستهلك الإلكتروني، و إعطاء ثقة للمستهلك للتعقد وفق هذا الشكل.

1. التحقق من هوية الشخص الموقع: يتمثل الالتزام الرئيسي لمؤدي خدمة التصديق الإلكتروني في القيام بالتحقق من هوية الشخص الموقع، حيث تقوم بإصدار شهادة توثيقية تفيد التصديق على المحرر الإلكتروني في تعاقد معين تشهد بموجها بصحته و نسبته إلى من صدر عنه²، وهي تؤدي نفس الدور الذي تؤديه البطاقة الشخصية أو جواز السفر من التأكيد على الصلة بين صورة المواطن و شخص صاحب التوقيع الموضوع عليهما.³

2. إثبات مضمون التبادل الإلكتروني: تتولى سلطة التوثيق كذلك التحقق من مضمون التبادل الإلكتروني بين الأطراف، وسلامته وبعده عن الغش والاحتيال، فضلا عن إثبات وجوده، و مضمونه و تجنباً لحدوث أي غش اتجاه المتعاملين بالانترنت، حيث أن جهات التوثيق تقوم بتعقب المواقع التجارية للتحري عن وجودها الفعلي و مصداقيتها فإذا اتضح لها أن تلك المواقع غير حقيقية، أو غير جدية فإنها تقوم بتحذير المتعاملين، و يجوز اللجوء إلى هذه الجهات قبل إبرام العقد للتحقق من أمر الشركة التي سيتم التعاقد معها.⁴

3. إصدار المفاتيح الإلكترونية: وهذه المفاتيح تهدف إلى حماية العقد المبرم بين المستهلك و المتدخل بتقنية التشفير، فيمنع عنه أي تعديل قد يمس بياناته مما يؤدي إلى هدر حقوق أحد الأطراف، كما يحميه من

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 251.

² - بلقاسم حامدي، المرجع السابق، ص 247، نقلا عن سعيد السيد قنديل، التوقيع الإلكتروني، ماهيته، صورته، حجيته في الإثبات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، 2004، ص 90.

³ - وسيمة مصطفى هنشور، المرجع السابق، ص 286.

⁴ - وسيمة مصطفى هنشور، المرجع نفسه، ص 247، نقلا عن إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 2003، ص 1869.

السند الإلكتروني الذي يتضمن المعاملة من التلف و الإلغاء و يتولى مؤدي خدمة التصديق الإلكتروني إصدار المفاتيح الالكترونية، سواء المفتاح الخاص الذي من خلالها يتم تشفير المعاملة الالكترونية، أو المفتاح العام الذي يتم بواسطته فك هذا التشفير، بالتالي تضمن هذه الجهات أن المفتاح العام هو المناظر حيث تتحقق من تطابقه وصلاحيته.¹

الفرع الثاني:

الهيئات و المواقع الإلكترونية للدفاع عن حقوق المستهلك

على غرار باقي الدول حرصت الجزائر في إطار اهتمامها بالمستهلك على إنشاء هيئات إدارية تهدف إلى حماية المستهلك من خلال القيام برقابة المنتوجات المعروضة للاستهلاك من حيث الأسعار و الجودة و النظافة عن طريق أعوانها، كما شجعت على إنشاء جمعيات تهتم بالمستهلك و تقوم كذلك بالرقابة القانونية بطرقها الخاصة و توعية المستهلك بكل ما يتعلق بالاستهلاك، سواء على المستوى المحلي أو الدولي، خاصة و أن عقد الاستهلاك الإلكتروني قد يحمل الطابع الدولي.

أولاً: الهيئات الإدارية المختصة في حماية المستهلك

إن الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم الماسة به، ولأنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القواعد من جهة و من قدرتها على دقة وسلامة التنفيذ حيث تنقل التجريم و العقاب من مجال التشريع إلى الواقع الفعلي الذي يحقق الحماية على أرض الواقع²، ولئن كان لوزارة التجارة الدور الكبير في مجال حماية المستهلك، إلا أن ذلك لا يقتصر عليها وحدها، حيث تشاركها كل الجهات الإدارية ذات العلاقة بحماية المستهلك³، في جميع المجالات و على جميع المستويات من الوزارة إلى البلدية، هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي و العملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وبدون هذه الهيئات تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى و بدون فعالية.⁴

1. دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك:

لا يمكن حصر دور هذه الهيئات في هذا المجال لكنه متعدد بتعدد هذه الهيئات، فكل هيئة و كل إدارة منوطة بالدور الذي حدده لها القانون، بحسب اختصاصها و مستواها الإداري، و عليه سنحاول تحديد هذا الدور بصفة عامة و نرى مدى فعاليته في حماية المستهلك الإلكتروني.

¹ - وسيمة مصطفى هنشور، المرجع السابق، ص 248، نقلا عن إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 2003، ص 1896.

² - سماح سفير الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، جامعة الطاهر مولاي، سعيدة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، 2016-2017، ص 11.

³ - سامي مبروك، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر بباتنة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، 2010-2011، ص 54.

⁴ - سماح سفير، المرجع السابق، ص 11.

أ. حماية المنافسة وقمع الغش: لقد اهتم المشرع بمجال حماية المنافسة التجارية وكذا مكافحة كل أنواع الغش التي قد ترد فيها، من مخالفة التزامات الإعلام والأسعار وغيرها من النشاطات المرتبطة بالتعاملات التجارية، من خلال استصدار مجموعة من التشريعات التي تعنى بهذا الدور وتدعيمها بإنشاء هيئات إدارية خاصة لتنفيذه، و من أمثلة هذه التشريعات القانون 08-04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، و القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و التي تكفل وزارة التجارة وإدارتها الفرعية بتطبيقه عن طريق أعوان المراقبة، و الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة و ما يلعبه مجلس المنافسة من دور المراقبة في هذا المجال، و كل هذا يصب بطريقة غير مباشرة في صالح المستهلك، و في البيئة الإلكترونية تتم مراقبة المواقع الإلكترونية المختصة في التجارة للتأكد من مصداقيتها من خلال حيازتها لشهادة تصديق الكترونية صادرة طبقاً للقانون¹ وتراقبها هيئات إدارية مخصصة لهذا الغرض.

ب. رقابة المنتوجات المعروضة للاستهلاك: لا يكفي أن تتم مراقبة الممارسات التجارية و المواقع الإلكترونية، بل يجب مراقبة المنتجات التي تكون محلاً لهذه الممارسات، و هذا الدور تقوم به هيئات إدارية خاصة من خلال مراقبة جودة هذه المنتجات ومدى مطابقتها للمقاييس القانونية الوطنية و الدولية، و أيضاً مراقبة نظافة و أمن هذه المنتجات لحماية و سلامة المستهلك، و من بين هذه الهيئات: الضبطية القضائية، إدارة مراقبة الجودة و القمع و الغش²، و الهيئات المكلفة بمراقبة المواصفات القياسية، و غيرها من الإدارات.

2. جمعيات و مواقع الكترونية لحماية المستهلك:

إن الحركة الجمعوية بدأت تفرض نفسها كواقع اجتماعي في جل الميادين بهدف الترقية الثقافية، الرياضية، الثقافية، الرياضية، الدينية، التربوية أو الدفاع عن المحيط، و بالتطور الاقتصادي و اتساع مجال الاستهلاك، أصبح المستهلك عرضة لخطورة المنتج و الخدمة المفتقرة لأبسط المواصفات لعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة³، و من هنا ظهر دور الجمعيات الوطنية أو الدولية في حمايته ضد هذا المخاطر وكذلك بعض المواقع المهتمة بشؤونه.

أ- جمعيات حماية المستهلك:

إن جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر تخضع من حيث إنشائها و تنظيمها و سيرها إلى القانون رقم 206-12 المتعلق بالجمعيات الذي بموجبه اعترف المشرع الجزائري بالحق في تأسيس الجمعيات، أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك فقد اعترف المشرع الجزائري بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش في الفصل السابق تحت عنوان " جمعيات

¹ - القانون 04-15 المتعلق بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين.

² - تم إنشاء هذه الإدارة بموجب المرسوم رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش المؤرخ في 30/10/1990.

³ - سامية لموشية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة ضمن مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية و الإدارية، المركز الجامعي بالوادي في 13 و 14 أبريل 2008، ص 281.

حماية المستهلكين "جمعيات حماية المستهلكين" في المواد: 21، 22، 23، 24¹ وقد تأسست جمعيات لهذا الغرض سواء كانت وطنية أو جهوية الجمعية الجزائرية لحماية المستهلك (AAPC) المؤسسة سنة 1988، و كذا جمعية المصلحة و الدفاع عن المستهلك (LDEC) المؤسسة 1989، أما على المستوى الدولي ففي عام 1960 تم عقد المؤتمر التأسيسي للاتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلك (IOCU)، و تم تعديل هذا الاسم في عام 1993 ليصبح المنظمة الدولية للمستهلك (CI)²، و تهتم هذه المنظمة بكل ما يتعلق بالمستهلك و تدعيم حمايته على المستوى الدولي.

ب- دور الجمعيات في حماية المستهلك:

تقوم هذه الجمعيات بعدة مهام سواء كانت وقائية أو ردعية لحماية المستهلك:

- رقابة الجودة والأسعار: من حق الجمعيات متابعة كل ما يتعلق بجودة و أسعار المنتجات، سواء بالزيارات الميدانية أو فور تلقي إخطارات بوجود مخالفات في هذا المجال.
- الإعلام و التحسيس و التوجيه: تعتبر هذه الوظيفة المهمة الأكثر كلاسيكية و التي تتولاها الجمعيات في الوقت الحاضر³، وهو دور وقائي يهدف إلى توعية المستهلك بالمخاطر التي يمكن أن يواجهها عند اقتناء المنتجات، و كذا ترشيد استهلاكه بخصوص بعض المنتجات، و إعلامه بالأسعار الحقيقية لبعض المنتجات.
- الدفاع عن المستهلك أمام القضاء: منح القانون 03-09 في المادة 23 جمعيات حماية المستهلك بالتأسيس كطرف مدني للدفاع عن حقوق المستهلكين الذين تصيبهم أضرار فردية ذات أصل مشترك من نفس المتدخل، و المطالبة بالتعويض لجبر هذا الضرر.
- ج- مواقع خاصة بحماية المستهلك:
على غرار الجمعيات التي تهتم بشؤون المستهلك و حمايته ظهرت عدة مواقع الكترونية تقوم بنفس الدور، خاصة أمام التطور التكنولوجي وإقبال المستهلك على شبكة الانترنت لاقتناء حاجياته، و تقوم هذه المواقع تقريبا بنفس الدور الذي تقوم به الجمعيات، من إعلام و توعية و توجيه، كما قد تلعب دور الوسيط بين المستهلك و المتدخل، و من خلال بحثي على شبكة الانترنت وجدت بعض المواقع المتخصصة في مساعدة المستهلك و الدفاع عنه:⁴
- موقع www.thesqueakywheel.com: الذي يساعد في رد البضائع المعيبة للمنتجين.

¹ - القانون رقم 12-06 المتعلق بتنظيم الجمعيات، المؤرخ في 12/02/2012، ج ر ج عدد 02، الصادرة بتاريخ 15/02/2015.

² - سامية لموشية، المرجع السابق، ص 281.

³ - ساسي مبروك، المرجع السابق، ص 58.

⁴ - تم الاطلاع على هذه المواقع بتاريخ 27/03/2021.

- موقع www.angelfirr.lycos.com: الذي يساعد في حل بعض المشاكل الخاصة بالدفع الإلكتروني، و التقليل من مخاطر الاحتيال و قرصنة بيانات بطاقات الدفع.
- موقع www.consumerworl.org: هو مركز معلومات للمستهلكين يحتوي على أكثر من 2000 موقع معلوماتي و نصائح للمستهلكين.¹
- موقع www.consumersinternational.org: وهو صوت المستهلك العالمي ولديه عضويات من هيئات ومنظمات تسعى لحماية المستهلك على مستوى العالم.²
- الموقع العربي السعودي - جمعية حماية المستهلك- <http://cpa.org.sa>، الذي يهدف إلى توعية المستهلك، وتلقي الشكاوي الخاصة به، ونشر الأنظمة و اللوائح الخاصة بالمستهلك... الخ.

المطلب الثاني:

الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

تعتبر الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من الضمانات الأساسية من أجل انتفاع المستهلك بالمنتج أو الخدمة و الإخلال بهذه الالتزامات يترتب وفقا للقواعد العامة المسؤولية المدنية و بالتالي التعويض (الفرع الأول)، كما أن التعدي على حقوقه يشكل جريمة بكل أركانها ترتب المسؤولية الجزائية على مرتكبها (الفرع الثاني).

الفرع الأول:

الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

بعد تنفيذ العقد فإنه يترتب لكل طرف حقوق و تقابلها التزامات و عليه يتحمل المتدخل مسؤوليته سواء على أساس تعاقدية أو تقصيري، و من حق المستهلك رفع دعوى مدنية جبرا للضرر اللاحق به.

أولا: التزام البائع بنقل الملكية

يعرف الفقه عقد البيع أنه "عقد يلتزم البائع بمقتضاه أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر يقابل ثمن نقدي، أي أن عقد البيع ينشئ التزاما بنقل الملكية في ذمة البائع الذي يلتزم بنقل هذا الحق للغير".

لكن كثيرا ما يكون البائع ملتزما بنقل ملكية الشيء المبيع للمشتري لكن يمكن للبائع أن يحتفظ لنفسه بالملكية بمقتضى شرط في العقد حتى يوفي المشتري بكامل الثمن، و كثيرا ما يأتي النص على هذه الشروط في عقود البيع عبر شبكة الانترنت، و بمجرد انتقال ملكية الشيء المبيع للمشتري يصبح لديه حق

¹- عبيد بن سعد العبدلي، مواقع الكترونية مفيدة لحماية المستهلك <http://dralabdali.com/web-on-consumer-protection>، نشر بتاريخ 2011/12/25، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2021/03/27.

²- عبيد بن سعد العبدلي، المرجع نفسه.

التصرف فيه و يجوز له أن يبيعه أو أن يرهنه، أو أن يرتب عليه أي حق عيني آخر لأي شخص من الأشخاص.¹

ثانيا: التزام البائع بتسليم المبيع

إن التزام البائع بتسليم المبيع من أهم الالتزامات لدرجة أنه يعتبر محور عقد البيع الذي تدور حوله كافة الالتزامات.

لقد نص المشرع الجزائري على الالتزام بالتسليم في المادة 367 من القانون المدني على أنه "يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري، بحيث يتمكن من حيازته و الانتفاع به دون عائق ولو لم يتسلمه تسلما ماديا، ما دام البائع قد أخبره بأنه يستعد لتسليمه بذلك و يحصل التسليم على النحو الذي يتفق مع طبيعة الشيء المبيع".²

يتضح لنا من خلال هذا النص أن التسليم عبارة عن وضع الشيء المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يستطيع حيازته أو الانتفاع به دون أن يعرقل ذلك أي عائق ولو لم يتسلمه ماديا.

يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كانت عليها وقت البيع، فإن موضوع التسليم هو الشيء المبيع و الذي قد يكون سلعة أو خدمة.³

1. التزام البائع بتقديم الخدمة:

هناك العديد من الخدمات التي تقدم عبر شبكة الانترنت كتعاقد المستهلك مع إحدى الشركات لشراء أحد البرامج عالية التقنية، فبإمكان Microsoft المتخصصة في إنتاج البرامج الحديثة كشركة الشركة أن تنفذ التزامها بالتسليم عبر الانترنت ذاتها و يحصل عليها المشتري مباشرة على الخط ثم ينقله على القرص الصلب الخاص به، إضافة إلى تقديم الاستشارات القانونية من قبل المحامي أو الاشتراك في بنوك المعلومات، ويلاحظ أن هذا الالتزام غالبا ما يكون يسيرا لفترة من الزمن، فعقد الاشتراك مثلا في قواعد المعلومات عبر الانترنت لا يمكن تنفيذه في لحظة واحدة بل يكون تنفيذه متتابع على فترات مستمرة قصد الاستعلام لتلقي النصائح الفنية للحصول على أفضل خدمة.⁴

كما يجب على مورد الخدمة تقديم المعلومات صحيحة شاملة مع الحفاظ على سرية مطالب الزبون بشأن الخدمات الموردة له.

2. التزام البائع بتسليم سلعة:

عندما يتعلق الأمر بتسليم سلعة، فالتاجر يلتزم بإرسال السلعة على العنوان الخاص بالمستهلك بواسطة البريد، أو باستخدام أي وسيلة نقل أخرى سواء داخل حدود الدولة أو خارجها.

¹ محمد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص 108.

² أنظر المادة 367 من الأمر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم، مرجع سابق.

³ خليل أحمد حسن قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 121.

⁴ محمد حسن رفاعي العطار، المرجع السابق، ص 110.

لا يكفي أن ينفذ التاجر التزامه بالتسليم وإنما يقع على عاتقه الالتزام بتسليم شيء مطابق لأن المتعاقد عبر الانترنت يقوم بالشراء استنادا إلى عرض أوصاف المبيع، فيترتب للمستهلك حق على البائع أن يسلم المبيع بالحالة والأوصاف التي تم الاتفاق عليها¹.

والمطابقة المطلوبة في هذه الحالة هي مطابقة المنتج المبيع لما سبق للتاجر أن عرضه على شبكة الانترنت و تتحقق هذه المطابقة بمماثلة السلعة المعروض عنها على شاشة الانترنت للسلعة المباعة في النوعية، والخصائص، والصفات والجودة، وكل ما تضمنه الإيجاب السابق صدوره من التاجر وبذلك يكون البائع ضامن مطابقة السلعة للشروط والمواصفات المحددة في العقد.

وتكون نفقات تسليم المبيع على البائع في الأصل إلا إذا اتفق الطرفان على خلاف ذلك، فإذا أخل البائع بالتزامه بتسليم المبيع وفقا لما اتفق عليه يجوز للمشتري أن يطلب فسخ البيع مع التعويض عن الضرر الذي لحقه جراء ذلك، كما يستطيع أن يطالب البائع بالتنفيذ العيني والذي يثير بدوره صعوبات كبيرة كون المتعاقدين عادة ما تفصل بينهما مسافات بعيدة².

ثالثا: التزام البائع بضمان التعرض والاستحقاق

يستفيد المشتري الذي يتعاقد عبر الانترنت مما هو مقرر بشأن البيع عموما حيث يلتزم البائع بالسماح للمشتري من الانتفاع بالمبيع فلا يتعرض له شخصيا ولا يسمح للغير بالتعرض له أيضا.

تطرق المشرع الجزائري إلى ضمان التعرض والاستحقاق في المادة 371 من القانون المدني وتنص على أنه "يضمن البائع عدم التعرض للمشتري في الانتفاع بالمبيع كله أو بعضه، سواء كان التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري، ويكون البائع مطالباً بالضمان ولو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع وقد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه³."

يلتزم البائع بضمان كل فعل صادر منه أو من غيره ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو جزء منه، ويجب أن نميز بين ضمان التعرض الشخصي و ضمان التعرض الصادر من الغير.

1. ضمان التعرض الشخصي:

ضمان التعرض الشخصي هو كل تصرف قانوني يشمل ضمان البائع بعدم التعرض الشخصي للمشتري ويمكن أن يكون التعرض مادي في حالة قيام البائع بأي فعل يؤدي إلى الحيلولة دون انتفاع المشتري بالمبيع ويحق للمشتري في هذه الحالة رفع دعوى على أساس الإخلال بالالتزام العقدي المتمثل في الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق، أما بالنسبة للتعرض القانوني فهو يتمثل في ادعاء البائع أن له حق مواجهة المشتري⁴.

¹ - محمد حسن الرفاعي العطار، المرجع السابق، ص 111.

² - برني نذير، العقد الإلكتروني على ضوء القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة 14، 2004/2003، ص 39.

³ - أنظر المادة 371 من الأمر رقم 58-75، المتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم، المرجع السابق.

⁴ - حسين محمد، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص 126-127.

و إذا كان ضمان التعرض يجد مجالاً لتطبيقه في مجال المعاملات الإلكترونية الحديثة إلا أن بعض الفقه يرى أنه من الصعب تصور التعرض الصادر من البائع نفسه في التعامل عبر شبكة الانترنت لأن التاجر يحرص على سمعته و كسب ثقة العملاء، و للتعرض الصادر من البائع عن الشبكة عدة صور منها:

قيام مصمم برنامج الكمبيوتر المتعاقد على شرائه بإتلافه بعد تمام عملية البيع من خلال فيروس معين قام المصمم بزعه داخل البرنامج المبيع، أو كقيام المهني المتعهد بتوريد خدمات معينة كخدمة الإشراك في النت على سبيل المثال لأحد العملاء بسعر معين ثم يقوم بالتعاقد مع عميل آخر ينافس الأول على إمداده بنفس الشيء بسعر منخفض و بجودة أعلى مما يضر الأول.

و التعرض الصادر من البائع يستوي أن يكون مبنياً على سبب قانوني أو أن يكون التعرض مادياً.¹

2. ضمان عدم التعرض الصادر من الغير:

يلتزم البائع أن يدفع عن المشتري التعرض الصادر من الغير متى كان هذا التعرض مستنداً إلى حق ثابت للغير وقت البيع أو آل إلى الغير بعد البيع من البائع نفسه، و لا يلتزم البائع بأن يدفع التعرض إلا إذا كان قانونياً، و يشمل ضمان التعرض الصادر من الغير التزامين على عاتق البائع الأول هو التزامه بدفع تعرض الغير، الثاني هو التزامه بتعويض المشتري إذا ما أثبت الغير ما يدعيه من حق و هذا ما يسمى بضمان الاستحقاق.²

ومن أمثلة التعرض الصادر من الغير الذي يدعي أنه وكيل إحدى الشركات المعروفة و يعلن عبر الشبكة استعداده لبيع منتجات تلك الشركة للعملاء ثم يتضح عدم أحقيته في ذلك.

و في حالة حصول التعرض الصادر من الغير يلتزم البائع بضمان هذا التعرض حيث يكون ملتزماً بدفع ذلك التعرض، و في هذه الحالة يصبح البائع منفذاً لالتزامه تنفيذاً عينياً.³

رابعاً: ضمان العيوب الخفية

يعد الالتزام بضمان العيوب الخفية من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق البائع فالمستهلك الذي يتعاقد الكترونياً مع المزود من أجل شراء المنتج يفترض أنه خال من العيوب و صالح للغرض الذي اشتراه من أجله، على نحو يمكنه من الانتفاع به على الوجه الذي يحقق الغاية المقصودة منه حيث لو كان يعلم أن المبيع به عيوب تنقص من الانتفاع به لما أقدم على شرائه، فضمان العيوب الخفية يعد وسيلة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم مبيع مطابق للمواصفات التي تم الاتفاق عليها و التي تستلزمها الأعراف و طبيعة التعامل.

¹ - محمد حسن رفاعي العطار، المرجع السابق، ص 125.

² - مرقص سليمان، شرح القانون المدني (العقود المسماة: عقد البيع)، الطبعة الرابعة، عالم الكتب، مصر، 1980، ص 372.

³ - عمر خالد رزيقات، المرجع السابق، ص 334.

الفرع الثاني:

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

أصبح العديد من المستهلكين و المؤسسات التجارية عرضة للمخاطر خاصة في نطاق المعاملات الإلكترونية بسبب انعدام معاينة السلعة، وهذا ما أدى إلى حرص التشريعات على حماية المستهلك بتجريم بعض الأفعال التي تشكل اعتداء عليه، من بينها الغش التجاري و الصناعي و جريمة الاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية.

وستتناول في هذا الفرع أركان الجريمة الإلكترونية الواقعة على المستهلك (أولاً)، ثم صور الحماية الجزائية (ثانياً)، وأخيراً نتطرق إلى المسؤولية الجزائية في الجرائم الماسة بالمستهلك (ثالثاً).

أولاً: أركان الجريمة الإلكترونية الماسة بالمستهلك

الجريمة الإلكترونية هي جريمة تتم بين طرفي العقد أي بين الجاني و المستهلك باستخدام شبكة المعلوماتية و كثيراً ما يكون مصدرها التاجر حيث يتسم سلوكه بالغش و التحايل، وما تتميز به الجرائم الإلكترونية عن الجرائم العادية هو أن في الأولى لا يكون فيها الالتقاء المادي بين الطرفين و تتميز أيضاً بتقنيات عالية.

1. الركن المادي في الجريمة الإلكترونية:

قد يكون الإنسان ضحية لبعض الجرائم كالفساد أو بيع مواد مغشوشة فالركن المادي هو أي فعل أو سلوك محظور صادر من الإنسان يمكن أن يسبب ضرر و يجب أن تكون علاقة سببية بين الفعل و النتيجة، هنا يتشكل الركن المادي للجريمة الإلكترونية كالشخص الذي يشتري برامج الاختراق لاستعمالها في سرقة رقم البطاقة الائتمانية عبر الانترنت و الركن و يمكن أن يتوفر في حالة البيع الإلكتروني كغش التاجر في عرضه لسلع غير صالحة للاستهلاك.¹

2. الركن المعنوي في الجريمة الإلكترونية:

الركن المعنوي هو نية الفاعل و إرادته المتجهة إلى تحقيق جريمة يعاقب عليها القانون مع علمه بأنه عمل غير مشروع، كتقليد العلامات التجارية بهدف تضليل المستهلك، فالمهني من الصعب أن يكون جاهلاً لعيوب مبيعه فيما يخص البيوع التي تتم عبر الانترنت.

فأساس الركن المعنوي للجريمة الإلكترونية هو إرادة الجاني، فالأصل في جميع الجرائم أنها تقع عمدية.²

ثانياً: صور الحماية الجزائية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني

تلعب شبكة الانترنت دوراً كبيراً من حيث الانتشار و الدعاية و التأثير على المستهلك الذي يكون ضحية للعديد من الجرائم المرتكبة ضده و التي تزداد كل مرة كجرائم الغش و الاحتيال و الخداع.

¹ - عبد الله ذيب عبد الله، المرجع السابق، ص 95.

² - أوثن حنان، المرجع السابق، ص 15.

1. الحماية الجزائية ضد الغش التجاري والصناعي:

يعرف بعض الفقه الغش بأنه "كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة، و يكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فوائدها أو ثمنها بشرط عدم علم المتعاقد الآخر".

ويعرفه البعض الآخر بأنه "كل تعبير أو تعديل يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع و يكون من شأن ذلك النيب من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكلا أو مظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة، وذلك بقصد الاستفاضة من الخواص المسلوقة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن".¹

وقد جرم المشرع الجزائري الغش لما ينطوي عليه من خداع و تظليل يهز الثقة و الائتمان اللذان هما ركيزة المعاملات التجارية.

و تعرف المادة 924 من قانون العقوبات الغش بأنه "خداع أو محاولة خداع أحد المتعاقدين للمتعاقد الآخر سواء تعلق الأمر بالبضاعة أو طبيعتها أو نوعها... الخ مما يتعلق بالسلعة موضوع التعامل".² كما أورد المشرع الجزائري في المادة 467 من قانون العقوبات على أن الغش هو "كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة أو خواص أو فائدة المواد التي تدخل عليها فعل الفاعل".³

و تنص أيضا المادة 31 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه " يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع بأية طريقة أو وسيلة كانت حول كمية المنتجات المسلمة أو تسليم منتوجات غير تلك المتفق عليها، أو خداع المستهلك حول قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدة صلاحيته، النتائج المنتظرة منه، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج".⁴

وجريمة الغش لها ركنان، ركن مادي و آخر معنوي يتحقق الركن المادي بأي فعل من الأفعال الآتية:

- الغش أو الشروع فيه، وكذلك بالفساد الذي يطرأ على المادة.
- العرض أو الطرح للبيع أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.
- الطرح للبيع أو العرض لذات الغرض أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.
- التحريض على استعمال هذه المواد في الغش.⁵

¹ - مامش نادية، مسؤولية المنتج (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال،

كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 98.

² - أنظر المادة 429 من الأمر رقم 66-156 يتضمن قانون العقوبات معدل و متمم، المرجع السابق.

³ - أنظر المادة 431 من الأمر رقم 66-156، المرجع نفسه.

⁴ - أنظر المادة 68 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المرجع السابق.

⁵ - عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، المرجع السابق، ص 59.

كما يتحقق الركن المعنوي بتوافر نية الغش وهي انصراف إرادة الفاعل لتحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها في الواقع، و يجب توفر نية الغش وقت وقوع الفعل لأن جريمة الغش جريمة عمدية فيجب أن يكون المني عالما بأن المواد المعروضة للبيع مغشوشة، أما إذا أصابها ضرر بسبب عوامل خارجة عن إرادته فهنا لا يعاقب على الغش بل يسأل على إهماله لحيازة المواد المغشوشة.¹

2. الحماية الجزائية ضد جريمة الاحتيال في التعاقد الإلكتروني:

جريمة الاحتيال كثيرا ما تحدث في عقود التجارة الإلكترونية عندما تكون نية المزود الترويج لمنتجاته فيلجأ للدعايات المظلمة لخداع المستهلك.

تقع عبر الانترنت جرائم الاحتيال و النصب و من بين الطرق الاحتمالية فيما صورة الدعاية المظلمة لمزايا السلعة و الفوائد المرجوة من ورائها بحيث تؤدي للاستياء على نقود المستهلك و خداعه، كلجوء شركات صناعة الألبان إلى دعاية عبر الانترنت تفيد أن منتجاتها هي البديل الكامل للبن الأمن، رغم أن الثابت لدى منظمة الصحة العالمية أن الملايين من الأطفال خاصة في دول العالم الثالث يموتون سنويا قبل السنة الأولى من أعمارهم من التغذية على الألبان الصناعية.²

و أما التقدم التكنولوجي ووسائل الاتصال الحديثة و انتشار العديد من المواقع في الفترة الأخيرة، وكثرة التقنيات و الأساليب التي يمكن استعمالها في هذه الجرائم، لا يكفي لاقتحام هذه الجرائم إلا التزود بالمعرفة اللازمة لهذا الاستعمال، كاختراق الأجهزة الشخصية أو انتحال الجاني شخصية المواقع و كأنه صاحب الموقع الحقيقي حيث يستطيع مراقبة ما يدور بين الضحية أي يستعمل الموقع نفسه، كما بإمكانه سرقة هذه المعلومات أو تغييرها، كما أنه بإمكان الفاعل انتحال شخصية شخص آخر كالاسم و العنوان و رقم الهوية مثلا للاستفادة من سمعته أو ماله، و يمكن أن تؤدي هذه الجريمة إلى إفراغ رصيد الضحية.³

و المشرع الجزائري يسعى إلى توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية و أساليب المعالجة الآلية للمعطيات و ذلك لمواجهة بعض أشكال الإجراء الجديدة، وقد نص في قانون العقوبات في القسم السابع تحت عنوان "المسام بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات" على عدة جرائم كسرقة البيانات و برامج الحاسب الآلي و هذا سواء بالاطلاع غير المشروع عليها أو نقلها و الاستلاء عليها، إضافة إلى الدخول أو البقاء المؤدي إلى تخريب نظام اشتغال المنظومة أو إدخال أو إزالة أو تعديل معطيات بطريق الغش في نظام المعالجة الآلية و ذلك في المواد 394 مكرر و 394 مكرر 1.⁴

¹ - أومدو أسماء، منديل نصيرة، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستري في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2012/2011، ص 87.

² - أوثن حنان، المرجع السابق، ص 16.

³ - محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في القانون الجزائري و المقارن، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص 62.

⁴ - أنظر المواد 394 مكرر، 394 مكرر 01 من الأمر 66-156 يتضمن قانون العقوبات، معدل و متمم، المرجع السابق.

ثالثا: المسؤولية الجزائية في الجرائم المرتكبة ضد المستهلك

لقد كرس قانون العقوبات الجزائري حماية جزائية خاصة للمستهلك، لأنه بصفة عامة يهدف إلى حماية المصالح الجوهرية التي يقوم عليها بنيان المجتمع وصياغتها في صورة قواعد أمرت يترتب على مخالفتها توقيع الجزاء الرادع، وتزداد أهمية هذه القواعد بانتشار جرائم تمس بأمن المستهلك وصحته. فيجب حماية المستهلك من الخدمات و المنتجات المضرة به فالمستهلك لا يمكنه الاستغناء عما يعرض أمامه، لكن كثرة الدعاية و ازدياد أنواع البضائع تجعله ضحية للمخاطر التي تنتج عنها من فساد وغش.

هذا ما دفع بالمشرع للتدخل بتقرير الحماية الجزائية التي تعتبر أهم حماية يتلقاها المستهلك، و هذا ما بينه في المادة 432 من قانون العقوبات التي تنص على أنه "يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 100.000 دينار جزائري كل من:

- يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبيعية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسومة.
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبيعية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت"¹

و إذا أدى الغش إلى الإضرار بالصحة كإحداث مرض أو عجز في العمل، يعاقب الفاعل سواء عارض السلعة أو بائعها وهو عالم بحال السلعة بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 1.000.000 دينار جزائري.

أما إذا تسببت المادة المغشوشة أو الفاسدة في مرض غير قابل للشفاء أو أدت إلى عاهة مستديمة للمستهلك، فيعاقب المنتج بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة و غرامة تتراوح بين 01 مليون و 02 مليون دينار جزائري، ويمكن أن تصل العقوبة إلى السجن المؤبد في حالة وفاة مستهلك السلعة الفاسدة. و المشرع الجزائري في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش تحديدا في المادة 71 تنص على إلزامية سلامة المواد الغذائية المنصوص عليها في المادتين 04 و 05 من القانون ذاته حيث تنص على غرامة مالية تتراوح ما بين 200.000 دج و 500.000 دج، في حالة عدم سلامة المنتجات الغذائية لأن ذلك خطر على صحة وأمن المستهلك.

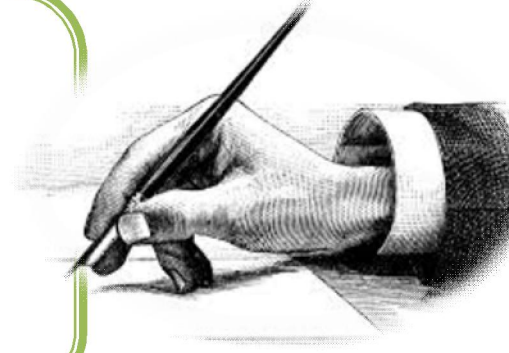
¹ - أنظر المادة 432 من الأمر رقم 156-66 يتضمن قانون العقوبات معدل و متمم، المرجع السابق.

خلاصة الفصل الأول:

إذا كانت المعاملات الإلكترونية التي تنشأ بين المهني والمستهلك في صورها المختلفة سواء التقليدية أو الإلكترونية ما هي إلا انعكاس لآليات الإنتاج والتوزيع الاقتصادي فهي تعتبر برهانا لمقتضيات الحياة الاقتصادية والاجتماعية القائمة ومدى تأثيرها بالتقنيات السائدة في محيطها، فلا شك أن تتبع حركة القانون وتطوره يؤكد حقيقة ارتباطه الوثيق بالمستجدات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية في المجتمع . لذا كان لا بد من أن يستجيب القانون لكل مقتضى أو تطور اقتصادي أو تكنولوجي باعتباره أداة للتقدم والرقى، فحماية المستهلك أمر ضروري كونه الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية وفي مواجهة الميبي الطرف المحترف.

الفصل الثاني

حماية المستهلك الإلكتروني
من الخداع



تمهيد:

يترتب على إبرام العقد نشوء التزامات متبادلة بين طرفي عقد الاستهلاك الإلكتروني ومنها وفاء المستهلك بثمان السلعة أو الخدمة، والتزام التاجر بتسليم الشيء المبيع أو أداء الخدمة محل التعاقد. وباعتبار عقود التجارة الإلكترونية تبرم في بيئة إلكترونية، فإنّ طريقة تنفيذ الالتزامات قد تختلف، حيث قد يتم وفاء المستهلك بثمان السلعة أو الخدمة من خلال طرق إلكترونية، أو ما يعبر عنه بالوفاء الإلكتروني أو الدفع الإلكتروني غير أن هذا الأسلوب في تسديد الثمن إلكترونيا رغم أنّه يسهّل التعامل ويرفع من نسبته بين المتدخلين في ميدان التجارة الإلكترونية، إلا أنّه قد يكون محفوفاً ببعض المخاطر من غش وخداع، ذلك ما يحتم مواجهة تلك المخاطر وإيجاد حلول ناجعة لها بما يوفر الحماية للمستهلك. كما أنّ التطور العلمي والتكنولوجي في شتى المجالات منها الصناعية والاقتصادية، أدى إلى ظهور منتجات وسلع تتميز بالطابع الفني المعقد من حيث التصنيع وطريقة استعمالها، وحماية للمستهلك يتعين على التاجر تسليمه سلع مطابقة للمواصفات الأصلية وخالية من العيوب الخفية التي قد تعيق حسن استعمالها أو تضرر السلامة الشخصية للمستهلك.

المبحث الأول :

ماهية جريمة خداع المستهلك الإلكتروني وأركانها

صاحب التطور العلمي والتكنولوجي في وسائل إنتاج وتوزيع السلع والخدمات تنوع أساليب غش وخداع المستهلك خاصة في ظل التعامل عبر الانترنت ، أين يقدم المحترف بعض المنتوجات عن بعد دون إمكانية معاينتها من قبل المستهلك، مما لا يسمح له باكتشاف طبيعتها المغشوشة، وفي بعض الأحيان يمكن أن يكون المستهلك الإلكتروني ضحية خداع أين يقبل على منتوجات غير مطابقة لحقيقتها أو غير موجودة أصلا، مما يشكل خطورة الاستهلاك الإلكتروني. ويتعرض المستهلك الإلكتروني للعديد من أساليب الغش والخداع الأمر الذي يستوجب تكريس آليات فعالة من أجل مواجهة جريمة غش وخداع المستهلك الإلكتروني.

المطلب الأول:

مفهوم جريمة خداع المستهلك الإلكتروني وصورها

تتنوع أساليب غش كخداع المستهلك سواء في العال المادي أو الإلكتروني، حيث يعتمد عليها المحترف في تحقيق الربح السريع كالكسب غير المشروع، إذ يستغل خبراته الفنية كالتقنية في أداء جرمي غش كخداع المستهلك الإلكتروني ، واللذان يرتبط قيامهما بتحقق ركنيهما المادي والمعنوي

الفرع الأول:

تعريف جريمة خداع المستهلك الإلكتروني

أ- تعريف الغش:

يعرف الغش على أنه: " كل لجوء إلى التلاعب والمعالجة غير المشروعة، التي لا تتفق مع التنظيم ، وتؤدي إلى التحريف في التركيب المادي للمنتوج، ويتخذ النشاط المادي للغش إما شكل الإضافة ، أو الإنقاص أو الاستعاضة أو التحريف"¹.

ويعرف كذلك على أنه: " كل فعل عمدي ينصب على سلعة معينة بشكل يخالف القواعد المقررة لها وأصول الصناعة، ومن شأن هذه المخالفة انتقاصه من خواص البضاعة أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكل ومظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة"².

ب- تعريف جريمة الخداع:

جريمة الخداع تتمثل في: " استعمال حيلة توقع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد"³ وتعرف كذلك: " القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على حقيقته أو إلباسه مظهرا يخالف ما هو عليه في الحقيقة"⁴

¹ - سي يوسف زاهية حورية، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، عدد01، 2007، ص20.

² - محمد بودالي، الحماية القانونية للمستهلك في الجزائر، ص 317.

³ - سي يوسف زاهية حورية، المرجع السابق، ص29.

⁴ - استعمل المشرع لفظ الغش في المادة 83 من القانون رقم 03-09 المعدل بقانون رقم 18 - 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

تتقارب جريمة الخداع التجاري إلى التدليس المعروف في القانون المدني إلا أن الأولى تقع بعد تكوين العقد، على خلاف الثاني الذي يصيب الإرادة عند تكوين العقد ، فجريمة الخداع أوسع من التدليس في ظل أحكام القانون المدني، حيث يقوم التدليس المدني بمجرد الكتمان أو عدم إظهار ما يشوب الشيء من عيوب حتى يقع المشتري في الغلط أما الخداع بالمفهوم التجاري يتطلب قيام المحترف بفعل خارجي من أجل إيهام الجمهور بصفات غير حقيقية في المنتج.

يعرف الغش والخداع الإلكترونيان على أنها: " كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات" ، فيشمل غش وخداع المستهلك الإلكتروني في كل تصرف يصدر من شخص محترف، يهدف من خلاله إظهار الشيء محل التعاقد على غير حقيقته، مما يوقع مقتني المنتج في غلط من أجل الحصول على مصلحة غير مشروعة".

نظم المشرع الجزائري جريمة الغش في المادة 431 ت.ع ، أين نص على حظر مجموعة من الأفعال التي تتضمن غش مواد استهلاكية صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوان أو مواد طبية أو فلاحية مخصصة للاستهلاك، مما يتوافق مع حكم المادة 70 من قانون رقم 09-03 المعدل بقانون رقم 18 - 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي استعمل فيها المشرع لفظ " التزوير" من أجل التعبير عن الغش.¹

أما الخداع فلم يقدم المشرع الجزائري تعريفا له، أين اكتفى في المادة 429 ت.ع بتعداد طرق ووسائل تحقق خداع المتعاقد بصفة عامة، حيث تشكل الأفعال الإيجابية المكونة لجريمة الغش خداعا للمستهلك، أين عدد المجالات التي تنصب عليها جريمة الخداع.

الفرع الثاني :

صور الخداع عبر الانترنت

تباين صور الخداع التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني عبر الانترنت إذ يمكن أن يكون ضحية تطبيق صور الخداع التقليدية عبر الانترنت ، كما يمكن أن ضحية الخداع ينحصر وروده في العالم الإلكتروني.

1- تطبيق صور الخداع التقليدية عبر الانترنت:

تتعدد صور الغش والخداع في العالم المادي ، إلا أنها يمكن تقييمها وتقديمها .

أ- الخداع الذي ينصب على بيانات المنتج وخصائصه:

يعتبر خداعا تجاريا، عرض المحترف الإلكتروني لمنتجات أو بيعها عبر الانترنت ، مع تعمد تغيير البيانات التي تتعلق بطبيعتها ، كإحداث تغيير في المعلومات التي تتعلق بطبيعة السلعة أو كميتها ، مما يتسبب في انتفاء الصفات أو الخصائص الجوهرية للمنتج.²

¹ - مي يوسف زاهية حورية، المرجع السابق، ص ص 29-30.

² - المواد 68، 69، 83، 70 ، من قانون رقم 09-03 المعدل بقانون رقم 18 - 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ب- الخداع من خلال تقليد المنتوجات:

يتعمد بعض المحترفين القيام بعرض وبيع منتوجات للمستهلك الإلكتروني غير أصلية ، بحيث يتم تقليد ووضع علامة تجارية مشابهة لعلامة تجارية أخرى مشهورة، أو عرض سلعة في نموذج أو تصميم مشابهة لنماذج أو تصاميم لسلع أخرى،¹ بهدف تضليل المستهلك ودفعه للتعاقد واقتناء المنتج المقلد ودفع ثمنه على أساس أنه منتج أصلي يستجيب للمعايير والمقاييس المعمول بها ، خاصة أن الثقافة الاستهلاكي تدفع الأشخاص على الاقبال على بعض المنتوجات المعروفة بالجودة، الشيء الذي يقوم باستغلاله بعض المحترفين الإلكترونيين من خلال العرض عبر مواقعهم التجارية الإلكترونية للمنتوجات المقلدة.

تعتبر المصنفات الرقمية أكثر المنتوجات عرضة للتقليد عبر الانترنت، وذلك راجع للانتشار الواسع وسهولة النشر الإلكتروني الذي يعتمد على دعائم الكترونية ورقمية يسهل تداولها وإعادة نسخها ، لذلك غالبا ما يتم تقليد برامج الحاسوب وقواعد البيانات إلى جانب المصنفات الفكرية التي تم رقمتها عبر الانترنت على غرار الكتب والأغاني.²

2- تطبيق صور خداع المستهلك الإلكتروني المستحدثة عبر الانترنت:

تعتبر البيئة الإلكترونية فضاء خصبا للإجرام، أين أفرزت ما يدعى بالجريمة الإلكترونية، التي قد تكون الأجهزة الإلكترونية والمعلومات المتداولة عبر الانترنت محلها، على غرار الدخول غير المصرح به للمواقع الإلكترونية الرسمية واتلاف البيانات المخزنة في النظم الرقمية، كما يمكن أن تكون هذه الأجهزة الإلكترونية أو المعلومات الرقمية المتداولة عبر الانترنت وسائل ارتكاب هذه الجريمة كالاختيال والنصب عبر الانترنت التي تعتبر من قبيل الجرائم الاقتصادية الحديثة، أين يعتبر الخداع التجاري أهم أشكال هذه الجريمة لكونه يرتبط بالمال والاقتصاد ، ويشكل عثرة أمام التجارة الإلكترونية بصفة عامة والاستهلاك الإلكتروني بصفة خاصة.

يتخذ الخداع في إطار التجارة الإلكترونية العديد من الأشكال في ظل البعد التعاقدية واعتماد الوسائل الإلكترونية في التعاقد عن بعد ، مما يعزز وقوع المستهلك الإلكتروني ضحية الخداع ، إذ لا يمكن معاينة المنتج، ولا الاعتماد على سيمات ومظاهر الشخص في تحديد مدى مصداقيته في التعاقد، على غرار تعابير الوجه ونبرة الصوت، فالمستهلك الإلكتروني يسعى لتلبية احتياجاته الاستهلاكية عن بعد في بيئة إلكترونية رقمية وافترضية، أين يجهل حقيقة الشخص المحترف الإلكتروني الذي يتعامل معه، وطبيعة المنتج الذي يتم عرضه عبر الانترنت، ورغم ذلك فالمستهلك الإلكتروني يقدم كافة معلوماته الشخصية والمالية، مما يساهم في سهولة وانتشار ظاهرة الخداع عبر الانترنت.

¹ - الجريدي جمال زكي اسماعيل، المسؤولية المدنية الناشئة عن سلع المقلدة عبر الانترنت، -دراسة مقارنة- بين الفقه الاسلامي والفقه القانوني ، مكتبة الوفاء القانونية الاسكندرية، 2011، ص ص 122-124.

² - المرجع نفسه ، ص ص 126-129.

يستعين المحترف الإلكتروني في نشاطه المهني بتكنولوجيا الاتصال والتي قد يستغلها في خداع المستهلك الإلكتروني، من خلال التلاعب في المواقع الإلكترونية التي يتم فيها عرض منتج مغشوش أو لا يجوز التعامل فيه أصلاً عن بعد، وذلك بإنشاء مواقع رقمية احتيالية تتضمن بيانات مزورة، وتفاصيل غير مطابقة للحقيقة، سواء المتعلقة بشخص المحترف أو نشاطه التجاري أو المتعلقة بالمنتج ذاته أو خاصية من خصائصه ليقوم المحترف صاحب العنوان الإلكتروني بتعديل تلك التفاصيل دون ترك أثر، أو غلق الموقع الإلكتروني المستعمل في الاحتيال بمجرد التوصل إلى تحقيق غايته الإجرامية، وإن تعمد ترك الموقع الإلكتروني وكافة ما يحتويه من معلومات فلا جدوى من متابعة صاحب الموقع، الذي يلجأ لوسطاء تقنيين في بقع مختلفة من أرض المعمورة، مما يصعب من تطبيق العقوبات عليه والوسطاء التقنيين المساعدين له.

يمكن أن يتعرض المستهلك الإلكتروني للخداع أثناء تنفيذ عقد الاستهلاك من خلال امتناع المحترف الإلكتروني عن تسليم المنتج، أو تسليم منتج غير مطابق للإعلان التجاري إلى جانب إمكانية تعرض المستهلك الإلكتروني للاحتيال والنصب فيما يخص حسابته البنكية.

المطلب الثاني:

أركان جريمة خداع المستهلك الإلكتروني

يتطلب قيام جريمة خداع المستهلك الإلكتروني تحقق الركن المادي والركن المعنوي.

الفرع الأول:

الركن المادي

يتحقق الركن المادي لجريمة خداع المستهلك بخداع أو محاولة خداع المستهلك المتعاقد ، في البيانات المتعلقة بالسلعة كطبيعة أو صفات (الجوهرية) أو في التركيب ، نوع ومصدر أو كمية السلعة. وسع المشرع الجزائري من حماية المستهلك وفقاً لحكم نص المادة 68 من القانون رقم 03-09 المعدل بقانون رقم 18 - 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فلا تقتصر واقعة الخداع على السلع وإنما على المنتج بصفة عامة- أي كل من السلع والخدمات- ، فيتم ارتكاب جريمة الخداع¹ بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزودة أو غير مطابقة، أو من خلال استعمال وسائل ترمي إلى التغليف في عمليات التحليل، أو المقدار، أو الوزن ، أو الكيل ، أو التغيير عن طريق الغش ، في تركيب أو وزن أو حجم المنتج ، الذي يتم عرضه إلكترونياً عبر الانترنت.

الفرع الثاني:

الركن المعنوي

يرتبط قيام جريمة خداع المستهلك الإلكتروني بتحقيق القصد الجنائي للمحترف المتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك الساعي لخداع المستهلك وذلك من خلال العلم وانصراف إرادته إلى

¹ - المادة 68 من القانون رقم 03-09 المعدل بقانون رقم 18 - 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، والمادة 40 من ق.ع.ج.

الاتيان بواقعة التعدي مستعينا في ذلك الوسائل الالكترونية، فاركن المعنوي يتمثل في علاقة نفسية بين السلوك الاجرامي ونتائجه بين الفاعل الذي يأتي هذا السلوك.¹

المبحث الثاني:

حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني.

يعتبر دفع الثمن، وهو المقابل المالي للحصول على السلعة أو الخدمة محل التعاقد، التزاما أساسيا وجوهريا يقع في ذمة المستهلك المشتري، ونظار إلى أنّ التعاقد في إطار التجارة الإلكترونية يتم من خلال البيئة الإلكترونية، فمن الطبيعي أن يتم سداد المقابل إلكترونيا كذلك، كما يمكن أن يكون بالأساليب التقليدية، غير أنّ الذي يهمننا هنا هو الوفاء الإلكتروني.

وقد تطورت وسائل الدفع الإلكتروني لتساير طبيعة المعاملات التجارية الإلكترونية، غير أنّه ورغم ما تحقّقه وسائل الدفع الحديثة من تسيير و انسيابية في التعامل بين التجار والمستهلكين إلا أنّها تؤدي إلى بعض المخاطر من بينها الغش والخداع الأمر الذي يستدعي توفير وسائل لضمان حماية مصالح المستهلك.

المطلب الأول:

الوفاء الإلكتروني وطبيعته القانونية ووسائله.

لقد سبقت الإشارة إلى إمكانية الوفاء بالثمن في ميدان التجارة الإلكترونية بالأساليب التقليدية المعروفة كالحوالة البريدية، أو الشيك الورقي، أو السفتجة، أو تسليمه ماديا للبائع، إلا أنّنا سنركّز في البحث عن تعريف الوفاء الإلكتروني وطبيعته الإلكترونية، ولأنّ الوفاء الإلكتروني في التجارة الإلكترونية يتم عن طريق وسائل الأداء المالي والتي تتم بالأساليب الإلكترونية، فمن المهم التطرق إلى تحديد وسائل الوفاء الإلكترونية.

الفرع الأول:

تعريف الوفاء الإلكتروني وطبيعته القانونية.

سنوضح بداية تعريف الوفاء الإلكتروني، ثم نتعرض إلى تحديد طبيعته القانونية.

1-تعريف الوفاء الإلكتروني : لقد أصدرت لجنة الاتحاد الأوروبي بتاريخ 02 ديسمبر 1987 توصية سميت بالقواعد الأوروبية للتعامل السليم في مجال الوفاء الإلكتروني، ووفقا لهذه التوصية يقصد بالوفاء الإلكتروني "كل عملية وفاء تتم بواسطة بطاقة ذات أشرطة أو تلك التي تحتوي على دوائر إلكترونية p ، ممغنطة لدى جميع شبكات الوفاء المزودة بآلات الوفاء الحديثة منفذة، يلاحظ على التعريف المذكور أنّه ركّز على الوفاء الإلكتروني (T.P.E) ،" (T.P.V) باستخدام البطاقات رغم وجود طرق أخرى للوفاء الإلكتروني، ربما ذلك راجع إلى أنّ هذه التوصية صدرت سنة 1987 ، أي قبل ظهور طرق وصور الوفاء الإلكتروني الأخرى.²

¹ - مترجي رامي زكريا رمزي، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الفلسطيني - دراسة مقارنة بالشريعة الاسلامي-، مذكرة ماجستير ، تخصص قانون عام كلية الشريعة والقانون ، الجامعة الاسلامية، غزة ، 2017 ، ص 27.

² - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012، ص 551.

كما عرف مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري الوفاء الإلكتروني بأنه: "وفاء بالتزام نقدي بوسيلة إلكترونية كالشيكات والكمبيالات الإلكترونية وبطاقات الدفع المغنطة .وغيرها"¹ وعليه يستنتج أنّ الوسائل المذكورة جاءت على سبيل المثال لا الحصر، بحيث يمكن ضم وسائل أخرى مستقبلاً وهو موقف محمود على غرار عدم حصر الوسائل الإلكترونية لإبرام عقود التجارة الإلكترونية، في وسيلة واحدة، لاعتبارات التطور المتسارع والمستمر في التكنولوجيا وشبكات الاتصال. أمّا فقهيًا فقد عُرف الوفاء بأنه: "دفع مبلغ نقدي بواسطة المدين، ويتفق الوفاء الإلكتروني مع هذا التعريف إلى حد أقصى من السرعة"، كما عُرف الوفاء الإلكتروني بأنه:² "تصرف يكون الهدف من ورائه تسوية دين ثبت في ذمة شخص ما لصالح شخص آخر، كنتيجة لوجود معاملة تجارية تجري بينهما عبر شبكة المعلومات الدولية، وذلك إمّا باستخدام وسائل دفع موجودة أو معروفة سلفاً وتم تطويرها لتتوافق وحاجات التجارة الإلكترونية، وإمّا بالرجوع إلى وسائل الدفع المستحدثة"³. كما يعني الوفاء الإلكتروني آليات تتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني باستخدام أجهزة الحواسيب أو شبكة الأنترنت، كما تستخدم كذلك تقنيات الكمبيوتر أو الاتصالات الحديثة كوسائل جوهرية في تنفيذ عمليات الدفع في المعاملات الإلكترونية⁴.

ولذلك سعت المصارف والبنوك باعتبارها المؤسسات المالية التي تدخل في مراحل الدفع المالي والتحويل الإلكتروني للأموال، إلى التكيف والتعامل مع المستجدات المصرفية الإلكترونية بكل فعالية وانفتاح، لأنّ التطورات التكنولوجية المتسارعة مسار لا ينتهي، خاصة في ظل الفضاء الاعتباري، حيث يجري الانتقال سريعاً من اقتصاد الموجودات إلى اقتصاد المعلومات والأرقام لذلك فإنّ أثر تكنولوجيا المعلومات بات أمراً مسلماً به، لسيما في تعاملات التجارة الإلكترونية⁵.

2- الطبيعة القانونية للوفاء الإلكتروني: يعتبر الوفاء الإلكتروني وسيلة من وسائل الوفاء بالالتزام إذا تمّ يؤدي إلى انقضاء الالتزام في ذمة المدين به، وبالتالي إبراء ذمته.

وقد ذهب رأي فقهي، إلى اعتبار الوفاء الإلكتروني واقعة مختلطة، إذ أنّه اتفاق بين طرفين على تسوية دين معين، فهو تصرف قانوني يجب أن تتوافر فيه شروطه، كما أنه يهتم بكيفية التنفيذ المادي للالتزام بالوفاء⁶.

وقد فرق جانب من الفقه⁷، في بيان الطبيعة القانونية للوفاء الإلكتروني بين وسائل الوفاء الموجودة، فإذا تمّ الوفاء الإلكتروني باستخدام بطاقات الائتمان في الدفع، فإنّ هذه العملية تعتبر عملية مصرفية إلكترونية حديثة تتضمن أداة دفع ووسيلة ائتمان في نفس الوقت، ولها طابعها المميز

1 - المرجع نفسه، ص552.

2 - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص553.

3 - المرجع نفسه، ص553.

4 - أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، 2008، ص20.

5 - المرجع نفسه، ص07.

6 - سامي عبد الباقي أبو صالح، الوفاء الإلكتروني بالديون الناشئة عن المعاملات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، د.س.ن، ص22.

7 - بلال عبد المطلب بدوي، البنوك الإلكترونية، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص61.

وخصائص تفرضها طبيعتها الخاصة، أمّا الوفاء الإلكتروني الذي يتم من خلال شبكة الأنترنت باستخدام النقود الإلكترونية، فاعتبر ذلك الرأي أنّ هذه النقود لها طبيعة خاصة تجعلها نوعاً متميزاً من أنواع النقود، يؤكد ذلك أنّه لا تتمتع بقبول عام كما هو الحال في النقود الحقيقية، إنّما يقتصر قبولها على بعض التجار فقط، إضافة إلى ذلك فإنّه يتوقف إصدارها على حصول مصدرها على مقابل سابق من المستهلك، وهو . ما لا يتصور في النقود الحقيقية، حيث يقوم البنك المركزي بذلك تلقائياً.¹ والرأي مستقر على أنّ الوفاء الإلكتروني يعد تصرفاً قانونياً، يقوم على عنصرين؛ عنصر مادي يتمثل في واقعة تسليم مبلغ من النقود، وعنصر إرادي يتمثل في اتجاه نية المستهلك إلى إبراء ذمته من الالتزام القائم.²

ويشترط في الوفاء الإلكتروني توافر شروط التصرف القانوني طبقاً للقواعد العامة. وطبقاً لنص المادة 323 من القانون المدني الجزائري، فإنّه على الدائن إثبات الالتزام وعلى المدّين إثبات التخلص منه، كما أنّ المادة 1320 من القانون المدني الفرنسي نصت على أنّه "من يدعي براءة الذمة يجب أن يثبت الوفاء أو الواقعة التي أنتجت انقضاء الالتزام".

الفرع الثاني:

وسائل الوفاء الإلكتروني

بعد ما كانت تسوية الالتزامات المالية تتم عن طريق وسائل مادية ملموسة ومعروفة وهي أدوات الوفاء الشائعة الاستخدام من نقود وشيكات إلكترونية وذكوك، أي عملات معدنية وعملات ورقية، ظهرت بعد ذلك وسائل حديثة كانت نتاج التطور التقني الهائل في ثورة المعلومات والاتصالات، فأصبح أداء الالتزامات المالية يتم إلكترونياً.³

وستعرض لتبيان أهم وسائل الدفع الإلكترونية وأكثرها شيوعاً واستخداماً.

1- بطاقة الدفع الإلكتروني: تعتبر بطاقة الدفع الإلكترونية من وسائل الدفع الحديثة وقد عُرفت على أنّها "عقد تتعهد بمقتضاه الجهة المصدرة للبطاقة وفي الغالب هي مؤسسة مالية أو بنكية، بفتح اعتماد في حدود مبلغ معين لمصلحة حامل البطاقة، ممّا يمكنه من دفع قيمة مشترياته إلكترونياً لدى المحلات التجارية التي ترتبط في نفس الوقت بالجهة المصدرة للبطاقة بعقد يلزمها بقبول الوفاء بمقتضى هذه البطاقة لمبيعاتها أو خدماتها وذلك خلال مدة معينة"⁴، كما عُرفت بطاقة الدفع الإلكترونية بأنّها "مستند عبارة عن قطعة من البلاستيك بأبعاد قياسية مدونة عليها بيانات ومعلومات مرئية وغير مرئية، يعطيها البنك المصدر لشخص طبيعي أو معنوي، بناء على عقد بينهما يمكنه من سحب أو تحويل مبالغ مالية من حسابه، وفاءً لما يحصل عليه من سلع وخدمات من التجار الذين يرتبطون مع البنك مصدر البطاقة أو غيره بعقد يتعهدون فيه بقبول البطاقة في الوفاء بمشتريات حامل هاته البطاقة، على أنّه تتم

¹ - بلال عبد المطلب بدوي، المرجع السابق، ص ص 62-63.

² - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 555.

³ - أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، المرجع السابق، ص ص 38-39.

⁴ - سميحة القليوبي، الدفع الإلكتروني، وسائل الدفع الحديثة، مجلة التحكيم العربي، العدد السابع، جويلية 2004، ص 72.

التسوية بين البنوك الأطراف وفقا لنظام الدفع الإلكتروني الذي تعتمده الجهات الوطنية والهيئات الدولية اراعية إصدار البطاقات.¹

وقد أطلق الفقه ، على بطاقة الدفع الإلكتروني المستخدمة للوفاء بقيمة مشتريات ، "Carte Internet السلع أو الخدمات التي تتم عبر شبكة الأنترنت، اسم "بطاقة الأنترنت وهو الاسم "La carte bleu" ويطلق على بطاقة الأنترنت في فرنسا اسم "البطاقة الزرقاء وتكليف (Visa) التجاري المستعمل من طرف الشركة التجارية المسؤولة عن إصدارها وهي .هذه البطاقات مع الشبكة الفرنسية.²

وتعتبر بطاقة الأنترنت من بين أهم طرق الدفع أو الوفاء المستعملة من طرف المستهلكين، إذ أنّ أكثر من 80% من عمليات الدفع تتم عن طريق بطاقة الأنترنت للوفاء بالمشتريات عبر شبكة الأنترنت ولتعزيز وزيادة عامل الاطمئنان والأمان، تلتزم البنوك مصدرة البطاقة بتسليم رقم شخصي افتراضي يسلم لحاملها، كما يعين فيها حدّ معين من السحب بشكل منخفض قياسا على غيرها من البطاقات، وهو في حدود 200 دولار أمريكي تقريبا، من أجل الحد من مخاطر الغش والاحتيال التي تجري على بطاقات الائتمان، في عمليات الشراء عبر شبكة الأنترنت.³

هذا وانّ عملية الشراء عبر شبكة الأنترنت تتطلب تزويد التاجر أو المورد برقم البطاقة ليتمكن من أن يقيدها ثم السلع أو الخدمات التي تم شراؤها⁴.

2-بطاقة الائتمان: تعتبر هذه البطاقة وسيلة اعتماد لحاملها، حيث يحدد البنك المصدر لها سقفًا للسحب يتمكن الحامل من خلاله تسديد قيمة مشترياته من السلع ثم يقوم البنك ، ATM والخدمات واجراء المسحوبات النقدية من خلال آلة الصراف الآلي بتسجيل قيمة هذه المبالغ على حساب الحامل لديه أو لدى بنك آخر، بعد مهلة تتراوح بين 30 و 45 يوما، ويمكن أن تترتب على الحامل خلال هذه الفترة فائدة تحتسب على المبالغ الناتجة عن استعمال هذه البطاقة، وتعدّ البنوك المصدرة كشفا لحساب حاملها، مرة في الشهر وترسله إليه لتسديد قيمته .

3- النقود الإلكترونية: بجانب بطاقة الأنترنت وبطاقة الائتمان، ظهرت وسيلة جديدة تسمح بدفع مشتريات المستهلك من السلع والخدمات، خاصة ما يتعلق بالقيمة البسيطة للمشتريات كدفع مقابل شراء الصحف أو تحميل نغمات موسيقية .للهاتف النقال¹ وتتخلص فكرة النقود الإلكترونية عمليا في أنّ المستهلك أو العميل لدى البنك يكون لديه حسابان أحدهما بالعملة الحقيقية والآخر بالعملة الإلكترونية، ويحق له أن يحول أية قيمة من حسابه بالنقود العادية إلى حسابه بالنقود الإلكترونية، فإذا أراد الوفاء بمقابل سلعة أو خدمة جاز له ذلك عن طريق تحويل هذه القيمة من حسابه الإلكتروني إلى

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 583.

² - أحمد سفر، المرجع السابق، ص 97.

³ - المرجع نفسه، ص 97.

⁴ - المرجع نفسه، ص 90.

حساب التاجر البائع،¹ ليقوم هذا الأخير بمراجعة البنك المصدر للتأكد من صلاحية النقود المستخدمة في الدفع وبعدها يودع قيمتها في مصرفه.²

4-التحويلات المصرفية الإلكترونية: يقصد بالتحويل المصرفي الإلكتروني، قيام البنك بعملية نقل مبلغ مالي من حساب أحد العملاء إلى حساب آخر بناء على طلبه.³ ويعتبر التحويل الإلكتروني للأموال من وسائل الدفع الإلكترونية التي من شأنها إبراء الذمة⁴، والوفاء بالتحويل الإلكتروني يعني وفاء الالتزام بالوسائل الإلكترونية، ويتم ذلك بتوجيه أمر من قبل المدين (المستهلك) إلى مصرفه لوفاء التزام بذمته نحو دائنه، وتؤدي عملية التحويل الإلكتروني للأموال إلى الوفاء بالديون دون الالتجاء إلى النقود ذاتها، فبمجرد قيد مبلغ الدين في حساب الدائن بناء على طلب المدين. تبرأ ذمة هذا الأخير⁵ وعن كيفية أداء عملية التحويل عمليا، فإن المستهلك يوجه أمره إلى بنكه عن طريق جهاز الكمبيوتر الخاص به، يأمره بتحويل مبلغ نقدي من حسابه إلى حساب شخص آخر وهو التاجر المستفيد، بعدها يقوم البنك بالتأكد من كفاية رصيد المستهلك، ثم يقوم بتحويل المبلغ عن طريق القيد من حساب العميل إلى حساب المستفيد.⁶

5-الشيك الإلكتروني: يعرّف الشيك الإلكتروني بأنه وثيقة تحتوي على البيانات التالية: رقم الشيك واسم الدافع ورقم حسابه و اسم البنك واسم المستفيد والقيمة التي ستدفع ووحدة العملة المستعملة وتاريخ الصلاحية والتوقيع الإلكتروني، أي أنّها رسالة إلكترونية مؤمنة وموثقة يرسلها مصدر الشيك إلى حامله ويقدمه إلى البنك الذي يعمل عبر الأنترنت، ليقوم البنك أول بتحويل قيمة الشيك النقدية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك واعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على أنّه تم صرفه. فعلا، ويمكن لمستلم الشيك التأكد إلكترونيا من أنّه قد تم فعلا تحويل المبلغ إلى حسابه⁷ وتستلزم إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني الخطوات التالية:⁸

-اشتراك المستهلك المشتري لدى جهة تقوم بعملية المقاصة وغالبا يكون بنكا؛ حيث يتم فتح حساب جار بالرصيد الخاص بالمشتري كما يتم تسجيل توقيع إلكتروني للمشتري في قاعدة بيانات البنك؛

-اشتراك التاجر البائع لدى نفس الجهة، حيث يتم أيضا فتح حساب جار ويتم تسجيل التوقيع الإلكتروني للبائع في قاعدة بيانات البنك كذلك؛

-يختار المشتري السلعة التي يرغب فيها، ويتم تحديد السعر والاتفاق على أسلوب الدفع؛

¹ - هادي مسلم يونس البشكاني، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 381.

² - أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، المرجع السابق، ص 64.

³ - سميحة القليوبي، الأسس القانونية لعمليات البنوك، ط 2، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 105.

⁴ - أحمد سفر، المرجع السابق، ص 64.

⁵ - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 105.

⁶ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 67.

⁷ - أحمد سفر، المرجع السابق، ص 43.

⁸ - المرجع نفسه، ص 44.

-يحرر المشتري شيكا إلكترونيا موقعا بشكل إلكتروني مشفر، ثم يرسل هذا الشيك عبر البريد الإلكتروني المؤمن من البائع؛

-يستلم البائع الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري ويوقع عليه كمستفيد بتوقيع إلكتروني مشفر، ويقوم بإرساله إلى المصرف الذي يقوم بعملية المقاصة؛

يراجع البنك الشيك ويتحقق من صحة الأرصدة والتوقيعات ثم يخصم من حساب المشتري وضافته إلى حساب البائع، ثم يخطر كل منهما بإتمام إجراء المعاملة المالية؛

هذا ويوفر الشيك الإلكتروني حوالي 50% من رسوم التشغيل مقارنة مع بطاقات الائتمان، ما يسهم في خفض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات، كما يختصر زمن تسوية المدفوعات إلى 48 ساعة فقط، مقارنة بالشيكات العادية، وكذا إعفاء الشيكات المعادة عن طريق الأنترنت من الرسوم. وعن الوضع في الجزائر، يعتبر القانون رقم 03-15¹ المتضمن الموافقة على الأمر 03-10 المتعلق بالنقد والقرض، أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني في القطاع المصرفي، حيث نصت المادة 69 منه على أنه "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال، مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل".²

وبعد صدور الأمر رقم 05-06 المؤرخ في 23/08/2005 المتعلق بمكافحة التهريب³، نص صراحة في المادة الثالثة منه على "وسائل الدفع الإلكتروني"، حيث اعتبرها من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب.

وبذلك انتقل المشرع الجزائري من مصطلح، مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل، الوارد بنص المادة 69 من قانون النقد والقرض، إلى مصطلح أكثر دقة، يتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني⁴. وبموجب القانون رقم 05-02، أضاف فقرة ثالثة إلى المادة 414 ضمن وفاء السفتجة، فنص على "يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما". ولقد تم إضافة نفس الفقرة إلى نص المادة 502 الخاصة بتقديم الشيك للوفاء، كما أضاف المشرع بموجب نفس القانون، بابا رابعا إلى الكتاب الرابع من القانون التجاري، المعنون بالسندات التجارية، الفصل الثالث منه، يتضمن بطاقات السحب والدفع ضمن نص المادة 543 مكرر 22 وعن الطبيعة القانونية لهذه البطاقات، فقد اعتبرها المشرع الجزائري، أوراقا تجارية جديدة، إضافة إلى الأوراق التجارية التقليدية وهي السفتجة، الشيك والسند لأمر.⁵

¹ - أحمد سفر، المرجع السابق، ص 45.

² - القانون رقم 03-15 المتضمن الموافقة على الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، ج.ر عدد 64 و 65، 2003.

³ - الأمر رقم 05-06 المؤرخ في 18 رجب 1426 الموافق 23/08/2005 المتعلق بمكافحة التهريب، ج.ر عدد رقم 59، لسنة 2005.

⁴ - ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية، المؤتمر العلمي المغربي 28-29 أكتوبر 2009، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ص 14.

⁵ - ناجي الزهراء، المرجع السابق، ص 72.

المطلب الثاني:

مخاطر الوفاء الإلكتروني.

لقد أدى انتشار استخدام التجارة الإلكترونية إلى تفعيل أدوات الوفاء الإلكتروني الموجودة، وظهور وسائل حديثة، مساهمة لنمو التعاملات التجارية الإلكترونية وسرعة إبرامها، خاصة بعد تأكيد مزايا الدفع الإلكتروني سواء للمستهلك أو للتاجر. غير أنه ومع ذلك لا تخلو وسائل الدفع الإلكتروني من وجود عقبات ومخاطر خاصة اتجاه المستهلك والتي يعود بعضها إلى سوء استخدام تلك الوسائل (أولاً)، كما أنّ هناك بعض المخاطر القانونية (ثانياً).

الفرع الأول:

مخاطر الوفاء الإلكتروني بسبب الاستخدام غير المشروع لوسائله.

لا شك أنّه عند ما تتم عمليات الدفع والوفاء بوسائل إلكترونية أي عبر شبكة مفتوحة، تزيد مخاطر اختراق هذه الشبكة والاطلاع على معلومات تخص الآخرين وحتى التلاعب بحساباتهم، لسيما إذا علمنا أنّ أكثر من 80 % من عمليات وفاء المعاملات التجارية تتم عبر الشبكة¹، وقد يكون الاستخدام الغير مشروع لبطاقة الدفع من قبل حاملها، أو من قبل التاجر، أو من قبل موظفي البنك المصدر لها، أو من قبل الغير.

1-الاستخدام غير المشروع لوسائل الوفاء الإلكتروني من قبل حامل البطاقة:

يقصد بحامل البطاقة، الشخص الذي حصل على بطاقة الدفع من المؤسسة المصرفية المصدرة لها، بإتباع إجراءات صحيحة وقانونية، فيصبح الحامل الشرعي للبطاقة المخول له، وحده استعمالها في الوفاء بمعاملاته ومشترياته، وعليه يجب على صاحب البطاقة أن يستخدمها طبقاً للشروط المدرجة ضمن العقد المبرم بينه وبين الجهة المصدرة لها، فيلتزم المستهلك حامل البطاقة بالاستخدام الشخصي لها، والالتزام بردها عند انتهاء مدّة صلاحيتها، والالتزام باتخاذ الاحتياطات التي تمنع الغير من استخدام البطاقة².

كما يجب عليه الالتزام بالمحافظة على الرقم السري للبطاقة، والمعارضة في الوفاء في حالة ضياعها أو سرقتها منه، ويجب على المستهلك كذلك التأكد من حسابه الخاص ومراجعته بشكل منتظم للتأكد من صحة عمليات السحب التي تتم من خلاله، وفي حالة وجود خطأ في الحساب ينبغي إخطار جهة الإصدار في وقت معقول وبوسيلة سريعة .كالهاتف أو الفاكس، ثم بعدها تأكيد الإخطار كتابة حتى ينتج أثره إلا أن الأشخاص الحاملين لبطاقة الدفع، قد يقومون بالتحايل واستخدامها استخداماً غير مشروع، وذلك قد يكون خلال فترة صلاحيتها، أو بعد انتهاء صلاحيتها عن طريق الوفاء بها رغم عدم وجود رصيد

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع السابق، ص593 .

² - أحمد السيد لبيب إبراهيم، الدفع بالنقود الإلكترونية ماهية والتنظيم القانوني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009، ص 263-262 ..

كاف.¹ إلى جانب ذلك قد يتجاوز المستهلك السحب بالتواطؤ مع الموظف أو التاجر. وتجدر الإشارة إلى أنّ مثل هذه التصرفات الاحتيالية تشكل أفعال جزائية معاقب عليها.²

2-الاستخدام غير المشروع لوسائل الوفاء الإلكتروني من قبل التاجر:

التاجر المعني هنا هو الطرف الذي يتعاقد معه المستهلك، ويقبل الوفاء إلكترونياً بمقابل السلع والخدمات المقدمة للمستهلك، ولشك أنّ تحايل التجار كطرف في عقد التجارة الإلكترونية من الأمور التي تعيق هذه التجارة وتزعزع ثقة المستهلك فيها³، ولذلك يتعين على التاجر حين حصوله على الرقم السري لبطاقة الدفع من طرف المستهلك المشتري، أن يحافظ عليه ويحيطه بالسرية والتأمين، كما يجب عليه إلا يسحب من البطاقة إلا مبلغ الوفاء المتفق عليه مقابل السلعة أو الخدمة المقدمة للمستهلك صاحب البطاقة، وعليه إلا يحتفظ بالرقم السري للبطاقة بعد انتهاء عملية الوفاء⁴، غير أن بعض التجار، قد يقومون بالتلاعب والتحايل للحصول على مكاسب مادية، كأن يتم تزوير توقيعات العملاء على فواتير عن مشتريات لم يحصلوا عليها وتقديمها إلى البنك الذي يتولى خصم قيمتها من حاملي البطاقات، كما أنّهم قد يسحبون مبالغ غير مستحقة باستعمال الرقم السري للبطاقة الذي احتفظ به بعد تعامل سابق.⁵

3-الاستخدام غير المشروع لوسائل الوفاء الإلكتروني من قبل موظفي البنك:

باعتبار البنك هو مصدر بطاقات الدفع، وهو الذي يسهر على تنفيذ عمليات الوفاء و اقتطاع المبالغ المالية من حسابات الزبائن المستهلكين وصحبها في حسابات التجار المتعاملين معهم، فإنّ ذلك يسهل عمليات التلاعب والاحتيال، وذلك كأن يتواطأ أحد موظفي البنك مصدر البطاقة مع الحامل أو التاجر أو الغير لاستخدام البطاقة استخداماً غير مشروع، كالسماح للمستهلك بالحصول على بطاقة بوثائق مزورة أو قبول الصرف ببطاقة منتهية الصلاحية، أو الوفاء بما يجاوز مبلغ البطاقة، وقد يتفق موظف البنك مع التاجر على الوفاء ببطاقات غير سليمة أو مزورة أو منتهية الصلاحية، وقد يتفق كذلك مع الغير على تزويده دون وجه حق ببيانات خاصة ببطاقات متداولة⁶، ويكون موظف البنك بهذه التصرفات، قد ارتكب أفعال جزائية كشريك أو كفاعل أصلي، ليسهل الحصول على أموال ائتمانية.

4-الاستخدام غير المشروع لوسائل الوفاء الإلكتروني من قبل الغير:

¹ - نافذ ياسين محمّد المدهون، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، عين شمس، 2007، ص 428-429.

² - عبد الفتاح بيومي حجازي، الجريمة في عصر العولمة، دراسة في الظاهرة الإجرامية المعلوماتية، ط1، دار الفكر الجامعي، 2008، ص168.

³ - عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، الكتاب الأول، نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها. المدنية، دار الكتب القانونية، 2007، ص293.

⁴ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص594.

⁵ - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص293.

⁶ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص13.

يقصد بالغير أي شخص آخر ما عدا أطراف بطاقة الدفع الممثلين في حاملها والتاجر والبنك مصدرها، وبالتالي فإنّ الغير لا يمكنه استعمال بطاقة وفاء صادرة باسم شخص معين بإجراءات قانونية. اون حدث واستخدمها فإنّه يعد تدليسا وتحايلا يشكل فعلا جزائيا مجرما ومعاقبا عليه. فقد يعتمد بعض الأشخاص أحيانا سرقة بطاقة الدفع ذاتها، أو سرقة الرقم الخاص بها، أو يحصل عليها بعد فقدها من طرف صاحبها ويحتفظ بها لنفسه¹، وقد يقوم الغير بتزوير البطاقة وذلك عن طريق إنشاء بطاقات خاصة ببنك معين لبعض العملاء على الشبكة لاستغلالها في الحصول على السلع والخدمات²، كما يمكن للغير التقاط أرقام بطاقة الائتمان الخاصة بأطراف العلاقة التعاقدية، عن طريق اختراق منظومة خطوط الاتصالات العالمية ومن ثم الدخول إلى الحساب البنكي والعبث به، أو فك الشفرة الخاصة بمعلومات التجارة الإلكترونية، وان كان ذلك صعب من الناحية العملية لكن من الممكن حصوله³.

وأحيانا يقوم القراصنة في مجال التحويل المصرفي، بتبديل محتوى الرسائل برسائل أخرى بأسلوب يؤدي إلى وقف رقم الحساب المصرفي وتغييره إلى رقم آخر، كما يتم أيضا تبديل المعلومات المتعلقة بعنوان الشحن الخاص بأية طلبية.

الفرع الثاني:

المخاطر القانونية للوفاء الإلكتروني.

لقد أصبحت وسائل الخدمة الإلكترونية تتسارع، دون أن يواكبها في العديد من البلدان تنظيم قانوني يناسب خصوصياتها فعلى الرغم من أنّ وسائل الدفع الإلكتروني حققت رواجاً عالياً في العقود الأخيرة، لكن يبقى هناك العديد من الإشكاليات القانونية التي يثيرها استخدام هذه الوسائل كالحماية المدنية والجزائية للأطراف المتعاملين بها، وعليه تثار التساؤلات عن مدى كفاية القواعد القانونية الحالية لتنظيم هذه الآلية الحديثة في الوفاء ومدى الحاجة إلى إصدار قواعد قانونية خاصة تحكمها؟⁴

وتعد إشكالية أمان الدفع بالوسائل الإلكترونية من أهم الإشكاليات المطروحة عملياً، لذلك يتعين على المصارف والمؤسسات المالية وجوب توفير الأمان والثقة لعملائها بغية تشجيعهم على التعاملات الإلكترونية و استخدام وسائل الوفاء الحديثة⁵، فقد ذكر أنّ نسبة 35% من مرتادي الأنترنت يتوجسون خوفاً، وهو ما يقف عقبة أمام التعاقد عبر الشبكة، ولديهم قلق من وضع رقم بطاقاتهم المصرفية على موقع على الأنترنت، لأنهم يخافون من إمكانية اختلاس رقم البطاقة ومن ثم يستعمل في إجراء سحب غير مشروع من حساباتهم. المصرفية، ما يسبب لهم أضراراً مالية.

وتثور مشكلة الاهتمام بحماية أفضل لحاملي البطاقات، ويلاحظ هنا عدم قبول المهنيين بوضع تشريع في الموضوع ويفضلون تنظيم المسألة بأنفسهم بالطريق التعاقدية، وقد يمثل ذلك صعوبات،

¹ - أحمد سفر، المرجع السابق، ص 29.

² - نافذ ياسين محمد المدهون، المرجع السابق، ص 430.

³ - عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، المرجع السابق، 2007، ص 293.

⁴ - أحمد سفر، المرجع السابق، ص ص 25-26.

⁵ - المرجع نفسه، ص 28.

وحجتهم ضد أي اقتراح بتنظيم المسألة، هي أنّ التقنية في هذا المجال في تطور مستمر، وأنّه يتعين الامتناع عن تحديد المبادئ التي يبدو بعد ذلك عدم ملائمتها، وهذا التبرير لا يكون مقبول كلية، ويمكن تنظيم بعض جوانب العلاقات مع حاملي بطاقات الدفع، خاصة لحماية المستهلك لأنّ موضوع حمايته يعد من أهم المخاطر القانونية.¹

المطلب الثالث:

وسائل حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني.

إنّ التعامل المالي الإلكتروني صار قائماً واقعياً وعملياً، وهذا التعامل بين الأف ارد هو الذي ينشئ الالتزام² وعليه يتعين مواجهة مخاطر الوفاء الإلكتروني، وذلك بوضع حلول وإيجاد وسائل ناجعة للحد من المخاطر المذكورة سابقاً، وبالتالي تبديد مخاوف المستهلكين والإقبال على الوفاء الإلكتروني بكل ثقة واطمئنان (أولاً)، إضافة إلى ذلك يستوجب استحداث نصوص قانونية تشريعية وتنظيمية توفر أكثر حماية للمتدخلين في نظام الوفاء الإلكتروني، خاصة المستهلك باعتباره الحلقة الأضعف في العملية (ثانياً).

الفرع الأول:

تأمين الوفاء الإلكتروني.

أهم ضمانات حماية المستهلك تكون بتأمين الوفاء الإلكتروني، ويتم ذلك باتخاذ إجراءات وقائية احترازية، لتأمين البيئة الإلكترونية التي يتم في نطاقها الوفاء الإلكتروني.

1- تأمين المواقع الإلكترونية للتجار:

إنّ تأمين المواقع الإلكترونية يأتي في صدارة ضمانات حماية المستهلك، لأنها أول ما يتعامل معه المستهلك في نطاق التعاقد الإلكتروني، ومن خلالها يقدم المستهلك بياناته الشخصية للتاجر ومنها بيان الرقم السري لبطاقته الائتمانية، ويتم تأمين المواقع الإلكترونية من خلال برامج متخصصة³، يصعب على الغير اختراق الموقع ومعرفة المعاملات التي تتم إذ يشير حرف (Http) وليس (Https) من خلاله، حيث أنّ الموقع المؤمن يبدأ بحروف إلى أنّ هذا الموقع مؤمن، ولذلك يجب على المستهلك التأكد قبل تقديم رقم بطاقته من (s) أنّه يتعامل مع موقع مؤمن.

2- الوسيط الضامن:

تأتي هذه الفكرة للتغلب على مخاطر سرقة الرقم السري لبطاقة الأنترنت، فهي تقوم على اللجوء إلى وسيط موثوق فيه يتم من خلاله نقل رقم البطاقة المصرفية بدل من أن يتم مباشرة بين أطراف العقد، ويسير هذا الوسيط العمليات لحساب العملاء والبائعين، ويراقب صحة البطاقة ومدى وجود رصيد مالي كافي لدى العميل، ومن الأمثلة عن النظام الذي وبمقتضاه يتصل المستهلك بالشركة المذكورة

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع السابق، ص 603.

² - أحمد سفر ، المرجع السابق، ص 24.

³ - تعرف برامج الكمبيوتر بأنها توجيه معلومات وتعليمات معينة إلى جهاز تقني معقد يسمى بالكمبيوتر، وتخزينها فيه قصد الوصول إلى نتائج معينة، أنظر، نزيه محمّد الصادق المهدي، الحماية المدنية لبرامج الكمبيوتر في القوانين الوضعية، بحث قدم إلى مؤتمر القانون والكمبيوتر والأنترنت، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، من 01 إلى 03 ماي 2000 ، ص 02 ، مقتبس عن كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص 605 ، تهميش 01.

عن طريق ، First Virtual وضعت شركة الأنترنت مفصحا عن هويته وعنوانه الإلكتروني، فترسل له الشركة كلمة السر عبر البريد الإلكتروني، ثم يتصل المستهلك هاتفيا بالشركة ويعرف نفسه من خلال كلمة السر ويعطي رقم بطاقته المصرفية، ويتلقى في المقابل رقما كوديا يستخدمه عبر الشبكة، وهو الذي يسمح للتاجر بالتحقق من صلاحية البطاقة المصرفية من خلال الشركة الوسيطة، ويتطلب هذا النظام أن يكون كلا الطرفين عميلا لدى نفس الوسيط.¹

3- تأمين المعاملات البنكية الإلكترونية:

تأمين المعاملات البنكية والمصرفية يعد من أهم الضمانات الكفيلة بزرع الثقة لدى المستهلك، لأنه يكون على دراية مسبقة بأن لجوءه إلى الوفاء الإلكتروني بمقابل مشترياته سيكون محميا بمرافقة البنوك التي تلتزم بتأمين معاملاتها الإلكترونية مع زبائنها، ومع البنوك الأخرى، وبذلك يطمأن المستهلك ويقتنع بأن لا خوف على حساباته المالية.

وهي برمجيات تحمي ، Fire Wall وتوجد وسائل حماية تسمى برمجيات جدران النار المعاملات البنكية الإلكترونية التي تتم من خلال شبكة الأنترنت، وتعمل على منع الدخول الغير مشروع إليها، حيث توفر حماية جيدة عن طريق التأكد من شرعية كل شخص يريد من أفضل برامج Check point Fire Wall الدخول إلى المواقع البنكية، ويعد برنامج جدران النار المتوفرة حاليا² وحينما يرغب أحد العملاء بالاطلاع على معلومات أو حسابات خاصة في البنك، فإنه يمكنه ذلك باستخدام برنامج تقني يزود به من خلال نظام "أسوار الحريق"، حيث لا يتم إمداده بأي معلومات إلا بعد التحقق من شخصيته وأهليته عبر هذا البرنامج، وهو بذلك يقوم بدور الوسيط الذي يحول دون وقوع أية معلومات في يد من ليس له حق معرفتها.³

4- التشفير والتوقيع الإلكتروني:

منذ منتصف عقد السبعينات من القرن العشرين، امتد استعمال التشفير أو التعمية ليتعدى الاتصالات والمراسلات العسكرية والدبلوماسية والأمنية، ويصل إلى عدة مجالات أخرى، بحيث أصبح يستخدم في الصناعة والتجارة؛ للمحافظة على الأسرار التجارية والعلمية والاختراعات والتصاميم والحسابات المالية، إضافة إلى استعماله في مجالات البث التلفزيوني والمصارف وشبكات الحواسيب، لضمان أمن المعطيات والمعلومات⁴، وقد عرف التشفير بأنه مجموعة التقنيات التي تسمح بحماية المعلومات بفضل شفرة أو رمز سري.

فالتشفير هو وسيلة أو تقنية جديدة تسمح بحجب المعلومات والبيانات موضوع التشفير مؤقتا ومنع الدخول إليها أو تعديلها أو استخدامها استخداما غير مشروع، مع إعطاء حق الدخول إليها وفك تشفيها واستعمالها لشخص معين أو أشخاص معينين من خلال رقم سري خاص، يتم تزويده به من

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد ، المرجع السابق، ص ص 66-67.

² - المرجع نفسه، ص 616.

³ - بلال عبد المطلب بدوي ، المرجع السابق، ص 163.

⁴ - عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب-دراسة مقارنة-، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الإصدار الثاني، عمان، 2009، ص .

قبل المرسل لهذه المعلومات¹، والتشفير يكون بطريقتين: إمّا تحويل المعلومات المراد حمايتها مع شكل غير مفهوم وإرسالها إلى المرسل إليه في هذا الشكل إلى حين فكها بمفتاح معد لذلك ومتفق عليه؛ وأمّا إبقاء المعلومات في صورتها العادية وبالشكل المفهوم مع إرسالها وتخزينها بطريقة لا يمكن معها الوصول إليها، إلا باستعمال مفتاح معين، أي شفرة معينة². ويطلق على التشفير أحيانا علم التعمية أو علم الكتابة السرية³.

أمّا فيما يخص التوقيع الإلكتروني، فيعتبر هو الآخر من مظاهر الحماية المدنية لمعاملات التجارة الإلكترونية، ومن ثم حماية المستهلك، ويقصد بالتوقيع الإلكتروني وفقا لتعريف البرلمان الأوروبي رقم 39-1999 المؤرخ في 13 ديسمبر 1999 بأنه: "معطيات تأخذ الشكل المحوسب والتي ترتبط بمعطيات أخرى محوسبة هي الأخرى، وتستخدم كوسيلة لإثبات صحتها" وعرفه قانون الأونسترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية لسنة 2001، في مادته الثانية واعتبره بيانات في شكل إلكتروني، مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا، يجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة. البيانات، ولبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات⁴ ويستخدم التوقيع الإلكتروني في نطاق المعاملات المصرفية، بحيث بواسطته يتم التحقق من هوية العميل الموقع ونسبة الرسالة الممهورة بالتوقيع إليه، فلا يستطيع القراصنة التلاعب في التوقيع والرسالة المشفرة، ولكل عميل توقيع خاص به.

وعليه فالتوقيع الإلكتروني مهم وفعال في توفير الحماية لعملاء البنوك الذين يتعاملون بالشيكات الإلكترونية لإتمام عمليات الوفاء الإلكترونية مع أطراف أخرى، مع قيام البنك بدور الوسيط، إذ بعد توقيع الشيك وتشفيره من طرف العميل محرر الشيك وإرساله إلى البنك، يقوم هذا الأخير بحل الشفرة للتأكد من صحة التوقيع ثم يسجل قيمته على حساب العميل ويضيفه لحساب الطرف الآخر⁵

وعلى نفس منوال البرلمان الأوروبي، اعترف قانون التجارة الإلكترونية لدوقية لوكسمبورغ بقوة وحجية التوقيع الإلكتروني، حيث أضاف مادة جديدة في القانون المدني جاء فيها "أنّ التوقيع اللّازم لاستعمال العمل بعلامة خاصة يكشف عن قام بوضعه ويعبر عن التزامه بما ورد بالعمل، يمكن أن يكون خطيا أو إلكترونيا"⁶.

وعن الوضع في الجزائر فإنّ المشرع الجزائري اعتمد التوقيع الإلكتروني لأول مرة في نص المادة 02-327 من القانون المدني المعدلة بالقانون 10-05 والتي جاء فيها "...يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر." وتدعيما لهذا النص صدر القانون رقم 04-15 المحدد للقواعد

¹ - عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب، المرجع السابق، ص174.

² - محمّد المرسي زهرة، المرجع السابق، ص16.

³ - عامر محمود الكسواني، المرجع السابق، ص24.

⁴ - خليفي مريم، المرجع السابق، ص96.

⁵ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص160.

⁶ - عامر محمود الكسواني، المرجع السابق، ص164.

العامّة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين - فعرفت المادة الثانية منه التوقيع الإلكتروني بأنه :
"بيانات في شكل إلكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقياً ببيانات إلكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق."¹
وجاء في المادة السادسة منه أنه " يستعمل التوقيع الإلكتروني لتوثيق هوية الموقع واثبات قبوله مضمون
الكتابة في الشكل الإلكتروني"، ولكي يعتد بالتوقيع الإلكتروني قانوناً، حددت المادة السابعة من نفس
القانون وجوب توافر المتطلبات الآتية:

- ❖ أن ينشأ على أساس شهادة تصديق إلكتروني موصوفة.
- ❖ أن يرتبط بالموقع دون سواه.
- ❖ أن يمكّن من تحديد هوية الموقع.
- ❖ أن يكون مصمماً بواسطة آلية مؤمنة خاصة بإنشاء التوقيع الإلكتروني.
- ❖ أن يكون منشأً بواسطة وسائل تكون تحت التحكم الحصري للموقع.
- ❖ أن يكون مرتبطاً بالبيانات الخاصة به، بحيث يمكن الكشف عن التغييرات اللاحقة بهذه
البيانات.

فإذا توافرت هذه الشروط، يكون للتوقيع الإلكتروني نفس حجية التوقيع المكتوب، وهو ما نصت عليه
المادة الثامنة من نفس القانون المذكور بقولها " يعتبر التوقيع الإلكتروني الموصوف، وحده مماثلاً للتوقيع
المكتوب؛ سواء كان لشخص طبيعي أو معنوي"².

كما أخذ كذلك المشرع الجزائري بفكرة التوثيق الإلكتروني في المرسوم التنفيذي رقم 07-62
المعدل والمتمم للمرسوم 01-23 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها
اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية ونص كذلك على شهادة
التصديق الإلكتروني وشروطها ضمن المادة 15 من القانون 04-15، وقد أطلق تسمية مقدم خدمات
التصديق على جهة التوثيق الإلكتروني ممثلة في طرف ثالث ومحايد يقوم بدور الوسيط بين المتعاملين
لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية، حيث أنّ الوظيفة الأساسية لجهة التوثيق الإلكتروني، هي تحديد هوية
المتعاملين إلكترونياً وتحديد أهليتهم القانونية والتحقق من مضمون هذا التعامل وسلامته وكذلك جديته
وبعده عن الغش والتحايل.³

الفرع الثاني:

إصدار نصوص تشريعية.

تدعيماً للضمانات السابقة لحماية المستهلك يتعين تعزيزها بضمانات قانونية، تستند إلى نصوص
تشريعية توفر حماية المستهلك في نطاق معاملاته الإلكترونية مع التجار والبنوك. لذلك يفضل إصدار

¹ - القانون رقم 04-15 المؤرخ في 01 فبراير 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج. ر. رقم 06، 2015.

² - ناجي الزهراء، المرجع السابق، ص 12.

³ - المرجع نفسه، ص 13.

تشريع خاص ينظم الوفاء الإلكتروني وتضمينه نصوصاً تحمي المستهلك في هذا الإطار، تكون أهم بنوده على النحو الآتي:

1- التزام البنوك والمؤسسات المالية بتبصير عملائها المستهلكين بوسائل الوفاء الإلكتروني، نتيجة ضعف مركزهم مقارنة مع البنوك بسبب عدم درايتهم ونقص خبرتهم. وتوضيح كيفية استخدام تلك الوسائل، وكيفية المحافظة عليها، ومزايا وعيوب كل وسيلة ومخاطرها، وسبل الحماية منها، ويكون التبصير بكل بيان جوهري يتعلق بتلك الوسائل ويتعين على البنك تنفيذ هذا الالتزام قبل التعاقد مع العميل، فإذا رغب هذا الأخير في التعاقد مع البنك على استخدام وسيلة من وسائل الوفاء الإلكتروني يكون البنك ملزماً بتبصير العميل المستهلك بكل المعلومات والعناصر الضرورية المتعلقة بوسيلة الدفع المختارة وشروط التعاقد وكيفية الحصول والاستخدام، والوفاء بها وتسوية الحسابات وطريقة الإخطار في حالة ضياعها وتكلفة الحصول عليها وعمولة البنك، ومدى الحماية التي يوفرها للوفاء باستخدامها.¹

كما يلتزم البنك بتبصير المستهلك بكيفية استخدام التشفير لضمان سرية الرسائل المتبادلة مع البنك والتوقيع الإلكتروني وطريقته، كما يجب النص على مسؤولية البنك في حالة الإخلال بهذا الالتزام، وبتلّان أي شرط أو اتفاق لإعفاء البنك من التزامه بالتبصير.

2- إصدار تشريع يقضي ببتّان الشروط التعسفية التي قد ترد في العقد المبرم بين البنك والعميل المستهلك، ومن أمثلتها اشتراط عدم مسؤولية البنك عن الوفاء غير المشروع، أو عدم مسؤوليته عن أخطاء الكمبيوتر في القيد المصرفي، أو اشتراط عدم تحقق البنك من هوية المتعامل بالوسيلة الإلكترونية، والشروط الذي يعطي للبنك حق تعديل سعر الفائدة أو العمولة المتفق عليها ضمن العقد مقابل الخدمات المصرفية وعموماً ببتّان كل شرط يزيد من التزامات العميل المستهلك أو يقلل من حقوقه لصالح البنك .

3- إعطاء حرية اختيار وسيلة الوفاء الإلكتروني للمستهلك، وعدم السماح للتاجر بإجباره على وسيلة معينة، مادامت الوسيلة التي يختارها المستهلك يتم التعامل بها في المصارف الوطنية والدولية.

4- إيجاد آلية تربط بين تنفيذ الالتزام بالتسليم والالتزام بدفع الثمن، وقدم الفقه حلاً يتمثل في الاعتماد المستندي، الذي على يقوم فكرة الاستعانة بالمستندات التي تصدر بمناسبة تنفيذ عقد البيع، فيشترط التاجر الإلكتروني على المستهلك في عقد البيع الإلكتروني الذي أبرم بينهما إلكترونياً، فتح اعتماد من قبل أحد البنوك يتعهد بالوفاء بقيمة الاعتماد، بمجرد تقديم تاجر للمستندات التي تثبت طبيعة البضاعة ووجودها، وتتطابق مع شروط الاعتماد² ويتم ذلك بالاعتماد المستندي الإلكتروني، حيث يقوم المستهلك بإرسال طلبه إلى البنك قصد فتح الاعتماد، فإذا تمت الموافقة عليه يرسل الاعتماد إلى المستهلك، ليقيم المستفيد منه بإرسال المستندات الخاصة بتنفيذ عملية البيع والمثبتة لصرف مقابل الاعتماد، ويشترط أن يتم إرسال المستندات خلال المدة التي يكون الاعتماد فيها سارياً، فإذا تأكد البنك من مطابقة المستندات

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد، المرجع السابق، ص ص 614-615.

² - سامي عبد الباقي أبو صالح، الوفاء الإلكتروني بالديون الناشئة عن المعاملات التجارية، المرجع السابق، ص ص 132-133.

لشروط الاعتماد، يقوم بدفع المقابل إلى التاجر المستفيد إلى الاعتماد، عبر التحويل المصرفي الإلكتروني وقيده بعد ذلك في حساب المدين المستهلك.

5-وجوب سن نصوص تشريعية جزائية تخص حماية المعاملات البنكية الإلكترونية، وكذا حماية المعاملات الإلكترونية التي تتم بين التجار أو المستهلكين مع البنوك.

المبحث الثالث:

حماية المستهلك ضد مخاطر العيوب الخفية.

إنّ عقد البيع هو من أهم العقود انتشاراً، التي من خلالها يحصل المستهلك على السلع والمنتجات، قصد تحقيق رغباته و احتياجاته الاستهلاكية، لكن غاية البيع ليس نقل الملكية فقط، بل الحصول على ملكية شيء صالح للاستعمال المفيد، خال من العيوب التي تؤثر في الانتفاع به أو تنقص من قيمته، لذلك فإنّ معظم التشريعات حرصت على توفير ضمانات للمشتري لتحقيق هذه الغاية، فألزمت البائع بضمان العيوب الخفية التي تظهر في المبيع بعد تسليمه، وقد سمي هذا النظام بالضمان القانوني. وبالرغم من أنّ النصوص المتعلقة بأحكام ضمان العيوب الخفية لم تتغير رغم التطور الحاصل في طبيعة المنتجات وما قد تسببه من مخاطر للمستهلك في سلامة جسده، إلا أنّ القضاء قد طوّعها لخدمة أهداف حماية المستهلك الإلكتروني من كل أشكال الغش والخداع، وإذا حدث أن أخلّ البائع بتنفيذ التزاماته على أحسن وجه أو مخالفاً للاتفاق العقدي، كأن تظهر عيوب خفية تضر بسلامة المستهلك في ماله وجسده، فإنّه تترتب مسؤولية معينة عن ذلك.

المطلب الأول:

ضمان العيوب الخفية.

إنّ حماية المستهلك تستمر ولا تتوقف بمجرد تسليم التاجر المهني للمبيع للمستهلك، لأنّ البائع ملزم بتنفيذ التزامه بحسن نية، وذلك يقضي تسليم مبيع يتفق في خصائصه ومواصفاته مع الغرض الذي يعلم البائع أنّه سيخصص من أجله)، كما أنّ الحماية المنشودة للمستهلك تتطلب فهم النصوص المنظمة للعيوب فهما واسعاً، ذلك أنّ الأضرار التي تلحق بالمستهلك قد تمسه في سلامته الجسدية، نتيجة الخطورة الكامنة في السلعة¹.

الفرع الأول:

الضمان القانوني للعيوب الخفية.

إنّ العصر الحديث يشهد تزايداً هائلاً على صعيد الإنتاج بكل أنواعه، وذلك ما نتج عنه إقبال من قبل المستهلكين على هذه المنتجات استجابة للزعة الاستهلاكية²، لسيما مع ظهور تقنيات التعاقد الحديثة وخصوصياتها التي تجعل المستهلك لا يعاين السلعة مادياً إلا بعد التسليم، وهو ما يوسع مجال احتمال وجود عيوب خفية في المبيع لا يصرح بها البائع للمستهلك، أو يخالف ما تم الاتفاق عليه.

¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك -دراصة مقارنة-، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص462.

² - المرجع نفسه، ص460.

إنّ ضمان العيب الخفي لم يقصد منه حين تم تنظيمه قانوناً لحماية المستهلك من جميع الأضرار بوجه عام، وإنّما قصد منه تحقيق الحماية للمتعاقد في مواجهة أضرار محددة لضمان الجودة الاقتصادية للمبيع¹، وإذا كان هناك تطور خاص في شأن مسؤولية البائع المحترف فإنّ ذلك قد حدث بفعل توسع الفقه والقضاء في فهم النصوص القانونية.²

فبموجب المعيار الواسع للعيب الخفي، يعد تخلف الصفة المتفق عليها عيباً خفياً، وقد تبني هذا المعيار القانون المدني المصري في المادة 477 منه التي جاء فيها "يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يتوفر في المبيع وقت التسليم الصفات التي كفل للمشتري وجودها فيه، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من نفعه بحسب الغاية المقصودة مستفادة ممّا هو مبين في العقد أو ممّا هو ظاهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعدّ له"، من خلال هذا النص يتضح أنّ المشرع المصري قد ساهم في تحديد المقصود بالعيب الخفي، وأضاف إلى المقصود التقليدي، تخلف هذه الصفات التي يكفل البائع وجودها بالمبيع وعليه فإنّ تخلف الصفة المتفق عليها توجب على البائع الضمان على الرغم من أن تخلف الصفة التي كفل البائع وجودها، ليس عيباً خفياً بالمعنى الفني الدقيق، إذ لا يشترط لثبوت حكم تخلف الصفة التي كفل البائع وجودها أن تكون الصفة خفية ومؤثرة، فالبائع يضمنها ما دام قد كفل وجودها³، ويترتب على ذلك أنّ رجوع المستهلك على البائع في حالة تخلف تلك الصفة، إنّما يكون بدعوى ضمان العيوب الخفية ولّ يكون على أساس آخر مستقل عن الالتزام بالضمان، وذلك أكدّه القضاء المصري في أحد أحكامه، لأنّ القانون لم يشترط في حالة تخلف الصفة التي كفل البائع للمشتري وجودها في المبيع، أن يكون العيب مؤثر وخفياً، وبغض النظر عن علم المشتري بتخلفها وقت البيع.

وبالنسبة للوضع عندنا في الجزائر، فإنّ المشرع أكد في المادة 379 من القانون المدني، على أنّ البائع يكون ملزماً بالضمان، في حالة تخلف الصفات التي تعهد بوجودها في المبيع وقت التسليم، ومنه يكون قد اعتبر عدم توافر الصفات المتفق عليها من طرف البائع في المبيع يشكل عيباً خفياً يوجب الضمان السليم، ويكون هذا الأخير ضامناً للعيوب المذكورة في المادة 379 ولو لم يكن عالماً بوجودها وبذلك يكون المشرع الجزائري قد وسع في صور العيب الخفي الموجب للضمان، وهو ما يوفر حماية حقيقية للمشتري⁴. إضافة إلى ذلك وتكريساً لحماية أكثر للمستهلك المشتري، فقد نص المشرع الجزائري على حالتين يبقى البائع فيها ملزماً بالضمان على النحو المبين في الفقرة الثانية من المادة 379 من القانون المدني وهما: الحالة الأولى: "إذا أكد البائع للمستهلك خلو المبيع من العيوب"، والحالة الثانية: "إذا أخفى البائع على المستهلك وجود العيب الخفي غشاً منه"، وفي كلتا الحالتين يتعين على المستهلك إثبات ما يدعيه.

وتدعيماً لما جاء في القانون المدني وقانون حماية المستهلك، صدر المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، فنصت

¹ - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 299.

² - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 463.

³ - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص 300.

⁴ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 464.

المادة الثانية منه على أنه " تطبق أحكام هذا المرسوم على السلع أو الخدمات المقتناة المنصوص عليها في أحكام المادة 13 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 20 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009 ، مهما كانت طريقة وتقنية البيع المستعمل."

ونصت المادة الرابعة منه على أنه: " في إطار تنفيذ الضمان يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع ويكون مسؤولاً عن العيوب الموجودة أثناء تسليمها أو تقديم خدمة" ، وطبقاً للمادة الخامسة يسري مفعول الضمان إبتداءً من تسليم السلعة أو تقديم الخدمة، ويتجسد هذا الضمان عن طريق تسليم شهادة الضمان للمستهلك بقوة القانون، كما نصت المادة العاشرة من نفس المرسوم على أنه " يجب أن يكون المنتج موضوع الضمان صالحاً للاستعمال المخصص له، وعند الاقتضاء: -يوافق الوصف الذي يقدمه المتدخل وحائزاً كل الخصائص التي يقدمها هذا المتدخل للمستهلك في شكل عينة أو نموذج.

-يقدم الخصائص التي يجوز للمستهلك أن يتوقعها بصفة مشروعة والتي أعلنها المتدخل أو ممثله علناً ولاسيما عن طريق الإشهار أو الوسم.

-يتوفر على جميع الخصائص المنصوص عليها في التنظيم المعمول به".

أمّا فيما يخص المعيار الضيق للعيب الخفي، فإنّه لا يعتبر تخلف الصفة المتفق عليها عيباً خفياً، بل يعد العيب كذلك إذا كان ينقص من قيمة المبيع أو من منفعته وقد أخذ المشرع الفرنسي بالمعيار الضيق للعيب الخفي في المادة 1641 من القانون المدني حينما حافظ على المقصود التقليدي للعيب الخفي المعني بالضمان، فلم يدرج ضمن صور ضمان العيوب الخفية، حالة تخلف الصفة المتفق عليها في المبيع¹ ، غير أنّ الأخذ بالمعيار الضيق للعيب الخفي، لم يمنع الفقه والقضاء في فرنسا من التوسع في فهم ضمان العيوب الخفية، وذلك بعد تخلف الصفة المتفق عليها من قبيل العيب الخفي، ليتيح للمستهلك الاستفادة من كل المزايا المرتبطة بهذه الدعوى، وبرر القضاء الفرنسي هذا التوجه استناداً إلى أنّ تخلف الصفة التي كفل البائع وجودها لا يعد عيباً خفياً في ذاته وأنّما بالنظر إلى ما يؤدي إليه من التأثير على وجهة استعمال الشيء ونقص .منفعته وما ينشأ عن ذلك من إضرار بالمستهلك.²

الفرع الثاني:

الالتزام بضمان السلامة.

إن بساطة المنتجات حين صدور القوانين المدنية، كانت تجعل أثر العيب الخفي يقتصر على إنقاص قيمته أو فائدته، فواضعوا التشريعات لم يستشرفوا بما سيسفر عنه التطور الصناعي مستقبلاً، وظهور منتجات تجمع بين الفعالية والخطورة، ولذلك سنبحث مضمون الالتزام بضمان السلامة، ثم نوضح كيفية معالجته في التشريعات.

1-مضمون الالتزام بضمان السلامة: يعدّ الالتزام بضمان السلامة من المفاهيم الجديدة التي لا يجب الخلط بينه وبين الالتزام التعاقدي بالسلامة، الالتزام العام التعاقدي من حيث الهدف يتعارض مع

¹ - موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص300.

² - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص464.

الالتزام المنصوص عليه في قانون حماية المستهلك، حيث يتضمن الوقاية من المخاطر؛ بينما الالتزام التعاقدية يتعلق بإصلاح الأضرار الناتجة عن المنتج أو الخدمة، الالتزام بضمان السلامة يعني العلم بعيوب المبيع وإزالتها حتى يتحقق فيه الأمان الذي ينشده المستهلك عند استعماله، فهذا الالتزام محدد بتحقيق نتيجة، ومسؤولية البائع المحترف تنعقد بغض النظر عن علمه أو جهله بالعيوب¹، لأنه ملزم بتقديم منتجات ذات جودة وأمان وقد قرر القضاء الفرنسي بأن "كل عقد يتضمن تنفيذاً ينشأ عنه للمتعاقد الآخر خطر يتعارض مع روحه والنتيجة المرجوة منه، ومن ثم ينشأ عن العقد على عاتق من يلتزم بالأداء التزاماً بالسلامة يتجاوز بعمومه وقوته الالتزام بضمان العيوب الخفية ويهيمن عليه، ويقوم الإخلال به مسؤولية المدين، ما لم يقدّم الدليل على أن هذا الإخلال إنما يرجع إلى سبب أجنبي لا ينسب إليه".

فالسؤال قد تحدث نوعين من الأضرار بسبب ما يعترها من عيوب، الأضرار التجارية، والأضرار التي قد تصيب المستهلك أو الغير في جسده أو ماله، فقد بدأت هذه الأضرار تظهر مع تطور وتعدد المنتجات وتعدد وظائفها، وهنا تم إدراك عجز نصوص الضمان المنصوص عليها في القواعد العامة عن التصدي لهذا الإشكال، وهو ما دفع القضاء إلى التوسع في تفسير النصوص القانونية، لتقرير مسؤولية البائع المحترف، باعتباره الضامن لجودة منتجاته، ولا يمكنه أن يدعي جهله بالشيء الذي يصنعه أو يبيعه.

فقد ذهب القضاء الفرنسي في خروجه عن المفهوم التقليدي لضمان العيوب الخفية إلى إنشاء أحكام قانونية جديدة، تحت غطاء التوسع في فهم النصوص القانونية، فلقد أقام تفرقة بين الأحكام المطبقة على المشتري صاحب الحرفة وبين المستهلك بوصفه مشترياً عادياً، فبينما يعد العيب ظاهراً بالنسبة للمشتري المني، فإن نفس العيب يعد خفياً بالنسبة للمشتري المستهلك، ويعتبر هذا الحكم إرساء قاعدة موضوعية، بمعنى ترتيب التزام بالسلامة على عاتق البائع المحترف لصالح المستهلك المشتري² إن مصدر الخطر يكون خاصة بالنسبة للمنتجات المعقدة، فالمستهلك المشتري غالباً ما يجهل نوعية الجهاز الملائم لاحتياجاته، مثلاً وهنا على البائع المحترف التدخل ليقوم بهذا الدور، وقد تسبق مرحلة إبرام العقد مرحلة خاصة تتعلق بتصميم برنامج الكمبيوتر الخاص بنشاط المشتري وإذا كان هذا المنتج محلاً للبيع، فمعناه إخضاعه لفكرة ضمان العيب الخفي المنصوص عليها في المواد 379 من القانون المدني الجزائري والمادة 447 من القانون المدني المصري والمادتين 1645 و 1646 من القانون المدني الفرنسي³، وفي سبيل تحقيق حماية أكثر نجاعة للمستهلك في ظل التطور التكنولوجي وتعقد المنتجات وزيادة خطورتها، وما يترتب عن ذلك من أضرار للمستهلكين تفوق الأضرار التجارية، واستناداً إلى نص المادة 1645 المذكورة آنفاً، فقد ذهب القضاء الفرنسي إلى التصريح بمسؤولية البائع المني عن جميع الأضرار التي تصيب المستهلك، تجارية كانت أو صناعية، دون الاكتراف لسوء نيته أو حسنها، على أساس أن المنتج أو البائع بما يتمتع به من تخصص ود ارية في مجال مهنته، يفترض كذلك فيه العلم بالعيوب التي تشوب المنتج، وفي نفس الإطار ألقت محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية العلم بالعيوب على عاتق كل من البائع المني والمنتج

¹ - موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص 300.

² - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 47.

³ - سي يوسف زاهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 91.

بقولها "يجب على الصانع أو التاجر نظرا للحرفة التي يمارسها، العلم بالعيوب الخفي فيما يصنعه أو يبيعه، ولا يستطيع أن يجهله، ولا أن يدعي عدم العلم به، أو يحتج بالجهل به، لأنه ضامن لجودة ما يقدمه، وليس له تبعا لهذا الحق، الجهل بعيوب ما يصنعه أو يبيعه مهما تكن هذه العيوب الخفية."¹

وسلك القضاء البلجيكي نفس مسلك القضاء الفرنسي، بقوله "الصانع أو التاجر الذي يعطي لعميله شيئا من صنعه أو مما يتاجر فيه، يفترض علمه بالعيوب الخفية التي تظهر فيه"، غير أن القضاء البلجيكي جعل العلم بالعيوب، قرينة بسيطة يجوز إثبات عكسها.

ومنه فإن المنتج مطالب بضمان الأمن والسلامة في المنتجات والخدمات التي يجب أن تكون ضمن الشروط العادية للاستعمال، أو شروط أخرى متميزة ومتوقعة من طرف المهني، حيث تمنح السلامة المشروعة والمنتظرة التي لا تمس بصحة الأشخاص، فاستعمال بعض المنتجات تلحق أحيانا أضرار وخيمة كالآلات التي تنفجر والألعاب النارية الخطيرة على سلامة المستهلك، وفي هذه الحالة يجب التمييز بين المنتجات الخطيرة من حيث طبيعتها، كالأسلحة النارية والمواد المنظفة، وبين المنتجات الخطيرة لوجود عيب بها، وهي المنتجات التي تلحق الضرر مع طول الوقت، نظار لوجود عيوب بها في التكيف أو الصنع، تجعلها غير صالحة، كإبريق قهوة "إكسبريس" وبعض المدفآت التي يشكل استعمالها خطرا.

كذلك فإن البائع المهني، يكون علمه بعيوب السلع أساسه اعترافه بالإتجار فيها، وهذا ما حكم به في قضية وقائعها تتمثل فيما يلي: بتاريخ 03 جانفي 1949 تقدم شخص يدعى jacob المالك لشاحنة مزودة بقارورات من الغاز المصنوعة من طرف مؤسسة albert لشنح هذه القارورات، وأثناء الشحن انفجرت إحداها من محطة holtzer بجروح بليغة أودت بحياته، رفعت زوجته دعوى قضائية ضد Albert وأصيب مالك الشاحنة مطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقها ولحق Gaz de france هذه المحطة البائعة Gaz ابنتها أيضا، وقد استجابت المحكمة التجارية لطلبها، فاستأنفت المدعى عليها محطة هذا الحكم على أساس أن الانفجار يرجع إلى صنع القارورات، لكن كان رد france de بتقرير من الخبراء قد ثبت أنها التزمت قواعد jacobholtzer محكمة الاستئناف أن شركة فنية دقيقة ومواصفات علمية في إنتاج هذه القارورات، ول يمكن أن يسند إليها ترتب الضرر هي المسؤولة Gaz de france إلى طبيعة هذه القارورات، وأخيرا حكم بأن المحطة البائعة عن الانفجار، بعدما ثبت أن هناك شوائب موجودة بهذا الغاز سدّت فتحات هذه القارورات، وهذا يعد عيبا خفيا في المنتج يسأل عنه المنتج، لكن لكون هذه المحطة هي البائعة المحترفة في الإتجار بمثل هذا المنتج، فهي مسؤولة عن ذلك، لأنه كان عليها أن تعلم بعيوب هذا المنتج.

2- معالجة التشريعات للالتزام بضمان السلامة:

أ- في القانون الجزائري: تجد فكرة الالتزام بضمان السلامة تبريرها من الناحية القانونية وكأصل عام في المادة 107 الفقرة الثانية التي تنص على أنه "ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل

¹ - المرجع نفسه، ص 98.

يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام¹، كما نص قانون حماية المستهلك رقم 09-03 على مبدأ السلامة في المادتين 09 و10 منه حيث نصت المادة التاسعة على أنه² " يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين." ونصت المادة العاشرة على أنه: " يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص:

- ❖ مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتة.
- ❖ تأثير المنتج على المنتوجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتوجات.
- ❖ عرض المنتج ووسمه والتعليقات المحتملة الخاصة باستعماله واطرافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج.
- ❖ فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج، خاصة الأطفال."

ومن خلال هذه النصوص يمكن اللجوء إلى التفسير الواسع من طرف القضاء لإضفاء الحماية وجعلها تشمل جميع المستهلكين المتضررين، ولو لم يكونوا من أطراف العقد، -تأسيسا على الخطر ومبدأ الالتزام بضمان السلامة، كذلك نص المرسوم التنفيذي رقم 13-327، الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، في مادته 09: " يمتد الضمان القانوني أيضا إلى عيوب الخدمات المرتبطة باقتناء السلعة، ولا سيما فيما يتعلق برزمها وتعليمات تركيبها أو بتشغيلها عندما تنجز تحت مسؤولية المتدخل."

ب- في القانون الفرنسي: لقد سعى المشرع، الفقه والقضاء في فرنسا إلى تطوير العديد من القواعد الحمائية للمستهلك، فتشدد في مسؤولية المتعاقد المهني، فوجد المشرع الفرنسي أثقل البائع المحترف بعدة التزامات خلال مراحل إبرام عقد التجارة الإلكتروني، وحتى القضاء جعل سوء نية ذلك البائع مفترضة¹ لتوفير الحماية في جميع الحالات للمستهلك³.

وعليه فإنه متى توافرت في المشتري صفة المستهلك، فإن ذلك يؤدي إلى خضوع عقد البيع لنظام قانوني يتميز عن غيره من عقود البيع التي لا تتوافر في أحد أطرافها صفة المستهلك، وذلك كله بهدف إعادة التوازن إلى العقود المبرمة بين المهنيين المحترفين من جهة، وبين المستهلكين من جهة أخرى وقد عالج المشرع الفرنسي ضمان السلامة من المنتجات الخطرة بنوعها، سواء كانت الخطورة راجعة إلى طبيعة

¹ - القانون رقم 05 - 10 المؤرخ في 20 جوان 2005 يعدل ويتمم الأمر رقم 75-85 المؤرخ في 20 رمضان 1395، الموافق 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، ج.ر عدد رقم 44، 2005.

² - القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المعدل بقانون رقم 18 - 09 التعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد رقم 15، 2009.

³ - جابر محمد ظاهر مشاقبة، الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية - دراسة مقارنة-، ط 1، دار. وائل للنشر، عمان الأردن، 2012، ص ص 39-40.

السلعة ذاتها أو بسبب عيب فيها، ضمن قانون الاستهلاك في المواد 01-121، 02-121، 01-125، ونص على أحكام وإجراءات حماية المستهلك وسلامته من هذه الأخطار .
فأساس المسؤولية في مجال الأضرار التي تحدثها المنتجات المعيبة، هو المساس بسلامة المستهلك في جسده وأمواله، وفي هذا الصدد اعتمد التوجيه تعريفًا للمنتج المعيب يختلف عن التعريفات التي يقوم عليها ضمان العيوب الخفية في نظرية الالتزامات، فاعتبر المنتج معيبًا إذا لم يتحقق فيه الأمن والسلامة التي من المتوقع توافرها فيه والمنتظرة من طرف المستهلك¹.

وبعد ذلك صدر التوجيه الأوروبي المؤرخ في 29 جوان 1992 الذي نص على وجوب اتخاذ الأعضاء ما يلزم من نصوص في تشريعاتها الوطنية، لأجل ضمان احترام المنتجين والموزعين للالتزام بضمان السلامة¹.

المطلب الثاني:

المسؤولية المترتبة عن المنتجات المعيبة.

إذا توافرت شروط العيب الخفي على النحو الذي سبق ذكره، يكون للمستهلك الحق في رفع دعوى ضمان العيوب الخفية، والبائع بصفة عامة ملزم بنقل ملكية مفيدة ونافعة للمستهلك، وفقا لما يفرضه حسن النية في التعامل، فإذا أخلّ بهذا الالتزام وباع شيء به عيب خفي علم به المستهلك بعد التسليم، أو تخلفت فيه الصفة التي كفل التاجر المحترف وجودها للمستهلك. فهنا تقوم مسؤوليته في الضمان، طبيعة المسؤولية عن المنتجات المعيبة، ثم دعوى ضمان العيوب الخفية.

الفرع الأول:

طبيعة المسؤولية عن المنتجات المعيبة

نبحث في هذه النقطة طبيعة المسؤولية من خلال تبين خصائصها؛ لمعرفة النظام القانوني لها، وأنّ ضمان سلامة المشتري المستهلك من أضرار المنتجات المعيبة، وتعيوضه عمّا لحقه من ضرر وما فاته من كسب، يجد أساسه في المادة 107 ق.م التي تنص على أنه: "يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية.

لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه، ولكن يتناول ما هو من مستلزماته، وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام"، فالعدالة توجب ولا شك إلقاء عبء الأضرار التي تلحق بالمستهلك، نتيجة عيب خفي أو خطورة بالمبيع، أو تخلف صفة جديدة فيه، على عاتق البائع، لأنه يلتزم بتقديم سلعة سليمة ومأمونة. وإن أخلّ بهذا الالتزام ترتبت مسؤوليته، ويمكن تحديد خصائص هذه المسؤولية بما يأتي:

1- هي مسؤولية قانونية:

من خصوصية هذه المسؤولية، أنها أدمجت في نظام واحد، فلا هي عقدية ول هي تقصيرية، حيث يتم تطبيق هذا النظام على جميع المتضررين من عيوب المنتجات بغض، النظر عن علاقتهم بالمنتج، أي سواء كانوا أطرافا في العلاقة العقدية، أو كانوا من الغير¹ ففي كلتا الحالتين تتوفر لهم الحماية القانونية.

¹ - جابر محمد ظاهر مشاقبة، المرجع السابق، ص 156.

غير أن المشكلة التي تثار بصدد ضمان سلامة المشتري المستهلك عن طريق تعويضه الأضرار كافة التي تصيبه جراء الشيء المعيب، هي أن نطاق التعويض في إطار القواعد العامة للمسؤولية التعاقدية يشمل الضرر المادي المتوقع دون الضرر غير المتوقع، لأن المتعاقدين لم يتعاقدا إلا على ما يتوقعانه من الضرر، فالضرر غير المتوقع لا يدخل في دائرة التعاقد وبالتالي فلا تعويض عليه² فإذا أردنا ضمان سلامة المستهلك من أضرار السلعة المعيبة وهي أضرار غير متوقعة، فليس أمامنا إلا اعتماد قاعدة الغش والخطأ الجسيم لتعويض هذا النوع من الضرر الجسيم المنصوص عليه في المادة 379 من القانون المدني، حيث نصت الفقرة الثانية منها على أنه: "غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت المبيع، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشا منه."

خاصة أن المشرع الجزائري ميز بين البائع حسن النية والبائع سيء النية، فألزم هذا الأخير بالضمان، وهو يسأل عن كل الأضرار، الضرر المباشر والضرر غير المتوقع، أما إذا كان حسن النية فيسأل عن الضرر المباشر المتوقع فقط³ ومن خلال ما تم ذكره، يمكن القول أن هذه المسؤولية ذات طبيعة قانونية، حيث عمل المشرع الفرنسي على هدم التمييز بين المسؤولية العقدية والمسؤولية التقصيرية وأدمجها في نظام واحد⁴، وعليه يتم تطبيق هذا النظام على جميع المضرورين من عيوب المنتجات، دون النظر إلى علاقاتهم بالمحترف، بمعنى سواء كانت إلا رابطة التي تربطهم بالمحترف عقدية أو من الغير، فالمسؤولية هنا هي قانونية خاصة لا هي عقدية ولا هي تقصيرية.

2- هي مسؤولية موضوعية:

نتيجة المخاطر الموجودة في التجارة الإلكترونية وكثرتها مع التطور العلمي، أين أصبح العلم يكشف عن عيوب في المنتجات بعد إطلاقها في التداول في وقت لم تكن حالة المعرفة الفنية والعلمية تسمح باكتشافها قبل إطلاقها في التداول³، أي أن عيب المنتج كان خطا ر كامنا لحظة طرحه في التداول، ولكنه لم يكن معروفا وليس باستطاعة المنتج معرفته، ولكن التطور العلمي اللاحق لطرحه في الأسواق هو الذي كشف عن وجوده، فالتطور العلمي هو الذي كشف الآثار الضارة في هذه المنتجات وطرق معالجتها في وقت لاحق وقد انقسم الفقه بخصوص تحميل المحترف (منتجا كان أم موزعا) مسؤولية مخاطر التطور العلمي، إلى اتجاهين أحدهما يؤيد مساءلة المنتج والآخر يؤيد إعفاءه من المسؤولية.

¹ - ممدوح محمد خيرى هاشم، المسؤولية التقصيرية في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة (المسؤولية دون خطأ في القانون المدني). دراسة مقارنة-، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص145.

² - عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، ج5، ط5، دار النهضة العربية، القاهرة، 1964، ص77.

³ - ممدوح محمد خيرى هاشم، المرجع السابق، ص145.

⁴ - حسن عبد الرحمن قدوس، مدى التزام المنتج بضمان السلامة في مواجهة مخاطر التطور العلمي، دون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص ص50-51.

وقد استند المؤيدون لمساءلته إلى أن القانون الفرنسي يقرر مسؤولية البائع عن ضمان العيوب الخفية حتى ولو كان يجهل تلك العيوب، بل حتى لو كان يستحيل عليه العلم بها، ومخاطر التطور التي تهدد سلامة الأشخاص وأموالهم ما هي في حقيقتها إلا عيب خفي ملازم للشيء¹، وكذلك فإن المحترف قادر على تحمل آثار مخاطر التطور العلمي، حيث يمكنه دمج ثمن الأمان والسلامة في المنتج بزيادة قليلة في ثمنه بتحملها في النهاية المستهلك، أما الإتجاه المؤيد لإعفاء المنتج من المسؤولية بسبب مخاطر التطور فأسسوا موقفهم على أساس أن التشريعات لم تتضمن نصا يقرر مسؤولية المنتج بسبب مخاطر التطور، كما أنه لكي تقوم مسؤولية المنتج أو المحترف يجب أن ينسب إليهما خطأ يتمثل في غياب التحذير أو عدم كفايته³ هذا وان الهدف الرئيسي من هذه المسؤولية هو إعفاء المضرور من إثبات الخطأ الشخصي للمنتج، فهذه المسؤولية لا علاقة لها بتقدير سلوك المنتج، وانما ينصب الاهتمام مباشرة على المنتجات ذاتها لمعرفة ما إذا كان مصدر الضرر عيبا ناجما عن صناعة المنتج أو نتيجة لعيب أصاب المنتج أثناء تسويقه.²

الفرع الثاني:

دعوى ضمان العيوب الخفية.

ترتب التشريعات على وجود عيوب خفية في المبيع، دعوى خاصة هي دعوى ضمان العيوب الخفية، ولقد نص عليها القانون الجزائري في المادة 140 مكرر من القانون المدني، ونصت عليها المادة 1386 من القانون المدني الفرنسي، حيث تضمن قواعدها القانون الفرنسي 38-389 الصادر في 19/05/1989 الذي تم إدماج نصوصه ضمن القانون المدني الفرنسي في المواد 01-1386 إلى 18-1386، لكن قبل لجوء المستهلك إلى مباشرة حقه في الضمان يتعين عليه القيام ببعض الإجراءات القبلية. وكما سبق الذكر، لم تحدد المادة 380 من القانون المدني الجزائري المدة التي على المشتري، في خلالها إخطار البائع بالعيوب، إنما تركتها للمألوف في التعامل من جهة، ولطبيعة العيب والشيء المبيع من جهة أخرى. وهو نفس المسلك الذي ذهب إليه المشرع المصري. وسواء حددت مهلة الإخطار أو لم تحدد فالمشتري المستهلك ملزم بإخطار البائع فور اكتشافه للعيوب في الأجل المعقول ودون أي تأخر. ويمكن أن يتم الإخطار شفاهة أو كتابة أو عن طريق برقية أو التلكس أو الهاتف أو بأية وسيلة ممكنة ويجب أن يكون مضمون الإخطار واضحا دون لبس أو احتمال التأويل، يعبر فيه المستهلك بصدق عن طبيعة العيب الذي اكتشفه.³

وبالرجوع إلى قانون حماية المستهلك والنصوص المكملة له، فإنه إذا اشترى المستهلك منتوجا، فبطبيعة الحال يقوم طبقا للقواعد العامة بفحصه بعناية الرجل العادي، وان اكتشف عيبا موجبا للضمان وجب عليه القيام بإجراء الإخطار إذا التزم المستهلك بعد تسلمه المبيع بفحصه واخطار البائع في

¹ - المرجع نفسه ، ص51.

² - موفق حماد عبيد، المرجع السابق، ص336.

³ - خواص جويبة، الضمان القانوني للعيوب الخفي وتخلف الصفة في عقد البيع، مذكرة ماجستير، معهد الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 1986، ص164.

الآجال المعقولة بعد اكتشافه لعيب في المنتج، كان له الحق في المطالبة بالضمان، وذلك عن طريق المطالبة القضائية لإلزام البائع بالتنفيذ العيني، إذا كان التزامه قابلاً للتنفيذ العيني، والا المطالبة بتعويض عن الأضرار اللاحقة به.

1-دعوى التنفيذ العيني:

يتم ضمان المنتجات المباعة عن بعد مثلها مثل السلع المباعة بالطرق التقليدية¹ فالمستهلك يتمتع بحق ضمان العيوب الخفية، وضمان الاستحقاق وفقاً للمادة 11 من قانون الاستهلاك الجزائري التي جاء فيها: "يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه، والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه، وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه"، كما نصت م 13 منه على تطبيق الضمان بقوة القانون ويمتد هذا الضمان أيضاً إلى الخدمات.

كذلك نصت المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، على أنه "يجب أن يتم تنفيذ وجوب الضمان طبقاً للمادة 13 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، دون تحميل المستهلك أي مصاريف إضافية إما: بإصلاح السلعة أو إعادة مطابقة الخدمة. باستبدالها. بردّ ثمنها، وفي حالة العطب المتكرر، يجب أن يستبدل المنتج موضوع الضمان أو يرد ثمنه"¹.

وفي فرنسا نصت المادة 121-01 من قانون الاستهلاك على أنه: "ينبغي أن تشكل المنتجات والخدمات في الظروف العادية للاستعمال أو في ظروف أخرى، مصدر أمن لا يضر بصحة الأشخاص".

إن طلب التنفيذ العيني سواء بإصلاح أو استبدال المبيع المعيب بآخر سليم، هو من حق المستهلك فقط، أما البائع المحترف فليس له هذا الطريق لأن فيه تعطيلاً لأحكام الضمان التي تقضي بالرد أو التعويض، ومع ذلك يشترط أن يكون التنفيذ العيني ممكناً،¹ غير أنه إذا كان العيب جسيماً عن نحو يؤثر في صلاحية المنتج بأكمله ويصعب معه إعادة إصلاحه، فإنه يجب استبداله بآخر سليم حتى يفي المحترف بالتزامه بالضمان.

ب-دعوى التعويض:

نصت عليها المادة 376 من القانون المدني الجزائري في فقرتها الثانية، ورغم أن هذا النص خاص بضمان الاستحقاق الجزئي، إلا أنه يطبق على ضمان العيب الخفي بإحالة صريحة من المادة 381 من نفس

¹ - نصت المادة 13 من قانون حماية المستهلك الجزائري على أنه: "يستفيد كل مقنن لأي منتج سواء كان جهازاً أو أداة أو آلة أو عتاد، أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون، ويمتد هذا الضمان أيضاً إلى الخدمات".

القانون، كما نصت على ذلك المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 التي جاء فيها "إذا تعذر على المتدخل القيام بإصلاح السلعة، فإنه - يجب عليه استبدالها أو ردّ ثمنها في أجل ثلاثين يوما، ابتداء من تاريخ التصريح بالعيب¹."

ويفهم من هذه النصوص أن موضوع الدعوى التي يرفعها المستهلك في هذه الحالة، هو طلب التعويض عن الضرر الذي لحقه بسبب العيب، ولذلك سميت بدعوى التعويض، في حين أن المشرع الفرنسي، أطلق عليها اسم دعوى إنقاص الثمن، على اعتبار أن المستهلك هنا قد اختار الاحتفاظ بالمبيع، لعدم جسامته العيب، أو أن الخسارة التي لحقت به لم تكن جسيمة إلى درجة اللجوء إلى استبدال المنتج أو فسخ العقد، ولذلك يرفع هذه الدعوى للمطالبة بالتعويض جبرا للضرر اللاحق به.

وجدير بالذكر أن دعوى الضمان تسقط بالتقادم بعد مضي سنة من يوم التسليم الفعلي للمبيع، حتى ولو لم يكتشف العيب إلا بعد انقضاء هذا الأجل ما لم يلتزم البائع بالضمان لمدة أطول .

يستفاد من ذلك أنه إضافة إلى الضمان القانوني، يمكن للمتدخل أو المحترف اقتراح ضمانا اتفاقيا أو تعاقديا، بموجب وصل ضمان محرر، يستوفي الشروط المعبر عنها في أحكام المادة 211 - 2 من قانون الاستهلاك الفرنسي وأثناء تنفيذ الضمان التعاقدي بطلب إعادة تبديل السلعة، فإن مدة العدول عن السلعة تُضاف إلى مدة الضمان².

نصت كذلك على الضمان الاتفاقي المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ بقولها "يجب أن يأخذ الضمان الإضافي المقدم للمستهلك شكل التزام تعاقدى مكتوب، تحدد فيه البنود الضرورية لتنفيذه وأن يحتوي على البيانات اللازمة المذكورة في المادة 06 من هذا المرسوم"، إضافة إلى ما تقدم فإن عقود التجارة الإلكترونية تمكّن المستهلك من حيازة الشيء المبيع، حيازة هادئة ومستمرة، بمقتضى ضمان البائع عدم التعرض والاستحقاق.

فالمحترف البائع يكون ضامنا لأي فعل صادر منه أو من فعل الغير، ويكون من شأنه حرمان المستهلك المشتري من كل أو بعض ملكية أو استعمال الشيء المبيع³.

ويشمل الضمان كل صور التعرض سواء الصادر من البائع بفعله الشخصي، أو الصادر من فعل الغير، فإذا ما تعرض البائع شخصا وكان تعرضه قائما على سبب مادي، فللمستهلك طلب التنفيذ العيني بإزالة ما وقع من تعرض، كما له إذا وقع التعرض القانوني، يواجه البائع على أساس الالتزام بالضمان⁴.

¹ - نصت المادة 381 من القانون المدني الجزائري على أنه: "إذا أخطر المشتري البائع بالعيب الموجود في المبيع في الوقت الملائم، كان له الحق في المطالبة بالضمان وفقا للمادة 376".

² - تنص المادة 383 من القانون المدني الجزائري على أنه: "تسقط بالتقادم دعوى الضمان بعد انقضاء سنة من يوم تسليم المبيع، حتى ولو لم يكتشف المشتري العيب إلا بعد انقضاء هذا الأجل، ما لم يلتزم البائع بالضمان لمدة أطول. غير أنه لا يجوز للبائع أن يتمسك بسنة التقادم، متى تبين أنه أخفى العيب غشا منه".

³ - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 31.

⁴ - خليفي مريم، المرجع السابق، ص ص 263-264.

واضافة إلى ضمان البائع المحترف للتعرض الصادر منه، يلتزم كذلك بضمان التعرض الصادر من الغير، غير أنه في هذه الحالة لا يضمن سوى تعرض الغير القانوني الذي يستند إلى حق يدعيه، سواء كان هذا الحق ثابتا وقت البيع، أو إلا إليه بعد البيع من البائع نفسه.

وعليه يلتزم البائع بالضمان بمجرد إخطاره عند حدوث التعرض، بأن يوقف هذا التعرض أو يدفعه، وإذا لم يتمكن من ذلك يلتزم بتعويض المستهلك، استنادا لما جاء بالمادتين 375 و 376 من القانون المدني الجزائري، وبشكل عام تعويضه عن كل ما لحقه - من ضرر وما فاتته من كسب بسبب التعرض أو الاستحقاق الكلي أو الجزئي للمشتري¹، وبالنتيجة بملكيتها للبرنامج، وهو ما يشكل تعرضا غير ملموس من البائع المحترف².

كما يعدّ تعرضا شخصيا من البائع في عقود التجارة الإلكترونية، قيامه ببيع برنامج المعلومات الذي صممه لشخص معين، ثم يتصرف فيه لشخص آخر منافس³، أما التعرض الصادر من الغير، فمثاله كمن يقوم بشراء برنامج كمبيوتر عبر الإنترنت من البائع الذي لم يكن له سوى حق استعماله دون استغلاله، فينازع الغير المستهلك بدعوى استحقاق المبيع المتمثل في البرنامج، وفي هذه الحالة يلتزم البائع بالضمان عند استحقاق المبيع بتعويض المشتري بالمستهلك⁴.

هذا وقد اعترف المشرع الجزائري بصفة جمعيات حماية المستهلكين في التقاضي ورفع دعاوى قضائية، فنصت المادة 72 من قانون حماية المستهلك رقم 09- 03 الصادر في 2009/02/25 على حق الادعاء مدنيا أمام القضاء، بشرط أن تكون هناك مخالفة للقانون الجزائري وأن يكون الضرر مسّ المصالح المشتركة للمستهلكين؛ وتهدف جميع الدعاوى القضائية إلى إصلاح الأضرار التي لحقت بالمصالح الجماعية للمستهلكين.

¹ - أمين أعزان، الحماية القانونية للمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2003، ص 87.

² - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 233.

³ - محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2007، ص ص 93-94.

⁴ - خليفي مريم، المرجع السابق، ص 265.

خلاصة الفصل الثاني:

تتمثل مبررات حماية المستهلك الإلكتروني في افتقاره إلى التنوير المعلوماتي والتقني، بالإضافة إلى مخاطر البيئة الإلكترونية، فبعد أن كانت تقتصر متطلبات حمايته على ضرورة توفير المنتجات التي يحتاج إليها؛ وبأثمان لا تتجاوز قيمتها الحقيقية، أصبح مفهوم حماية المستهلك يستوجب الحفاظ على مجموعة من الحقوق، والتي من شأنها أن تكفل عدم تعرضه للغش والخداع، الذي يرجع أساسه لرغبة المحترف في الربح السريع، بإتباع أساليب غير نزيهة، باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة.

الخاتمة



الخاتمة:

يعتبر المستهلك المتعامل في نطاق التجارة فهو الذي يتلقى الإعلان عن السلع والخدمات بوسيلة إلكترونية قد تكون شبكة الإنترنت أو غيرها فالمستهلك في هذا المجال هو نفسه في عملية التعاقد التقليدية، لكنه يتعامل عبر وسيلة إلكترونية، وبالتالي فله كافة حقوق المستهلك التقليدي مع إضافة خصوصية الوسيلة المستخدمة في التعامل، ويعتبر الاستهلاك الإلكتروني حقيقة قائمة بين أفراد المجتمع الجزائري، الأمر الذي دفع بالمشروع بمواكبة التطورات الاقتصادية كالاقتصادية التي فرضتها التكنولوجيا في مجال الاتصال، أين يعتبر مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية خطوة مهمة في تنظيم الاستهلاك الإلكتروني.

علما بأن التجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني حظيا باهتمام كبير سواء من الناحية الفقهية أو التشريعية الجزائري وذلك بتبيان كل ما يطبق عليهما من أحكام من خلال القانون رقم 09-03 المعدل بقانون رقم 09 – 18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري، وفي هذا الإطار ارتأينا إبداء عدة اقتراحات لعلها تساهم في إثراء هذا الموضوع منها :

- تنوع دور الهيئات الإدارية الكفيلة بحماية المستهلك الإلكتروني وامتداده إلى الجانب الإلكتروني وليس الجانب العملي فقط مثلما هو عليه الشأن حاليا،
- خلق ترسانة قانونية تكون كفيلة بضمان الحماية الوطنية والدولية للمستهلك الإلكتروني، خاصة وان التطور التكنولوجي سريع الانتشار الشيء الذي يقتضي مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال لا سيما إذا كان المورد الإلكتروني خارج الحدود الوطنية،
- خلق تواصل دائم بين مختلف المؤسسات الإدارية فيما بينها وتبادل الخبرات في ميدان حماية المستهلك الإلكتروني، والمساهمة أيضا باقتراح القوانين في مجال التجارة الإلكترونية.
- تم من خلال مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية تحديد أطراف العلاقة الاستهلاكية الإلكترونية، الأمر الذي يطرح مسألة تنظيم المشرع الجزائري للشخص المحترف عبر الإنترنت المدين بحماية المستهلك الإلكتروني على غرار إقرار حق المستهلك الإلكتروني في العدول.
- في الأخير نشير أن آليات حماية المستهلك الإلكتروني رغم أنها تقليدية إلا أن هنالك عدة مؤشرات توجي بأن الجزائر سيكون لها دور كبير في مجال حماية المستهلك من الغش والخداع خاصة المستهلك الإلكتروني وهو ما نتمناه مستقبلا خاصة بعد صدور القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري، وتعديل قانون رقم 09-03 بقانون 18 – 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

قائمة المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع:

أ- الكتب:

1. إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 2003.
2. إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الجوانب القانونية للتعاملات الالكترونية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 2003.
3. إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية (مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
4. إبراهيم خالد ممدوح، إبرام العقد الالكتروني، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2011.
5. إبراهيم خالد ممدوح، أمن المستهلك الالكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2008.
6. أحمد السيد لبيب إبراهيم، الدفع بالنقود الإلكترونية الماهية والتنظيم القانوني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009.
7. أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية ، ط 1 ، منشورات الحلبي الحقوقية، 2008 .
8. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار و حماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008.
9. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الكتاب القانونية، مصر، 2008.
10. بلال عبد المطلب بدوي، البنوك الإلكترونية ، ط 1 ، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006 .
11. بلقاسم حامدي، المرجع السابق، ص 247، نقلا عن سعيد السيد قنديل، التوقيع الالكتروني، ماهيته، صورته، حجيته في الإثبات، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر .
12. جابر محمد ظاهر مشاقبة ، الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية - دراسة مقارنة-، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
13. الجريدي جمال زكي اسماعيل، المسؤولية المدنية الناشئة عن سلع المقلدة عبر الانترنت، - دراسة مقارنة- بين الفقه الاسلامي والفقه القانوني ، مكتبة الوفاء القانونية الاسكندرية، 2011.
14. حسن عبد الرحمن قدوس، مدى التزام المنتج بضمان السلامة في مواجهة مخاطر التطور العلمي، دون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000 .
15. حسين عبد الباسط الجميبي، حماية المستهلك (الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك)، دار النهضة العربية، مصر .

16. حسين محمد، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، طبعة 2001، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
17. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك (دراسة مقارنة)، دار الفكر العربي، مصر، 1997.
18. خليل أحمد حسن قداد، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
19. سامي عبد الباقي أبو صالح، الوفاء الإلكتروني بالديون الناشئة عن المعاملات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، د.س.ن.
20. سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
21. سميحة القليوبي، الأسس القانونية لعمليات البنوك ، ط2 ، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.
22. سهير منتصر، الالتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990.
23. سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009 .
24. شاهين بهاء، الانترنت و العولمة، عالم الكتاب، مصر، 1999.
25. طاهر شوقي مؤمن، عقد البيع الإلكتروني (بحث في التجارة الالكترونية)، دار النهضة العربية، مصر، 2007.
26. عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب -دراسة مقارنة- ، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الإصدار الثاني، عمان، 2009 .
27. عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، ج5، ط5، دار النهضة العربية، القاهرة، 1964 .
28. عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، الكتاب الأول، نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها .المدنية، دار الكتب القانونية، 2007 .
29. عبد الفتاح بيومي حجازي، الجريمة في عصر العولمة، دراسة في الظاهرة الإجرامية المعلوماتية، ط1، دار الفكر الجامعي، 2008 .
30. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002.
31. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك -دراسة مقارنة-، ط 1 ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007 .

32. عبد المنعم موسي إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، سوريا، 2007.
33. عمر خالد رزيقات، عقد التجارة الإلكترونية (عقد البيع عبر الانترنت، دراسة تحليلية)، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007 .
34. كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012 .
35. ماجد محمد سليمان أبا الخيل، العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2009.
36. محمد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.
37. محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية الإلكترونية و الدولية و حماية المستهلك (تميز البيع عن غيره من العقود، تفاوض إبرام البيع وصوره، البيوع الدولية و الإلكترونية و المعلوماتية، حماية المستهلك نقل الملكية، الضمان الوفاء الإلكتروني، فسخ العقد)، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
38. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2007 .
39. محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في القانون الجزائري و المقارن، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.
40. مرقص سليمان، شرح القانون المدني (العقود المسماة: عقد البيع)، الطبعة الرابعة، عالم الكتب، مصر، 1980.
41. ممدوح محمد خيرى هاشم، المسؤولية التقصيرية في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة (المسؤولية دون خطأ في القانون المدني). دراسة مقارنة-، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003 .
42. ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية، المؤتمر العلمي المغاربي 28-29 أكتوبر 2009 ، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس.
43. نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
44. هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000.
- ب- المقالات والبحوث العلمية
1. أمنة سلطاني، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، في 13 و 14 أفريل 2008.

2. خلفي عبد الرحمن، حماية المستهلك الإلكتروني مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني حول "المنافسة و حماية المستهلك" بجامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية يومي 17 و 18 مارس 2009.
 3. سامية لموشية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة ضمن مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي في 13 و 14 أبريل 2008.
 4. عبد الله ليندة، المستهلك و المهني، مفهومات متباينان، مداخلة تم تقديمها في الملتقى الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي 13 و 14 أبريل 2008.
 5. دينا محمود حبال، حماية المستهلك المتعاقد عن بعد، بحث علمي قانوني مقدم لنيل لقب أستاذة محامة، فرع دمشق 2007.
 6. بحث قدم إلى مؤتمر القانون والكمبيوتر والأنترنيت، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، من 01 إلى 03 ماي 2000 .
- ج- المذكرات والأطروحات الجامعية:**
1. أمين أعزان، الحماية القانونية للمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2003 .
 2. أوثن حنان، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص القانون الإداري، كلية الحقوق عنابة، 2012.
 3. برني نذير، العقد الإلكتروني على ضوء القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة 14، 2003/2004.
 4. بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه تخصص قانون الأعمال، جامعة الحاج لخضر بباتنة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق، 2014-2015.
 5. جرعود ياقوت، عقد البيع و حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون جامعة الجزائر، 2002.
 6. خواص جويذة، الضمان القانوني للعيب الخفي وتخلف الصفة في عقد البيع، مذكرة ماجستير، معهد الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 1986 .
 7. ساسي مبروك، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر بباتنة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، 2010-2011.
 8. سماح سفير الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، جامعة الطاهر مولاي، سعيدة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، 2016-2017.

9. شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
10. عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2009.
11. مامش نادية، مسؤولية المنتج (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
12. مترجي رامي زكريا رمزي، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الفلسطيني – دراسة مقارنة بالشرعية الاسلامي-، مذكرة ماجستير، تخصص قانون عام كلية الشريعة والقانون، الجامعة الاسلامية، غزة، 2017.
13. نافذ ياسين محمّد المدهون، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، عين شمس، 2007.
14. أومدو أسماء، منديل نصيرة، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2011/2012.

د- المجالات:

1. سميحة القليوبي، الدفع الإلكتروني، وسائل الدفع الحديثة، مجلة التحكيم العربي، العدد السابع، جويلية 2004.
2. علي أحمد صالح المهداوي، أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية الاتحادي رقم 01 سنة 2006 بشأن المعاملات و التجارة الإلكترونية و القانون الاتحادي رقم 24 بشأن حماية المستهلك)، مجلة الشريعة و القانون عدد 42.
3. نبيل محمد أحمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق، عدد 02، الكويت، 2007.
4. سي يوسف زاهية حورية، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 01، 2007.
5. هبة حمزة، بن قادة محمود أمين، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني وفق القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة القانون الدولي و التنمية المجلد 8 / العدد: 01 (2020).

6. فضيلة بوطورة ، نوفل سمايلي ، التجارة الإلكترونية بني الضرورة وفعالية آليات لحماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي جامعة العريب التبسي تبسة، مجلة الاقتصاد الصناعي ، المجلد 09 /العدد:01(2019).

ه- النصوص القانونية:

- القوانين:

1. قانون الأونيسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع دليل التشريع، 1996، منشورات الأمم المتحدة، 2000.
2. قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 المنشور في جريدة الوقائع المصرية في العدد 241 بتاريخ 2006/10/22.
3. القانون المدني الجزائري .
4. قانون حماية المستهلك الجزائري
5. القانون رقم 02-04 ، المؤرخ في 2004/06/23 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر ج ج عدد رقم 41 ، الصادرة بتاريخ 2004/06/27 ، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 06-10 مؤرخ في 2010/08/15 ، ج ر ج ج عدد رقم 46 ، الصادرة 2010/02/28.
6. قانون: 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، ج. رسمية رقم 2009/15.
7. القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المعدل بقانون رقم 18 – 09 التعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد رقم 15 ، 2009.
8. القانون رقم 06-12 المتعلق بتنظيم الجمعيات، المؤرخ في 2012/02/12، ج ر ج ج عدد 02، الصادرة بتاريخ 2015/02/15.
9. القانون رقم 04-15 المؤرخ في 01 فبراير 2015 ، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج . ر . رقم 06، 2015.
10. القانون رقم 15/18 المؤرخ في 2018/05/10، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ج ج، عدد 28، الصادر في 2018/05/16.
11. القانون رقم 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المعدل و المتمم للقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج، رقم 06 الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018.
12. قانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 يونيو سنة 2008، يعدل و يتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة معدل و متمم.
13. القانون رقم 03-09 المعدل بقانون رقم 18 – 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

14. القانون رقم 05 - 10 المؤرخ في 20 جوان 2005 يعدل ويتمم الأمر رقم 75- 85 المؤرخ في 20 رمضان 1395 ، الموافق 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني المعدل والمتمم ، ج.ر عدد رقم 44 ، 2005.

15. القانون رقم 03- 15 المتضمن الموافقة على الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، ج.ر عدد 64 و 65 ، 2003.

16. قانون العقوبات الجزائري

المراسيم:

1. المرسوم رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المؤرخ في 30/10/1990.

2. المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30/01/1990، المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج ر ج ، عدد 05، الصادرة في 31/01/1990.

3. المرسوم التنفيذي رقم 90-266، المؤرخ في 15/09/1990، المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، ج ر ج ج، عدد 40، الصادرة بتاريخ 19/09/1990.

الأوامر:

1. الأمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم، .

2. الأمر رقم 66-156 يتضمن قانون العقوبات معدل و متمم، .

3. الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26/09/1975، يتضمن القانون المدني المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-07 المؤرخ في 13/05/2007، ج ر ج ج، عدد 31، الصادرة بتاريخ 13/05/2007.

4. الأمر رقم 66-15 المؤرخ في 08 يونيو 1996، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج، عدد 49، صادر بتاريخ 21 يونيو 1996، المعدل و المتمم

5. الأمر رقم 05 - 06 المؤرخ في 18 رجب 1426 الموافق 23/08/2005 المتعلق بمكافحة التهريب، ج ر عدد رقم 59 ، لسنة 2005.

دساتير:

1. دستور 28 نوفمبر 1996، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي 96-438 المؤرخ في 09 ديسمبر

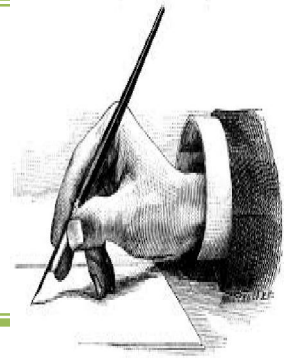
1996، ج ر ج ج، عدد 67 سنة 1996، معدل و متمم بموجب القانون رقم 08-19 المؤرخ في

15/07/2008 يتضمن التعديل الدستوري، ج ر ج ج عدد رقم 63، الصادرة في 16 نوفمبر 2008.

و-المواقع الإلكترونية :

1. www.majalah.News.ma
2. www.legifrance.gouv.fr
3. www.justic.gouv.fr
4. www.justiscom.net
5. www.arablawinfo

فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس الموضوعات
	الإهداء
	شكر وتقدير
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول : ماهية المستهلك الإلكتروني وآليات حمايته	
5	تمهيد
6	المبحث الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني
6	المطلب الأول: مفهوم عقد الاستهلاك الإلكتروني وأطرافه
6	الفرع الأول: تعريف عقد الاستهلاك الإلكتروني
7	الفرع الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني
12	الفرع الثالث: تعريف المهني أو المتدخل
14	المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني
14	الفرع الأول: التطور الحديث في شبكة الانترنت
15	الفرع الثاني: حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية
15	الفرع الثالث: افتقار المستهلك إلى التنوير بالمعلومات التقني
16	المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد
16	المطلب الأول: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام السابق عن التعاقد
16	الفرع الأول: المقصود بالالتزام بالإعلام الإلكتروني
18	الفرع الثاني: محل الحق في الإعلام الإلكتروني
20	المطلب الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد
20	الفرع الأول: المقصود بحق العدول و مبرراته
22	الفرع الثاني: ممارسة الحق في العدول
23	الفرع الثالث: آثار ممارسة الحق في العدول
23	المطلب الثالث: حق المستهلك في حماية الشروط التعسفية وحماية بياناته الشخصية
24	الفرع الأول: حق المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية
24	الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في حماية بياناته الشخصية
26	المبحث الثالث: آليات حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد

26	المطلب الأول: الوسيط الإلكتروني وهيئات حماية المستهلك
26	الفرع الأول: الوسيط الإلكتروني (التصديق الإلكتروني)
28	الفرع الثاني: الهيئات و المواقع الإلكترونية للدفاع عن حقوق المستهلك
31	المطلب الثاني: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني
31	الفرع الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني
35	الفرع الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني
39	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني من الخداع	
41	تمهيد
42	المبحث الأول: ماهية جريمة خداع المستهلك الإلكتروني وأركانها
42	المطلب الأول: مفهوم جريمة خداع المستهلك الإلكتروني وصورها
42	الفرع الأول: تعريف جريمة خداع المستهلك الإلكتروني
43	الفرع الثاني: صور الخداع عبر الانترنت
45	المطلب الثاني: أركان جريمة خداع المستهلك الإلكتروني
45	الفرع الأول: الركن المادي
45	الفرع الثاني: الركن المعنوي
46	المبحث الثاني: حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني
46	المطلب الأول: الوفاء الإلكتروني وطبيعته القانونية
46	الفرع الأول: تعريف الوفاء الإلكتروني وطبيعته القانونية.
48	الفرع الثاني: وسائل الوفاء الإلكتروني
52	المطلب الثاني: مخاطر الوفاء الإلكتروني
52	الفرع الأول: مخاطر الوفاء الإلكتروني بسبب الاستخدام غير المشروع لوسائله.
54	الفرع الثاني: المخاطر القانونية للوفاء الإلكتروني.
55	المطلب الثالث: وسائل حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني
55	الفرع الأول: تأمين الوفاء الإلكتروني.
58	الفرع الثاني: إصدار نصوص تشريعية.
60	المبحث الثالث: حماية المستهلك ضد مخاطر العيوب الخفية
60	المطلب الأول: ضمان العيوب الخفية
60	الفرع الأول: الضمان القانوني للعيوب الخفية.

62	الفرع الثاني: الالتزام بضمان السلامة.
66	المطلب الثاني: المسؤولية المترتبة عن المنتجات المعيبة
66	الفرع الأول: طبيعة المسؤولية عن المنتجات المعيبة
68	الفرع الثاني: دعوى ضمان العيوب الخفية.
72	خلاصة الفصل الثاني
74	الخاتمة
76	قائمة المراجع
84	فهرس المحتويات
	الملخص

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على آليات حماية المستهلك الإلكتروني من الخداع الذي قد يتعرض له من خلال معاملات التجارة الإلكترونية حيث مع التطورات التكنولوجية الحديثة بما فيها الانترنت ظهرت ممارسات مخادعة للمستهلك الإلكتروني قد تمارس من خلال عناصر إلكترونية فتؤثر على قراراته الشرائية وتكون غير سليمة، وتوصلت الدراسة إلى أنه بازياد النزعة الاستهلاكية مع تزايد الحاجات والرغبات الاستهلاكية في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، أصبح المستهلك الإلكتروني يعاني من انتهاك لحقوقه المشروعة بشكل خفي من خلال الممارسات الخادعة من قبل المحترف لتعظيم أرباحه، وخلصت الدراسة إلى أن المتعامل بالتجارة الإلكترونية يوفر الخدمات والنصائح المجانية للمستهلك الإلكتروني مما سيدشجعهم على التعامل معهم، مع الحرص على تبني أفكار جديدة في الممارسات والمعاملات التجارية بعيدا عن الغش والخداع والتعامل في اطار تحمل المسؤولية الاجتماعية لهم.

الكلمات المفتاحية : المستهلك الإلكتروني، التجارة الإلكترونية ، العقد الإلكتروني ، الخداع.

Abstract:

This study aims to identify the mechanisms of protecting the electronic consumer from deception that he may be exposed to , through electronic commerce transactions, with modern technological developments, including the Internet, deceptive practices for the electronic consumer have emerged that may be practiced through electronic elements, affecting his purchasing decisions and be unsound, and the study found With the increase in consumerism with the increase in consumer needs and desires in light of the rapid technological development, the electronic consumer has become suffering from a violation of his legitimate rights in a hidden way through deceptive practices by the professional to maximize his profits, and the study concluded that the electronic commerce dealer provides free services and advice to the electronic consumer, which they will encourage him to deal with them , also taking care to adopt new ideas in commercial practices and transactions away from fraud and deception and dealing with them in the framework of his social responsibility.

Keywords: electronic consumer, electronic commerce, electronic contract, deception.