

جامعة سعيدة، الدكتور مولاي الطاهر



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

الحماية القانونية للمستهلك في ظل

التجارة الالكترونية

مذكرة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة ماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

تحت إشراف الأستاذ:

- د. بومليك عبد اللطيف

من إعداد الطالبتين:

- مرزوقي عائشة

- مفتاح خيرة

أعضاء لجنة المناقشة

رئيساً	جامعة سعيدة	أستاذ مساعد	لربي مكي
مشرفاً ومقرراً	جامعة سعيدة	أستاذ مضارب	بومليك عبد اللطيف
عضواً	جامعة سعيدة	أستاذ التعليم العالي	عثماني عبد الرحمان

السنة الجامعية: 2025/2024

جامعة سعيدة، الدكتور مولاي الطاهر



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

الحماية القانونية للمستهلك في ظل

التجارة الالكترونية

مذكرة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة ماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

تحت إشراف الأستاذ:

- د. بومليك عبد اللطيف

من إعداد الطالبتين:

- مرزوقي عائشة

- مفتاح خيرة

السنة الجامعية: 2025/2024

إهداء

أهدي هذا العمل إلى أمي و أبي أطال الله في عمرهما و أنار دربهما
إلى جميع إخوتي و أخواتي كل باسمه خاصة " عبد الرحمن "
و إلى كل من دعمني من قريب أو من بعيد

خيرة

إهداء

بكل فخر وامتنان

أهدي هذا العمل المتواضع إلى والدي الكريمين اللذان غرسا في قلبي حب العلم،
والسند الأول لي في كل الأوقات فجزاهما الله عني خير الجزاء و جعل هذا العمل في

ميزان حسناتهما

إلى كل إخوتي وأصدقائي الذين كانوا عوناً لي في هذا المشوار،

وأهدي هذا العمل إلى كل من ساندني بكلمة أو دعاء

إلى من كان النور في طريقي رفيق دربي شكراً لوجودك لصبرك ولرفقتك الجميلة في هذا

المشوار

أهدي له هذا العمل بكل امتنان ومحبة

عائشة

شكر و تقدير

أولاً وقبل كل شيء، نحمد الله تعالى ونشكره على توفيقه لنا في إتمام هذا العمل، والصلاة والسلام على نبينا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين.

نتوجه بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ **بومليك عبد اللطيف** على إشرافه ومتابعته لنا طيلة فترة إعداد مذكرة التخرج، وإنه لمن دواعي سرورنا وفخرنا أن تكون هذه المذكرة تحت إشرافه الكريم. و كذلك نتقدم بالشكر لجميع أساتذة قسم الحقوق بجامعة الدكتور مولاي الطاهر، على ما بذلوه من جهد وعطاء طوال سنوات التكوين.

كما نشكر كل من ساهم من قريب أو بعيد في إتمام هذا العمل المتواضع.

قائمة المختصرات

ج.ج: الجمهورية الجزائرية

ج.ر: الجريدة الرسمية

د.ج: دينار جزائري

ص: صفحة

ط: طبعة

ع: عدد

مقدمة

مقدمة:

منذ القديم شكلت التجارة إحدى الدعائم الأساسية التي قامت عليها الحضارات حيث لم تكن مجرد وسيلة لتبادل السلع، بل كانت جسرا للتواصل بين الشعوب وتبادل الثقافات وقد كانت رحلات الشتاء والصيف التي عرفها العرب قبل الإسلام كما ورد في قوله تعالى: "إِلَيْلَافٍ قُرَيْشٍ ﴿١﴾ إِيْلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ ﴿٢﴾" ¹ مثالا على أهمية التجارة آنذاك رغم ما كانت تتطلبه من جهد ومشقة ومخاطر، حيث كانت القوافل تقطع مسافة طويلة عبر الصحاري والجبال من أجل تبادل البضائع وتحقيق الكسب.

ولكن التطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى بروز واقع جديد في ميدان المعاملات الاقتصادية والتجارية، حيث شهدت هذه الأخيرة تحولا جذريا من النمط التقليدي الى نمط حديث يقوم أساسا على استخدام وسائل الاتصال المتطورة وقد افرز هذا التحول ما يعرف بالمعاملات الالكترونية التي تعتمد بشكل رئيسي على شبكة الانترنت كبيئة بديلة لإبرام وتنفيذ الصفقات التجارية في ظل ما يعرف بالاقتصاد الرقمي. ²

وبالتالي أصبح الانسان المعاصر يمارس نشاطات كثيرة ويقوم بمعاملات في وقت قصير ودون جهد من خلال ما يعرف بالتجارة الالكترونية. ويعود ظهور التجارة الالكترونية إلى ثلاثة عقود مضت من القرن الماضي، تعتمد هذه التجارة على نظام معلوماتي أدواته كلها الالكترونية تتمثل في: الحاسب الآلي، وملحقاته كشبكة الانترنت والهاتف والفاكس، وتشمل التجارة الإلكترونية كل معاملات تجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم ومع المستهلك من جهة أخرى، وقد اعتبرها المحللين الاقتصاديين بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية، وذلك كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات، المنتجات، وترويجها. ³

¹ -سورة قريش، الآية 2

² -عبد القادر روشو، "الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، العدد الثاني، 2022، ص458.

³ -بن يوسف كليل، "حماية المستهلك الالكتروني في ظل قانون التجارة الالكترونية الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية، جامعة علي لونسي، الجزائر، العدد الاول، 2023، ص983.

على الصعيد القانوني للمعاملات التجارية، ثم الانتقال من إبرام العقود بالوسائل التقليدية إلى استخدام العقود الإلكترونية.

ويُعرّف العقد الإلكتروني بأنه توافق إرادتين يتم عبر الوسائل الإلكترونية، حيث يصدر أحد الأطراف إيجاباً لعرض معين باستخدام وسائل الاتصال الحديثة، سواء كانت سمعية أو بصرية أو كلاهما، ويقابله قبول مطابق من الطرف الآخر بالوسيلة ذاتها، دون الحاجة إلى إلتقاء مادي بين المتعاقدين أو وجودهما في مكان واحد، وذلك بهدف إبرام صفقة أو إتمام عملية تجارية يرغب الطرفان في تحقيقها.¹

وفي الآونة الأخيرة توجه العديد من المستهلكين نحو التجارة الإلكترونية نظراً لما توفره من مزايا عديدة منها السرعة في إتمام المعاملات، عدم بدل الجهد، وتمكنه من حرية المقارنة بين المنتجات والأسعار، وكذلك التجار حيث تعد فرصة للوصول لأكبر قدر من الزبائن وعرض سلعهم. إلا أنها لا تخلو من المساوئ فإذا كان التاجر المحترف قادراً على أن يقرر هذه المساوئ ويتصرف بما يجنبه ضررها فإن المستهلك الإلكتروني كونه غير محترف قد لا يستطيع دفع الضرر عنه كما أن قلة خبرة هذا الأخير، وضعف مركزه الاقتصادي بالقياس إلى مركز التاجر المحترف، قد يؤديان إلى عدم توازن العقد المبرم بينهما ولا يعد مثل هذا الأمر مقبولا ومن هنا طرحت فكرة إحاطة المستهلك الإلكتروني بالحماية القانونية.

وبالنظر إلى تلك المخاطر التي تواجه المستهلك الإلكتروني فقد عملت كافة الدول إلى تنظيم التجارة الإلكترونية، ووضع إطار قانوني يكفل حماية المستهلك الإلكتروني حيث أصبح هذا الأخير عرضة لعدة مخاطر قانونية وتقنية، بسبب طبيعة المعاملات الإلكترونية التي تتم عن بعد مما استوجب تدخل المشرعين لتكريس حماية فعالة له من خلال نصوص مدنية تضمن حقوقه التعاقدية، أو أحكام جزائية تردع كل من تخول له نفسه استغلال هذه البيئة الرقمية للإضرار به.

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 51.

فقد عمل المشرع الجزائري على تنظيم التجارة الإلكترونية وتوفير حماية للمستهلك الإلكترونية من خلال القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹. حيث سعى المشرع من خلاله لتمكين كلا من المستهلك الإلكتروني والتاجر المحترف من التعامل في إطار قانوني سليم يضمن حقوق وواجبات كلا الطرفين، وبالتالي يضمن إحاطة المستهلك بالحماية اللازمة سواء جنائية أو مدنية .

تكمن أهمية موضوع حماية المستهلك الإلكتروني في اعتباره من المواضيع القانونية المعاصرة التي تدعو إلى البحث والتحليل المعمق. وكذا تطور التكنولوجيا السريع حيث أصبح المستهلك يتعامل بشكل متزايد مع بيئة رقمية تطرح تحديات جديدة تتعلق بثقة المستهلك.

إضافة إلى ذلك ضرورة توفير ضمانات قانونية فعالة تحمي المستهلك عند قيامه بعمليات البيع والشراء عن بعد، وهذا ما يضع المستهلك غالبا في موقع الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية. إضافة إلى ذلك أن الطابع المتطور والسريع للتجارة الإلكترونية يجعل من الضروري أن تكون القواعد القانونية التي تنظم حماية المستهلك الإلكتروني مرنة، ومتجددة وقادرة على مواكبة التغيرات التقنية المتسارعة، وبالتالي وجب على المشرع وضع قوانين تتسم بالشمول والفعالية وصالحة لكل زمان ومكان.

من بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع هو ميولنا ورغبتنا في دراسة هذا الموضوع، نظرا للأهمية التي أقرتها مختلف التشريعات من بينها التشريع الجزائري في حماية المستهلك الإلكتروني، وكذلك تنمية وإثراء رصيدنا الفكري وقدراتنا المعرفية من الجانب القانوني والجانب الواقعي كوننا مستهلكين، وبالتالي هذا سيساعدنا في معرفة حقوقنا وواجباتنا باعتبارنا نقوم في أغلب الأوقات بمعاملات إلكترونية كثيرة ونتعامل مع العديد من الموردين على مستوى الانترنت.

¹ - القانون رقم 18-05، المؤرخ 24 شعبان موافق ل 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، ع 28، صادر بتاريخ 16 مايو 2018.

وموضوع التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك هو موضوع جدي وحديث، وله أهمية كبيرة على مستوى العالم وذلك راجع لكونه أصبح يساهم في تحقيق التنمية بالنسبة لبعض الدول بما له من عائدات كبيرة. ورغم أنه توجد العديد من الدراسات في هذا الموضوع إلا أنه يبقى بحاجة لدراسات في كل فترات، وذلك كونه في تطور سريع ضف إلى ذلك أن أغلب الدراسات تناولت إما الجانب المدني للحماية أو الجانب الجنائي، إلا أننا من خلال هذا الموضوع حاولنا الإلمام بكافة الجوانب منها الإطار المفاهيمي، وحماية المدنية، وكذا الجنائية.

من هنا نطرح الإشكالية التالية الى أي مدى تمكن المشرع الجزائري من توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني وما مدى فاعلية الحماية القانونية المقررة مدنيا وجنائيا ؟

بما أن موضوع حماية المستهلك الإلكتروني له أهمية كبيرة فقد لاقى اهتماما كبيرا من الباحثين، حيث أن جوانبه وردت بشكل متفرق في عدد من المراجع مثل: الكتب، والمذكرات، والمقالات.

مُجد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني.

صراح خوالف، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري.

راشد مُجد المري، الجرائم الإلكترونية في ظل الفكر الجنائي المعاصر .

عويسي عبد الحميد، ياسين جاب الله، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري.

للإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا في دراستنا على المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية وتحليل نتائج الدراسات والأبحاث التي تعرضت لهذا الموضوع ، واعتمدنا على المنهج الوصفي وذلك من خلال وصف الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وعند التعرض إلى المفاهيم النظرية بالتجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني، كما يتخلله المنهج المقارن وذلك عند تحليل التشريعات والاتفاقات والتوجيهات الصادرة بشأن التجارة الإلكترونية. و كذلك عند المقارنة بين التعريفات التي أوردتها مختلف التشريعات حول التجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني.

تمثلت أبرز الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة في أن موضوع الدراسة يعتمد على شقين أساسيين وهما الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية، ما تطلب من بذل جهد ووقت كبير من أجل جمع مختلف النصوص القانونية والمراسيم التنفيذية ذات الصلة بكل نوع من الحماية، كما شكل غياب تشريع خاص ينظم وضع المستهلك الإلكتروني تحدياً إضافياً، الأمر الذي استدعى تطبيق القواعد العامة المعتمدة لحماية المستهلك التقليدي وإسقاطه على المستهلك الإلكتروني، ومن الصعوبات التي واجهناها أيضاً صعوبة الموازنة بين الفصول والمباحث وذلك نظراً لتفاوت المصادر فقد تكون وفيرة في بعض الجزئيات بينما تكون نادرة أو منعدمة في جزئيات أخرى.

ومن أجل تحليل دراستنا، وجب علينا تقسيم الموضوع إلى فصلين. فتناولنا في الفصل الأول الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني، والذي انقسم بدوره إلى مبحثين: تضمن المبحث الأول مفهوم التجارة الإلكترونية، في حين تناول المبحث الثاني مفهوم المستهلك الإلكتروني. أما الفصل الثاني، فقد تناولنا فيه الحماية المدنية والجنائية للمستهلك الإلكتروني، وهو بدوره منقسم إلى مبحثين؛ حيث تضمن المبحث الأول الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني، في حين خصص المبحث الثاني للحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية
و المستهلك الالكتروني

إن شبكة الانترنت قربت بين عديد من دول العالم وجعلتهم في حالة اتصال دائم ومرجع ذلك البيانات والمعلومات التي يتم إدخالها وتحميلها على الشبكة، تنتشر في فترة وجيزة بين كل الدول و أدى ذلك الى ظهور التجارة الإلكترونية¹ التي أصبحت واقعاً مفروضاً لا يمكن التغاضي عنه، حيث أدت إلى تغييرات جوهرية في طبيعة العلاقات التجارية، خصوصاً تلك التي تربط بين المستهلك والمورد، وقد ظهرت هذه التجارة لتُبسّط المعاملات التجارية، لكنها في المقابل طرحت تحديات جديدة، لا سيما بالنسبة للمستهلك الذي أصبح يتعامل ضمن بيئة افتراضية يغلب عليها الطابع اللامادي وبناء على ذلك، أضحت مسألة الحماية، خصوصاً في إطار التعاقد الإلكتروني، ضرورة لا يمكن إغفالها².

ومن هذا المنطلق، ارتأينا أنه من اللازم، قبل التطرق إلى موضوع الحماية القانونية للمستهلك، أن نتناول في الفصل الأول الإطار المفاهيمي، من خلال التطرق إلى مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها وأهميتها في المبحث الأول، ثم التعرّض لخصوصية المستهلك والدوافع التي تبرر توفير حماية قانونية له، مع التمييز بينه وبين المستهلك التقليدي في المبحث الثاني .

¹ - أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها و أساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص20.

² - خالد ممدوح إبراهيم، امن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008 ص33.

المبحث الأول

مفهوم التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية أصبحت تمثل أحد أهم موضوعات الاقتصاد إثارة للجدل في الوقت الحاضر وذلك نظراً لأنها تمثل أداة النشاط التجاري المتوافقة مع عصر المعلومات، والمعتمدة اعتماداً كلياً على وسائل الاتصال عن بعد. ليخلق في هذه البيئة الأعمال التجارية الإلكترونية القائمة على علاقات تعاقدية عبر شبكة الأنترنت¹، وفي هذا السياق لم تبقى الجزائر بمعزل عن هذه التحولات وعليه اتخذ المشرع خطوات هامة لتكييف منظومة قانونية جزائرية مع واقع التجارة الإلكترونية في العالم، فجاء قانون رقم 05-18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية². وعليه من خلال هذا المبحث سنتطرق لتعريف التجارة الإلكترونية في المطلب الأول وخصائصها وأهميتها في المطلب الثاني.

المطلب الأول:

تعريف التجارة الإلكترونية:

بما أن التجارة الإلكترونية ظاهرة حديثة فتمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو، ومصطلح التجارة الإلكترونية أصبح متداولاً بكثرة لدى مختلف قطاعات الاقتصاد، ويعد تحديد مفهوم هذا المصطلح خطوة أساسية لفهم طبيعتها القانونية وتمييزها عن غيرها من المعاملات التجارية التقليدية، وقد ظهرت عدة تعريفات لهذا المصطلح سواء في الفقه أو في التشريعات الوطنية والدولية وكذا المنظمات الدولية.

تعريف التجارة الإلكترونية ينقسم إلى جزئين: الجزء الأول التجارة وهي ممارسة البيع والشراء وهي حرفة التاجر الذي يمارس أعمال تجارية على وجهه اختلاف.

¹ - ابراهيم يامة، "التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة القانون والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، ادرار، العدد الثاني، 2019، ص2

² - القانون رقم 05-18، السالف الذكر.

الجزء الثاني الإلكترونية تدل على أن التجارة تتم عبر وسائل الاتصال الحديثة المعالجة إلكترونياً¹ في هذا المطلب سنتطرق لتعريف التجارة الإلكترونية باختلاف الجهة التي سعت إلى تعريفها من خلال تعريفها تعريفاً فقهيّاً الفرع الأول والتعريف بحسب المنظمات الدولية الفرع الثاني والفرع الثالث سنتطرق فيه للتعريف التشريعي.

الفرع الأول:

التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية

تعددت تعاريف التجارة الإلكترونية وفقاً لاختلاف وجهة النظر عند التعرض لتفسيرها نتيجة لتعدد مجالات تطبيقها وسنعرض من خلال هذا الفرع التحديد الفقهي للتجارة الإلكترونية .

تتجاوز التجارة الإلكترونية كونها مجرد عمليات تبادل بين أطراف محددة عبر الإنترنت، فهي تتمثل في تحديد نماذج أعمال مربحة والعمل على تطويرها. وفي الحقيقة، فإن هذا النوع من التجارة يُعد أسلوباً يعتمد نجاحه على قدرة الشركة في تسويق منتجاتها باستخدام استراتيجيات إقناعية وخطط تسويقية مدروسة، بهدف تحقيق رضا الزبون.²

يرى بعض الباحثين أن التجارة الإلكترونية تُعد نظاماً يُمكن من إجراء عمليات بيع وشراء للسلع والخدمات والمعلومات عبر الإنترنت. كما تشمل أيضاً الأنشطة الإلكترونية التي تساهم في تحقيق الأرباح، مثل تحفيز الطلب على تلك المنتجات والخدمات³ وتشبه التجارة الإلكترونية سوقاً رقمياً يلتقي فيه البائعون والمشترون والوسطاء، وتُعرض فيه السلع والخدمات بصيغة رقمية، ويتم تسديد قيمتها من خلال وسائل دفع إلكترونية. تعرف التجارة الإلكترونية بأنها أسلوب حديث لإجراء عمليات البيع والشراء من خلال تبادل السلع والخدمات بين الأفراد والمؤسسات عبر شبكات تكنولوجيا المعلومات

¹ -يوسف حسن، الاقتصاد الإلكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، ط2012، ص10

² - بشير عبد العلق، سعد غالب ياسين، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2004، ص 128

³ - محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع جامعة البلقاء التطبيقية، 2011، ص 12

والاتصال وهي تشمل كافة التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً سواء بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات فيما بينها، مما يساهم في تسهيل المعاملات وتجاوز الحواجز الجغرافية والزمانية.¹

تُعد التجارة الإلكترونية مجموعة من الأنشطة التجارية التي يتم تنفيذها من خلال شبكة الإنترنت، حيث يُستفاد من هذه الشبكة في ابتكار وإدارة وتطوير العلاقات التجارية في مختلف الأوقات ومن أي مكان. وتشمل هذه العمليات عدة عناصر رئيسية، من أبرزها التعاون بين الأطراف، البيع والشراء، إلى جانب تصميم المنتجات وتطويرها، فضلاً عن التسويق الإلكتروني لها.²

كما ذهب بعض الباحثين إلى تعريف التجارة الإلكترونية بأنها تشمل جميع أنواع المعاملات التي تُجرى عبر شبكة الإنترنت، حتى وإن كانت هذه المعاملات لا تتسم دائماً بالصفة التجارية. ومع ذلك، يغلب أن تتخذ طابعاً تجارياً من جهة مالك السلعة أو مقدم الخدمة، والذي غالباً ما يكون تاجراً يسعى لتحقيق الربح من خلال هذه العمليات الإلكترونية.³

من خلال استعراض هذه التعاريف، يتبين وجود اتجاهين أساسيين في تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية.

الاتجاه الضيق : يرى أصحاب هذا الاتجاه أن التجارة الإلكترونية هي العملية التي تتم بين طرفين بائع ومشتري أو أكثر عن طريق استخدام الكمبيوتر عبر شبكة الانترنت.⁴

الاتجاه الموسع: يرون بأنه تتسع الأعمال الإلكترونية لتشمل جميع النشاطات التي تُمارس باستخدام الوسائط الإلكترونية، بما في ذلك المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنت. وقد عرّفها البعض بأنها مجموعة الصفقات التجارية ونشاطات الأعمال التي تُنجز من خلال الوسائل الإلكترونية المختلفة.⁵

¹ - عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2015، ص15

² مصطفى يوسف كافي، التجارة الإلكترونية، دار ومؤسسة رسلان، دمشق، 2010، ص08.

³ - عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص17.

⁴ - عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2007، ص16.

⁵ - اسامة احمد بدر، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005، ص43.

ويمكن صياغة تعريف جامع للتجارة الإلكترونية بأنها تمثل مجموعة من الأنشطة والمعاملات ذات الطابع التجاري التي يتم تنفيذها عبر الوسائط الإلكترونية، وعلى وجه الخصوص عبر شبكة الإنترنت وتشمل هذه الأنشطة عمليات بيع وشراء السلع وتقديم مختلف أنواع الخدمات، بالإضافة إلى ما يرتبط بها من عمليات مساندة مثل الإعلان، التسويق، التوزيع، وكذا إبرام العقود وتنفيذها.

الفرع الثاني

تعريف التجارة الإلكترونية بحسب المنظمات الدولية

تعريف التجارة الإلكترونية يختلف من جهة دولية إلى أخرى وقد قدمت عدة منظمات دولية تعريفات حاولت من خلالها ضبط هذا المفهوم من بينها منظمة الأمم المتحدة و منظمة التجارة العالمية والاتحاد الأوروبي ومن خلال هذا الفرع سنتطرق لتعريف التجارة الإلكترونية بحسب هذه المنظمات.

أولاً: منظمة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي:

مع بروز فكرة التجارة الإلكترونية خلال سبعينيات القرن العشرين، وما تبع ذلك من تطور ملحوظ في هذا المجال ضمن النظام القانوني الأمريكي، تنبّهت منظمة الأمم المتحدة إلى أهمية وضع إطار قانوني دولي ينظم هذا النوع المستحدث من التعاملات التجارية. وقد أوكلت هذه المهمة إلى لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، المعروفة اختصاراً بالأونسترال (UNCITRAL)

باشرت اللجنة أعمالها بهدف إعداد نص تشريعي نموذجي يأخذ بعين الاعتبار خصوصيات التجارة الإلكترونية واحتياجات المجتمع التجاري الدولي. وقد توجت هذه الجهود بالموافقة، بتاريخ 16 ديسمبر 1996، على إصدار "القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية"¹

لم يتضمن المشرّع ضمن أحكام هذا القانون تعريفاً جامعاً مانعاً لمفهوم التجارة الإلكترونية غير أن الفقرة الأولى من المادة الثانية من ذات القانون قد أشارت إلى بعض الوسائل التي يتم من خلالها إجراء المعاملات التجارية الإلكترونية وذلك على سبيل المثال لا الحصر، حيث نصّت على استخدام وسائل

¹ - الذهبي خديجة، آليات قانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون خاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرا، 2013، ص11.

الاتصال المختلفة كالبرق، التليكس، النسخ البرقي، والبريد الإلكتروني. ويُستفاد من هذا النص أن التجارة الإلكترونية لا تقتصر على إجراء المعاملات عبر شبكة الإنترنت فحسب، بل تشمل كذلك جميع أشكال الاتصال الإلكترونية الأخرى التي تسمح بإبرام التصرفات القانونية عن بُعد. وعليه يمكن أن يتم التعبير عن الإيجاب باستخدام وسيلة إلكترونية معينة كالإنترنت، بينما يتم القبول بواسطة وسيلة إلكترونية أخرى، كالفاكس أو البريد الإلكتروني، دون أن يؤثر ذلك على صحة العقد المبرم إلكترونياً.¹

عقب صدور قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية سنة 1996، سارعت العديد من دول العالم إلى استحداث تشريعات وطنية لتنظيم المعاملات الإلكترونية، مستلهمة في ذلك أحكام ومبادئ هذا القانون النموذجي.

ثانياً: التعريف منظمة التجارة العالمية OMC: تناولت منظمة التجارة العالمية مسألة التجارة الإلكترونية باعتبارها نشاطاً يشمل عمليات إنتاج وتوزيع وبيع وترويج المنتجات عبر شبكة الإنترنت.

وقد اتسع هذا التعريف ليشمل جميع الأنشطة ذات الطابع التجاري، سواء تعلقت بتوريد أو تبادل أو بيع السلع، أو توزيعها، أو التمثيل التجاري، أو الوساطة بالعمولة. غير أن هذا التعريف، رغم شموليته للأنشطة التجارية المتعلقة بالسلع، قد أغفل تناول الخدمات بمختلف أنواعها.

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات"²

تبنى هذه المنظمة تعريفاً واسعاً للتجارة الإلكترونية، يشمل ثلاثة أنواع رئيسية من العمليات التجارية، وهي:

أ/ عمليات الإعلان عن المنتج والبحث عنه.

ب/ عمليات تقديم طلبات الشراء وسداد ثمن المشتريات.

¹ - خالد ممدوح ابراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، المرجع السابق، ص 42-43.

² - ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، ط 1، 2003، ص 11-12.

ج/ عمليات تسليم المشتريات إلى المستهلك.

وعليه، فإن مفهوم التجارة الإلكترونية لا يقتصر على شراء المنتجات فقط، بل يشمل أيضاً تبادل المعلومات والخدمات بين الشركات بعضها البعض، أو بين الشركات والمستهلكين، عبر الإنترنت أو وسائل الاتصال الإلكترونية الأخرى. ويشمل ذلك كافة المراحل، ابتداءً من توفير المعلومات قبل الشراء وصولاً إلى خدمات ما بعد البيع.

ثالثاً: الاتحاد الأوروبي: عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها "جميع الأنشطة التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية، سواء كانت بين المشروعات التجارية والمستهلكين، أو بين كل منهما على حدى وبين الهيئات الحكومية" واستناداً إلى هذا التعريف، تعد التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال المعاملات التجارية سواء المتعلقة بالسلع أو بالخدمات، والتي يجري تنفيذها بطريقة إلكترونية، سواء بين شخصين طبيعيين، أو بين شخص طبيعي ونظام إلكتروني (حاسوب)، أو بين نظامين إلكترونيين مستقلين.¹

الفرع الثالث

التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية

سعت بعض التشريعات الى تنظيم مجموعة من التعريفات للتجارة الإلكترونية نذكر منها ما يلي:

أولاً: المشرع التونسي:

¹ - مصطفى حجاج، التجارة الإلكترونية، مقياس التجارة الإلكترونية، محاضرات موجهة لطلبة السنة اولى ماستر، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت 2022-2023 ص21.

نجد القانون التونسي عدد 83 لسنة 2000 المؤرخ في 9 أوت 2000، والمتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية، والذي يُعدّ من أوائل القوانين العربية التي نظّمت هذا المجال. وقد حرص المشرّع التونسي من خلال هذا القانون على ضبط مفهوم التجارة الإلكترونية و شروط صحة العقد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني حماية المعطيات الشخصية واثبات محررات الكترونية وعرف التجارة الإلكترونية في المادة الثانية بأنها " العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية" وعرف المبادلات الإلكترونية على أنها " المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية"¹

يتضح من هذا التعريف أنّ التجارة الإلكترونية تُعدّ كل عملية تجارية يكون محلها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، وتتم من خلال وسائل إلكترونية. إذ تقوم هذه العمليات على مبدأ المبادلة، سواء تعلّق الأمر بمبادلة سلعة بثمن، أو خدمة بمقابل، أو أداء عمل بعوض. غير أنّ ما يُميّزها هو الوسيلة الإلكترونية التي تُنجز عبرها.

ثانيا: المشرع الفرنسي:

يعتبر المشرّع الفرنسي من بين الأنظمة الرائدة في أوروبا من حيث تنظيم التجارة الإلكترونية وتكييفها مع متطلبات العصر الرقمي، وأصدر عدة قوانين تنظم التجارة الإلكترونية من بينها القانون رقم 230 /2000 في 13 مارس 2000 الذي جاء فيه الاعتراف بالإثبات الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني ولكن لم يتضمن تعريفا محددًا للتجارة الإلكترونية.²

¹ - القانون التونسي الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية رقم 83 سنة 2000 الصادر في 9 ماي ونشر في جريدة الرائد الرسمي للجمهورية التونسية في 11 اوت 2000.

² - خالد ممدوح ابراهيم، ابرام العقد الإلكتروني ، المرجع السابق ص .

و أصدر بعدها قانون 575 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي في 21 يوليو 2004 والذي عرف التجارة الإلكترونية في المادة الرابعة عشر الفقرة الأولى على "أنها النشاط الاقتصادي الذي يقوم من خلاله شخص ما عن بعد بواسطة وسائل إلكترونية بتقديم أو ضمان أو توفير سلع او خدمات"¹ وهذا التعريف يُظهر أن التجارة الإلكترونية تشمل جميع المعاملات التجارية التي تتم عبر الإنترنت، سواء تعلق الأمر ببيع السلع أو تقديم الخدمات، مع التركيز على عنصر عن بُعد والوسائل الإلكترونية

ثالثا: المشرع الجزائري:

نظراً للتطور الملحوظ الذي عرفته الجزائر في مجال المعاملات الإلكترونية، استدعى ذلك إلى ضرورة تنظيم هذا القطاع قانونيا .

استجابة لهذا التحدي اجتهد المشرع الجزائري على مواكبة الدول التي تبنت التجارة الإلكترونية حيث تجلت أولى ملامح من خلال إصدار المشرع للقانون رقم 04/15محدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.²

وبعدها أصدر قانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ويعد هذا القانون خطوة مهمة نحو تعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية، وحماية حقوق جميع الأطراف المتعاملة في هذا المجال وعرف لنا التجارة الإلكترونية في المادة السادسة لفقرة الأولى، وعرفها على أنها "النشاط الذي يقوم بموجبه المورد الإلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".³

وحدد المشرع الجزائري أطراف وعناصر العملية التجارية الممثلين في :

¹ - نوال حاج ،رشيد شمشيم ،"مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر"،مجلة الدراسات القانونية،مخبر السيادة والعولمة، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة المدية ،العدد الاول، 2019 ،ص 179.

² - القانون رقم 04-15 مؤرخ في 11 ربيع الثاني 1436 الموافق ل1 فبراير 2015 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين ج ر العدد 28 صادر بتاريخ 10 فبراير 2015

³ - القانون 05-18 السالف الذكر .

أ/المستهلك الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من مورد إلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

ب/المورد الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية

ج/وسيلة الدفع الإلكترونية: كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به. تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية.

من خلال المادة يمكن تعريف تجارة الإلكترونية على أنها كل نشاط تجاري يتم عبر وسائل اتصال إلكترونية يهدف إلى عرض أو طلب أو بيع أو شراء سلع وخدمات يتم عبر شبكة الانترنت أو أي وسيلة أخرى إلكترونية وما يترتب عليه من التزامات وحقوق قانونية لكل من متدخلين في عملية تجارية.

المطلب الثاني

أهمية التجارة الإلكترونية وخصائصها

إن التجارة الإلكترونية تعد وسيلة متميزة للوصول إلى أسواق العالم جميعها في وقت واحد وبأقل النفقات بالرغم من العوائق والتحديات التي تواجهها¹ هذا ما جعلها تكتسي أهمية على الصعيد الاقتصادي والتكنولوجي، وتتميز بالعديد من الخصائص وعليه سوف يتم التطرق في (الفرع الأول) لأهمية التجارة الإلكترونية ونتطرق إلى خصائصها في (الفرع الثاني).

الفرع الأول

أهمية التجارة الإلكترونية

أهمية التجارة الإلكترونية ترجع إلى الفوائد التي تحققها على كافة المستويات فهي تحقق فوائد للمستهلك (أولاً) وفوائد على المجتمع (ثانياً) كما تحقق فوائد للشركات التجارية (ثالثاً).

¹ - عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص 113.

أولاً: فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلك:

بالرغم من المخاطر التي تحملها التجارة الإلكترونية إلا أنها تحقق فوائد للمستهلك باعتبارها إحدى الركائز الأساسية في الاقتصاد الحديث :

أ/ **الإبحار في شبكة الإنترنت:** أصبح بإمكان المستهلك من خلال التجارة الإلكترونية تصفح شبكة الإنترنت والتسوق في أي وقت ومن أي مكان، سواء من منزله أو مكتبه، وعلى مدار السنة.

ب/ **منتجات وخدمات متنوعة:** أتاحت التجارة الإلكترونية للمستهلك توسيع خياراته واحتياجاته، حيث انتقل من حدود السوق المحلي إلى عالم أوسع مليء بالمنتجات والخدمات المتنوعة¹.

ج/ **توفير الوقت والجهد:** تتيح الأسواق الإلكترونية للمستهلكين إمكانية التسوق والشراء بشكل مستمر على مدار اليوم وطوال الأسبوع، إذ إنها تبقى مفتوحة دون توقف ودون التقيد بأي عطلات رسمية أو إجازات وبذلك، لا يُلزم الزبائن بالسفر إلى مواقع البيع أو الانتظار في طوابير من أجل شراء منتج معين، كما أنهم لا يحتاجون إلى تحمل عناء نقل المنتجات بأنفسهم إلى منازلهم. وتتم عملية الشراء إلكترونياً بكل سهولة من خلال النقر على المنتج المطلوب وإدخال بعض البيانات الخاصة بالبطاقة الائتمانية لإتمام عملية الدفع وإلى جانب استخدام البطاقات الائتمانية، تتيح الأسواق الإلكترونية أيضاً للمستهلكين خيارات دفع أخرى ملائمة، مثل النقود الإلكترونية، أو المحافظ الإلكترونية، أو أي وسيلة أخرى من وسائل الوفاء عبر الإنترنت.

د/ **خفض الأسعار:** تقدم العديد من الشركات عبر الإنترنت منتجات بأسعار أقل مقارنة بالمتاجر التقليدية، وذلك لأن التسوق الإلكتروني يقلل من العديد من التكاليف المرتبطة بالتسوق العادي، وهو ما يعود بالفائدة المباشرة على المستهلكين.

¹ سناء جودت خلف ومحمد نور صالح الجداية، تجارة الكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط2، 2012، ص 36-37.

هـ/ تحقيق رضا المستخدم: يتيح الإنترنت تواصلًا تفاعليًا ومباشرًا، مما يمكن الشركات العاملة في السوق الإلكتروني من الاستفادة من هذه الميزة للرد السريع على استفسارات العملاء، وتقديم خدمات محسّنة، وبالتالي كسب رضاهم وولائهم.¹

و/ إمكانية المستهلك من التعاقد مع شركات دولية، وإبرام أكبر عدد من الصفقات بعد التفكير الهادئ في مواقعهم.²

ثانيا: فوائد التجارة الإلكترونية على المجتمع:

في ظل الثورة الرقمية وتنامي الاعتماد على شبكة الإنترنت، أصبحت التجارة الإلكترونية ركيزة أساسية في الاقتصاد الرقمي المعاصر. فهي تفتح آفاقًا جديدة للتبادل التجاري وتوفر للمستهلكين طرقًا ميسرة للحصول على احتياجاتهم. حيث أن استعراض فوائد التجارة الإلكترونية على المجتمع يبرز أهميتها البالغة في تعزيز النمو الاقتصادي وتحقيق الرفاه الاجتماعي وهي كالاتي:

أ/ اختلاف المجتمع الإلكتروني عن المجتمع التقليدي: يتميز المجتمع الإلكتروني بقدرته على تمكين الأفراد من العمل، والحصول على الدورات التدريبية، ومتابعة الدراسة من المنزل أو المكتب، دون الحاجة للسفر أو استخدام وسائل النقل المختلفة، مما يساهم في تقليل تكاليف النقل العام والخاص.

ب/ رفع مستوى المجتمع من خلال تلبية احتياجاته المتنوعة: يتمكن المستهلك في ظل التجارة الإلكترونية من الوصول إلى منتجات وخدمات متميزة وبأسعار أقل، مما وسّع نطاق رغباته واحتياجاته. كما ساعد ذلك في توفير منتجات وخدمات كانت سابقًا صعبة المنال داخل المجتمع المحلي.

ج/ توفير الخدمات العامة: أسهمت التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية في تقديم الخدمات الحكومية مثل التعليم، والصحة، والضمان الاجتماعي عبر الإنترنت، مما قلل من كلفة الحصول على هذه الخدمات، لا سيما الإلكترونية منها.³

¹ _محمد فوز المطالقة، المرجع السابق، ص14.

² _الذهبي خديجة، المرجع السابق، ص20.

³ _سناء جودت خلف ومحمد نور صالح الجداية، المرجع السابق، ص38.

ثالثاً: الفوائد التي تجنيها الشركات من التجارة الإلكترونية:

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، أصبحت التجارة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من استراتيجيات النمو والتوسع لدى الشركات التجارية. فلم تعد الأسواق التقليدية وحدها كافية لتحقيق الطموحات الاقتصادية، بل بات من الضروري استثمار الفرص التي توفرها التجارة عبر الإنترنت. إذ تتيح هذه المنظومة الحديثة للشركات التجارية فوائد متعددة منها:

أ/ **تسويق أكثر فعالية وتحقيق أرباح:** عندما تعتمد الشركات على الإنترنت كأداة للتسويق والترويج، فإنها تتمكن من عرض منتجاتها وخدماتها أمام جمهور واسع يمتد عبر مختلف الأسواق العالمية. ومن أهم ما يميز هذا النوع من التسويق أنه لا يتوقف عند حدود جغرافية أو زمنية، إذ تظل مواقع التجارة الإلكترونية متاحة للعملاء على مدار أربع وعشرين ساعة يومياً وطوال أيام الأسبوع، دون أي انقطاع. هذا الامتداد الزمني والمكاني يوفر للشركات فرصاً كبيرة لجذب عدد أكبر من العملاء وتحقيق المزيد من المبيعات، مما يؤدي بشكل مباشر إلى زيادة أرباحها، إضافة إلى ذلك فإن سهولة الوصول إلى المنتجات عبر الإنترنت تعزز ولاء العملاء وتدفعهم إلى العودة للشراء مراراً وتكراراً.

ب/ **تخفيض التكاليف والمصاريف التشغيلية:** بالمقارنة مع بناء متاجر فعلية أو مكاتب إدارية كبيرة، تعد عملية إنشاء وصيانة موقع إلكتروني للتجارة الإلكترونية أقل تكلفة بكثير وأكثر اقتصادية. إذ لا تحتاج الشركة إلى إنفاق مبالغ ضخمة على تجهيز المتاجر بمعدات وخدمات مكلفة لخدمة العملاء، كما أنها تقلل من النفقات المرتبطة بالأنشطة الترويجية التقليدية، مثل الإعلانات الورقية أو الحملات الدعائية المكلفة، بالإضافة إلى ذلك فإن الاعتماد على قواعد البيانات الرقمية لإدارة عمليات البيع والاحتفاظ بمعلومات العملاء يقلل الحاجة إلى تعيين عدد كبير من الموظفين للقيام بالأعمال الإدارية. فبفضل هذه الأنظمة الإلكترونية، يستطيع موظف واحد فقط استرجاع المعلومات وإدارة البيانات الخاصة بالشركة بسهولة وسرعة، مما يحقق كفاءة أعلى في الأداء ويقلل من الأعباء المالية.¹

¹ _ بشير عباس العلاق، وسعد غالب ياسين، المرجع السابق، ص116

ج/ التفاعل بين الشركاء والعملاء: يعدّ التفاعل بين الشركاء والعملاء من الجوانب الأساسية في التجارة الإلكترونية، حيث تسعى هذه الأخيرة إلى تقليص المسافات المكانية والزمانية، متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية التقليدية، مما يتيح وسيلة فعّالة وسريعة لتبادل المعلومات والتواصل مع الشركاء التجاريين. ومن خلال هذه البيئة الرقمية المتطورة، تتمكن الشركات من بناء علاقات قوية مع شركائها التجاريين، سواء كانوا من الموردين أو من مقدمي الخدمات، مما يمنحها فرصاً متميزة للاستفادة من مختلف البضائع والخدمات التي تقدمها الشركات الأخرى، حيث تسهّل هذه العمليات على الشركات تحسين سلاسل الإمداد والتوريد، وزيادة الكفاءة التشغيلية، وتوسيع نطاق التعاون والشركات التجارية بما يعود بالنفع على جميع الأطراف المعنية¹.

الفرع الثاني

خصائص التجارة الإلكترونية

مع تطور التكنولوجيا وانتشار استخدام الإنترنت، ظهرت أنماط جديدة لممارسة الأنشطة التجارية تعتمد على الوسائل الرقمية. وقد تميز هذا الشكل الحديث بعدة خصائص جعلته أكثر مرونة وكفاءة مقارنة بالأساليب التقليدية، مما يستدعي التطرق إلى أبرز هذه السمات لفهم طبيعتها القانونية والعملية:

أولاً: عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العقد:

تقوم العقود الإلكترونية والمعاملات التجارية الحديثة على فكرة عدم وجود اتصال مباشر أو مادي بين الطرفين المتعاقدين. فبدلاً من اللقاء وجهاً لوجه أو التعامل عبر وسيط بشري أو حتى تبادل المستندات الورقية، يعتمد هذا النوع من العقود على الوسائل التقنية الحديثة التي تسمح بالتواصل والتفاعل بين الأطراف عبر شبكة الاتصالات.

وعلى الرغم من أن استخدام وسائل الاتصال في التجارة ليس بالأمر الجديد حيث سبق وشهدت التجارة التقليدية استخدام وسائل مثل الفاكس والهاتف لتبادل المعلومات والعقود إلا أن ما يميز النمط

¹ _مُجد فواز المطالقة، المرجع السابق، ص13

الحديث من التعاقد الإلكتروني هو اعتماده على درجة عالية من التفاعلية الرقمية. هذا يعني أن الأطراف يستطيعون تبادل البيانات، وإتمام عمليات البيع والشراء، وتوقيع العقود عبر الشبكات الإلكترونية حتى وإن لم يكونوا متواجدين في اللحظة نفسها أو في المكان نفسه.

إن السمة الجوهرية التي تميز هذه المعاملات هي أنها تعتمد اعتمادا شبه كامل على التكنولوجيا الحديثة والمتطورة، التي لا تكتفي بمجرد تسهيل التواصل، بل تتيح كذلك تجاوز العديد من العقبات المادية والقانونية التي كانت تواجه المعاملات التجارية سابقا سواء على المستوى المحلي أو الدولي فبفضل هذه التقنيات أصبح من الممكن إبرام العقود، وتبادل الالتزامات، وتنفيذ العمليات التجارية دون الحاجة إلى لقاء مادي بين الأطراف أو حتى التواجد ضمن النطاق الجغرافي نفسه.¹

ثانيا: عدم الاعتماد على الوثائق الورقية في التعامل

بعض الفقهاء الأمريكيين يطلقون على التجارة الإلكترونية ونظام التبادل الإلكتروني للبيانات مصطلح "التجارة اللاورقية (Paperless Trading)"، وقد أصبح هذا التعبير رائجا في التشريعات الأمريكية المتعلقة بالتجارة بحيث توجد العديد من المزايا التي تتحقق نتيجة الاستغناء عن المستندات الورقية المادية، من أبرزها:

أ/ خفض التكاليف المرتبطة بإعداد ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية، إذ تقدر تكلفة إنتاج ومعالجة الأوراق في الصفقات التجارية بحوالي 10% من قيمة السلع أو المنتجات.

ب/ تحقيق التنفيذ الآلي للصفقات التجارية، بحيث يمكن تنفيذ جميع مراحلها، مثل الإيجاب والقبول والتعاقد والدفع والتسليم وغيرها، بشكل إلكتروني دون تدخل يدوي وبالتالي تُعد الرسالة الإلكترونية السند القانوني الوحيد المتاح للطرفين في حال نشوء أي نزاع بينهما.²

¹ أمير فرج يوسف ، المرجع السابق ، ص 19.

² - خديجة بركة ورائيا جميلة قندوزي، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، تخصص قانون أعمال ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد بوضياف ، مسيلة ، 2021-2022 ، ص 10

ونرى أن هذه الخاصية في الحقيقة ليست سوى نتيجة مترتبة على الخاصية الرئيسية الأولى التي تم الإشارة إليها سابقا.

ثالثاً : تجاوز الحدود الزمنية والجغرافية التي تقيد حركة التجارة التقليدية

تتميز التجارة الإلكترونية بأنها تتجاوز القيود الزمنية والجغرافية التي تقيد حركة المعاملات في التجارة التقليدية، ويعود ذلك إلى أن العلاقات القانونية الناشئة عن هذا النوع من التجارة لا تبقى محصورة ضمن نطاق مكاني معين أو داخل حدود دولة معينة، بل تمتد وتنشط بحرية تامة عبر حدود الدول المختلفة. فهي ترفض الخضوع لأي سيطرة سياسية محددة أو التقيد بأي قيود جغرافية مرسومة، مما يجعلها ذات طبيعة عابرة للحدود.

ومن المهم الإشارة إلى أن هذه الخاصية ليست خاصة مستقلة تماماً، بل هي في حقيقتها نتيجة مترتبة على الخاصية الأساسية الأولى التي تم التطرق إليها سابقا، وهي اعتماد هذه التجارة على تقنيات حديثة ومتطورة تتيح لها الانطلاق والانسياب دون عوائق مكانية أو زمنية

رابعاً: اتساع نطاق تطبيقات التجارة الإلكترونية

تمتد التجارة الإلكترونية لتشمل مختلف أشكال المعاملات التجارية، سواء تلك التي تتم بين الشركات فيما بينها، أو بين الشركات وعملائها، أو بين الشركات والجهات الحكومية، مما يعكس اتساع نطاقها وشمولها لمجالات متعددة.

خامساً: فكرة النشاط التجاري

يشكّل النشاط التجاري الأساس الجوهري للتجارة الإلكترونية، إذ تعتبر هذه الأخيرة نشاطا اقتصاديا هادفا، شأنها في ذلك شأن سائر الأنشطة التجارية التقليدية، إلى تحقيق الربح وتنمية العوائد المالية¹

¹ - امير فرج يوسف، المرجع السابق، ص 20 .

المبحث الثاني

مفهوم المستهلك الإلكتروني

أدى التقدم والتطور الهائل في مجال المعلوماتية والاتصالات الإلكترونية وسهولة البحث في الإنترنت إلى جذب المستهلك وإغرائه بالدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية، وإقناعه بالتعاقد من خلال شبكة المعلومات الدولية. ولهذا المستهلك الإلكتروني حاجته للحماية تشكل أهمية بالغة نتيجة الثورة التكنولوجية التي ظهرت ونشأت مشكلة حماية المستهلك الإلكتروني¹، وعليه سنتطرق إلى التعريف بالمستهلك (المطلب الأول) وإلى مبررات حماية المستهلك الإلكتروني وتمييزه عن المستهلك التقليدي (المطلب الثاني).

المطلب الأول

تعريف المستهلك الإلكتروني

من أهم الآثار التي تنجم عن استخدام وسائل الاتصال الحديثة بالتعاقد ظهور ما يسمى بالمستهلك الإلكتروني الذي يعتبر من المصطلحات المستحدثة في مجال الدراسات القانونية، حيث أولى فقه القانون اهتمامهم لدراسة هذا المصطلح باعتباره من المفاهيم الأساسية وعلى إثر أهميته سنتطرق إلى التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني (الفرع الأول) وإلى التعريف القانوني للمستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني

المستهلك الإلكتروني بالرغم من حصوله على اهتمام واسع لدى رجال القانون والمشرعين لتحقيق الحماية الضرورية له إلا أنه كمصطلح لم يحصل بتعريف دقيق، وأثار جدلا فقهيًا واسعًا حيث انقسم

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، امن المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق ص33

الفقهاء إلى اتجاهين الاتجاه الأول يضيق من تعريف المستهلك (أولا) والاتجاه الثاني يوسع من مفهومه (ثانيا).

أولا: الاتجاه الضيق

وفقاً لهذا الاتجاه المستهلك الإلكتروني هو الشخص الذي يتعاقد من أجل الحصول على سلع وخدمات لاستخدامها في غير مجال نشاطه المهني. ولا يهدف إلى تحقيق ربح. وهذا ما ذهب إليه الفقيه JON CALAIS AULOY، وحجية أنصار هذا الاتجاه هو أن المهني لديه الخبرة والدراية في كل ما يتعلق بمهنته عكس المستهلك الذي لا تتوفر لديه الخبرة فقد يكون معرض للخطر.¹

وقد يكون مستهلكا وفقا لاتجاه آخر «الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي يحصل أو يستعمل المال أو الخدمة لغرض غير المهني» وهذا التعريف يقترب كثيرا من المعنى الوارد في المراسيم الأوروبية بخصوص فكرة المستهلك.

كما عرف الأستاذ CORUN المستهلك بأنه: «كل مشتري غير مهني لأموال للاستهلاك التي تخصص لاستعماله الشخصي» ، ويعد هذا التعريف مجاورا للتعريف السابق وكذلك التعريف الذي حدده الأستاذ GHESTTN من أنه الشخص الذي من أجل حاجاته الشخصية غير المهنية يصبح طرفا في عقد توريد أموال أو خدمات ، ويبدو هذا الاتجاه الضيق لفكرة المستهلك هو الأقرب في رأي معظم الفقهاء إلى بيان ذاتية المستهلك.

وقد يكون المستهلك في الغالب شخصا طبيعيا غير أنه يمكن تخويل بعض الأشخاص الاعتبارية الخاصة صفة المستهلك ، كالجمعيات التي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية ولا تهدف إلى تحقيق ربح. وعند تحليل عناصر التعريف يشير إلى أن المستهلك هو الشخص الذي يحصل على المال أو الخدمة

¹ - ليلي لعموري ، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني ، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون جنائي وعلوم إجرامية، قسم القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص9.

لغرض غير مهني ، وهو بذلك يختلف حتما عن الشخص الذي يقدم له هذا المال ، لأن هذا الأخير يعتبر مهنياً أو محترفاً ولا يعد مستهلكاً ولا يستحق الحماية المقررة للمستهلك ، إذ يفترض فيه أنه الطرف الأقوى من الناحية المعلوماتية والاقتصادية في عقد الاستهلاك ، ويمكن تعريف هذا المهني أو المحترف بأنه : "كل شخص يتصرف بصفة معتادة ومهنية في إطار أنشطته بهدف تحقيق الربح سواء كان شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً وسواء كان من القطاع العام أو الخاص".

والقول بأن المستهلك هو الشخص الذي يحصل "أو" يستعمل ، يعني أن المستهلك قد يحصل على المال ولا يستعمله ولكن يستعمله أفراد أسرته ، فذهب البعض إلى أن هذا الغير الذي يستعمل المال أيضاً مستهلك غير أن هذا الغير لم يكن طرفاً في عقد الاستهلاك وإن كان يرتبط به ، والذي يجب حمايته هو الشخص الذي أبرم عقد الاستهلاك بوصفه مستهلكاً لأنه هو الذي حصل على هذا المال بعد أن أتم العقد¹ ، وقد يجب أن يكون القصد من استعمال الخدمة غير مهني لأن بهذا المعيار يكون الشخص مستهلكاً.²

إن تعريف المستهلك الإلكتروني لم يخرج عن المعنى التقليدي ، ولكن يضاف له قيد ما وهو تعامله بالوسيلة الإلكترونية ولذلك أمكن تعريفه بأنه "كل من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ، ولا يهدف لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها لشايطه المهني ، وأن يتم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة".³

ثانياً: الاتجاه الموسع

المستهلك الإلكتروني طبقاً لأنصار الاتجاه الموسع ، هو كل شخص يستعمل مالا أو خدمة لتحقيق حاجاته الخاصة أو لحاجات نشاطه المهني ، أي أن هذا الاتجاه أضافوا صفة المستهلك حتى على المهنيين الذين يبرمون عقوداً تخرج عن نطاق اختصاصهم كالصانع الذي يتعاقد لشراء أثاث لمصنعه ، واستبعد من

¹ - أسامة أحمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، ص 56-57

² - نفس المرجع ، ص 63

³ - محمد أحمد عبد الحميد أحمد ، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2015 ، ص 32

نطاق الحماية فقط الأشخاص الذين يشترون شيئا لإعادة بيعه¹ ، وقد بيّن ذلك قضاء النقض الفرنسي بتبني المعيار الموسع لإطلاق لفظة مستهلك على أصحاب المهن الذي يتعاقدون خارج نطاق اختصاصهم، وذهب جانب من الفقه الفرنسي إلى تبني ما قرره الأحكام القضائية في الأخذ بالفكرة الموسعة للمستهلك كما تعددت الوسائل القانونية سواء في الفقه أو في الاجتهاد القضائي لتحقيق الغاية المنشودة من تقنين حماية المستهلك بحيث انقسمت الآراء في هذا الشأن إذ يرى فريق من الفقه وبعض التطبيقات القضائية ضرورة تبني معيار الاختصاص المهني باعتباره الأوسع نطاقا والأقدر في تصورهم على إحكام الحماية القانونية المقررة للمستهلكين ، وفي المقابل يذهب فريق آخر تؤيده بعض الاتجاهات القضائية إلى أن المعيار الأمثل لتحقيق تلك الغاية يتمثل في معيار الإسناد المباشر ، باعتباره الأكثر دقة وملائمة في تحديد نطاق الحماية القانونية

أ/ معيار الاختصاص:

تكمن مبررات هذا المعيار في ان من يتعاقد خارج نطاق اختصاصه المهني يعد محلا للحماية القانونية ضد اساءة استعمال الطرف القوي المتعاقد معه لقوته الاقتصادية² ، وبتطبيق هذا المعيار قد يتمكن القضاء من مد مظلة الحماية القانونية لعدد غير محدود من الاشخاص سواء كانوا مهنيين ام لا مادام ان التصرف خارج نطاق اختصاصهم المهني فهو غير مهني بالنسبة لتصرفات معينة ومهني في ذات الوقت بالنسبة للتصرفات الأخرى وهي ما تدخل في نطاق اختصاصه ، ومثال ذلك تاجرا إذا باشر نشاطه التجاري وتصرف بناء على أنه تاجر، ثم أبرم عقد تأمين على نشاطه في الوقت نفسه، وحدث نزاع بشأن هذه التصرفات ، فإنه يعتبر طرفا قويا أمام القضاء فيما يتعلق بالتصرف الأول بينما يعد طرفا ضعيفا فيما يخص التصرف الثاني ، وبهذا يقتضي الأمر من القضاء أن يفحص حالة كل مهني على حدة مستندا إلى عناصر موضوعية تمكنه من استخلاص نتيجة منطقية ومبررة وذلك على افتراض

¹ - امير رقيود وصهيب إسحاق مكيدش، الحماية القانونية لحقوق المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريج، 2022-2023، ص14

² أسامة احمد بدر المرجع السابق ص 47

أن مسألة ما إذا كان الشخص يتصرف داخل نطاق اختصاصه المهني أو خارجه ، وهي مسألة موضوعية يقدرها قضاة الموضوع دون خضوعهم لرقابة محكمة النقض.¹

ب/ معيار الإسناد المباشر:

إن معيار الإسناد المباشر لا يحدد ذاتية المستهلك ، ولكنه يشير فقط ووفقا لمنطق الاتجاه الموسع إلى المهني الذي يعد مستهلكا وتجب حمايته وفقا لمضمون هذا المعيار ، وقد استندت بعض الأحكام القضائية في فرنسا إلى هذا الاتجاه ففي أحد التطبيقات القضائية كانت هناك شركة متخصصة في صناعة الأواني الزجاجية ، ووقع حادث اشتعال للنيران داخل الشركة بسبب صب مادة منصهرة في إناء زجاجي وهي في حالة الذوبان ولم تتمكن الشركة من السيطرة على الحريق بسبب انقطاع المياه ، على اثر ذلك أقامت الشركة دعوى قضائية ضد المتعهد بتوريد المياه ، رغم ان عقد التوريد كان يتضمن شرطا يعفي المتعهد من اي مسؤولية لكن الشركة أصرت على حقها في رفع دعوى وطالبت بإبطال هذا الشرط باعتبارها مستهلكا، واعتبر القضاء استنادا إلى معيار الإسناد المباشر إلى أن الشركة تعد كالمستهلك الذي يستحق الحماية القانونية ، وجاء في تسبيب الحكم أن هناك صلة تربط عقد التوريد بمهنة الشركة إذ أن الشركة تستهلك كميات كبيرة من المياه في إطار ممارستها لنشاطها الصناعي.

فجوهر هذا المعيار هو مجرد وجود صلة تربط بين العقد والمهنة التي يمارسها الشخص ، بحيث يعد سندا لتطبيقات قضائية تمكن بشروط محددة من مد الحماية القانونية لبعض المهنيين تحت ما يعرف بمعيار الإسناد المباشر.²

¹ نفس المرجع، ص 50 _ ص 51

² -اسامة احمد بدر، المرجع السابق، ص 53_ ص 54

الفرع الثاني

التعريف القانوني للمستهلك الالكتروني

نظرا لحدثة مصطلح المستهلك بمجال القانون فإن التعريف القانوني تم أخذه من المفهوم ، بحيث لا يوجد خلاف شديد بين علماء الاقتصاد ورجال القانون في تحديد مفهوم المستهلك¹ الذي له أهمية كبيرة كمعيار لتحديد الشخص المقصود بالحماية وهذا ما دفعنا لمحاولة تعريف مفهوم المستهلك الالكتروني لدى المشرع المصري (أولا) وتعريفه لدى المشرع الفرنسي (ثانيا) وتعريفه في المنظمات الدولية (ثالثا) وتعريفه في بعض قوانين الدول العربية (رابعا) وتعريف المستهلك في التشريع الجزائري (خامسا)

أولا: تعريف المستهلك الالكتروني لدى المشرع المصري:

لقد عرف المشرع المصري المستهلك في المادة 1 القانون 67 سنة 2006 بأنه "كل شخص تقدم إليه أحد منتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص"، هذا التعريف يقوم على الغرض من التصرف إذا كان الغرض بعيدا عن نشاطه المهني فإنه يكون مستهلكا أما إذا كان الغرض من التصرف يتعلق بنشاط الشخص المهني ففي هذه الحالة لا يعد مستهلكا أي أن المستهلك هو الذي يقوم بعملية استهلاكية لإشباع حاجته اليومية دون أن يكون له نية تحقيق ربح.²

بناءً على ذلك يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني بأنه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحصل على السلع أو الخدمات من المهني لغير الأغراض التجارية ويتسلمها سواء بشكل مادي أو حكمي ، بمقابل أو بدون مقابل وذلك من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية³ ، وللاشارة أن المستهلك الإلكتروني لا وجود له إطلاقا في إحكام القانون 67 للسنة 2006 الصادر بشأن حماية المستهلك. وهو أمر غير مستغرب إذ يلاحظ البعض أن المشرع المصري ما زال غافلا عن إصدار قانون ينظم التجارة

¹ - حنان مسكين ، مبدأ حرية المنافسة وحماية المستهلك في القانون الجزائري والمقارن، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص القانون الاقتصادي، قسم

الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة، 2021، 2020، ص135

² - خالد ممدوح إبراهيم، امن المستهلك الالكتروني المرجع السابق، ص28

³ - محمد احمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص40_41

الإلكتروني رغم أنه سبق وأصدر قانون ينظم التوقيع الإلكتروني في 17 أبريل 2004، وكان من الأولى أن يصدر قبل ذلك قانون خاص بتنظيم التجار نظرا لأهميتها البالغة ، خاصة وأن معظم دول العالم باتت تسبق إصدار مثل هذا القانون بتنظيم المعاملات والتجارة الإلكترونية.

وبالتالي فإن السبيل الوحيد لحماية المستهلك الإلكتروني وعلى الرغم من الضرورة القصوى لتلك الحماية هو الرجوع إلى القواعد العامة والتي يغلب عليها مراعاة خصوصية هذا نوع من العقود.¹

ثانيا: تعريف المستهلك لدى المشرع الفرنسي

المشرع الفرنسي لم يضع تعريفا مستقلا أو خاصا صريحا للمستهلك الإلكتروني بل اكتفى باستخدام تعريف المستهلك العام ، بحيث عرف مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 26 يوليو 1993 المستهلكين بأنهم "الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني"

فالمستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الذي يرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها بهدف الحصول على السلع أو الخدمات اللازمة لتلبية احتياجاته الشخصية أو احتياجات أسرته دون أن يكون غرضه إعادة بيع هذه السلع أو استخدامها في نشاطه المهني ودون أن يمتلك الخبرة الفنية لمعالجتها أو إصلاحها ويتم هذا التعاقد بالوسائل الإلكترونية الحديثة.²

ثالثا: تعريف المستهلك الإلكتروني في المنظمات الدولية

إن محكمة العدل الدولية في قراراتها بتاريخ 22-11-2001 أوضحت أن المستهلك هو فقط الشخص الطبيعي في المادة الثانية من التوجيه الأوروبي رقم 13193 وعرفت السوق الأوروبية المستهلك بأنه "ليس فقط مشتري أو مستخدم سلع وخدمات لاستعماله الخاص والعائلي، بل كل شخص تمسه

¹ - روفية ضيف، سومي لرقد، المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي ، جامعة قسنطينة ، يومي 23 و24 ابريل 2018، ص4

² - عبد الرؤوف حسن أبو الحديد ، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، القرية الأولمبية_ المنصورة ، 2019 ، ص75

مختلف مظاهر الحياة الاجتماعية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة باعتباره مستهلكا". كما بيّنت المادة 1/5 من اتفاقية روما لسنة 1980 بشأن القانون الواجب التطبيق على العقود الدولية ماهية المستهلك على أنه "تنطبق هذه الاتفاقية على العقود الدولية المبرمة لغرض توريد قيم مادية منقولة أو خدمات إلى شخص المستهلك لاستخدام يعتبر قريبا عن نشاطه المهني". وباعتبار أن المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة تضمنت التشريعات الحديثة قواعد خاصة لحمايته سواء تم التعاقد بين الطرفين بالطرق التقليدية أو من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية.¹

وقد تجلت العديد من المبادرات الدولية التي أوصت بما منظمة التعاون الاقتصادي من عمل توجيهات تتعلق بالخطوط العريضة لحماية المستهلك الإلكتروني ، وذلك من خلال الهيكل العام للتجارة الإلكترونية وعلى سبيل المثال لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية يجب تقديم معلومات واضحة ومتكاملة حول العرض المقدم من المورد بما في ذلك تحديد السعر ، طريقة الدفع ، كما يجب إنشاء آليات موثوقة لتوثيق المعلومات الإلكترونية المتبادلة بين التاجر والمستهلك ، وتعزيز التعاون الدولي بين الدول والمنظمات الدولية ذات الصلة لتعزيز حماية المستهلك في بيئة التجارة الإلكترونية.²

رابعا: تعريف المستهلك في بعض قوانين الدول العربية

لم يصدر قانون خاص بحماية المستهلك بجانب مصر، سوى قانون دولة الإمارات العربية المتحدة ولبنان. وقد عرف قانون الاتحاد لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 24 لسنة 2006 في شأن حماية المستهلك في المادة الأولى المقصود بالمستهلك بأنه "كل من يحصل على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعا لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين".

¹ - خالد ممدوح ابراهيم، امن المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص 23. ص 24

² - عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، المرجع السابق، ص 72_ ص 73

كما عرف المستهلك القانون اللبناني الخاص بحماية المستهلك لسنة 2004 بأنه "هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني".¹

وقد جاء في القانون البلجيكي تعريف المستهلك بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يحصل على منتجات أو خدمات مطروحة للتداول أو يستخدمها لأغراض لا تتصل بنشاطه المهني". هذا التعريف يكاد يتطابق مع ما أقرّه المشرّع اللبناني، حيث شمل بدوره المستهلك سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، شرط أن يكون تعامله مع السلع أو الخدمات خارج نطاق مهنته أو نشاطه التجاري.

وعليه فإن المستهلك في العقود الإلكترونية يتمتع بذات الحقوق التي يتمتع بها المستهلك في العقود التقليدية وفقا للتشريعات الوطنية، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات التي تميّز العقد الإلكتروني، لا سيما كونه عقداً يبرم عن بعد عبر شبكة الإنترنت.

ومن خلال التأمل في التعريفات الواردة سواء في اللغة أو في التشريعات المذكورة، يتبين لنا أنها لم تفرد تعريفا خاصا بالمستهلك الإلكتروني، بل اكتفت بتطبيق مفهوم المستهلك التقليدي عليه، وذلك على الأرجح لأن فكرة المستهلك الإلكتروني لم تكن مطروحة عند صدور هذه القوانين ، ونظرا لأهمية وضوح هذا المفهوم في البيئة الرقمية، تبرز الحاجة الملحة إلى وضع تعريف تشريعي خاص بالمستهلك الإلكتروني يأخذ في الاعتبار خصوصيات المعاملات الإلكترونية.

خامسا: تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري

عرف القانون الجزائري المستهلك الإلكتروني في المادة السادسة الفقرة الثالثة من قانون التجارة الإلكترونية المستهلك الإلكتروني "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".² تقابل هذه

¹ خالد ممدوح إبراهيم، امن المستهلك الإلكترونية، لمرجع السابق، ص 27

² - قانون رقم 05/18 السالف الذكر.

المادة من القانون المادة الثالثة الفقرة الأولى من قانون حماية المستهلك الجزائري 09-03 في تعريف المستهلك على أنه "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 متكفل به.¹ ومن خلال نص المادة نلاحظ أن المشرع الجزائري أسس تعريفه على الوسيلة المستعملة في إشباع الحاجات والرغبات، إذ أن المستهلك يقوم باستخدام جهاز الكتروني مرتبط بشبكة انترنت تعينه على البحث عن السلعة أو الخدمة التي يريدتها.²

وبهذا يعتبر المستهلك الإلكتروني، وفقاً لما نص عليه المشرع، كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم باقتناء سلعة أو خدمة من المورد الإلكتروني، سواء مقابل دفع مقابل مالي أو بشكل مجاني، بشرط أن يكون الهدف من ذلك هو الاستخدام النهائي لهذه السلعة أو الخدمة. أما فيما يتعلق بالتزامات المستهلك الإلكتروني، فقد أوجب المشرع عليه دفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرام الوثيقة، وذلك وفقاً لما نصت عليه المادة 16 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.³

المطلب الثاني

مبررات حماية المستهلك الإلكتروني وتمييزه عن المستهلك التقليدي

إن ظهور التجارة الإلكترونية التي تعتمد على الوسائط الرقمية في إبرام وتنفيذ العقود أثرت بشكل واضح على العلاقة بين المستهلك والمورد، إذ أصبح المستهلك يتعامل في بيئة غير تقليدية، تفتقر أحياناً للشفافية والضمانات الكافية ففي الوقت الذي يحظى فيه المستهلك التقليدي بحماية قانونية واضحة، يظل المستهلك الإلكتروني في وضع هش، ما يستدعي توفير حماية قانونية تراعي خصوصيات البيئة

¹ - القانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق ل 25 فبراير 2009 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر، ع 15 ، الصادر بتاريخ 8 مارس 2009.

² خديجة بركة، المرجع السابق، ص 28

³ خديجة عبد اللاوي، قانون المعاملات الإلكترونية، محاضرات موجهة لطلبة السنة أولى ، القانون الخاص، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، 2021_2022، ص 30.

الرقمية¹. ومن هنا تبرز أهمية التمييز بين المستهلك الإلكتروني ونظيره التقليدي، وبيان المبررات القانونية والاقتصادية التي تقتضي تكريس حماية فعّالة له.

ومن خلال هذا المطلب سنتناول في الفرع الاول مبررات حماية المستهلك الالكتروني وفي الفرع الثاني التمييز بين المستهلك التقليدي والالكتروني.

الفرع الأول:

مبررات حماية المستهلك الالكتروني

إن البيئة الالكترونية فرضت عدة تحديات أمام المستهلك ما جعله في حاجة الى حماية قانونية. وفي هذا الفرع سنتناول مبررات حماية المستهلك الالكتروني التي جاءت نتيجة لضعف مركز المستهلك الالكتروني مقارنة بالمورد.

أولاً: التطور التكنولوجي الذي عرفته شبكات الانترنت

يعد التطور التكنولوجي المتسارع أبرز مبررات إقرار حماية قانونية فعّالة للمستهلك في بيئة المعاملات الإلكترونية، حيث أدى هذا التطور إلى اتساع نطاق النشاط التجاري عبر الوسائط الرقمية، وظهور أنماط جديدة من التسويق والتعاقد عن بُعد، دون الحاجة إلى التواجد المادي للأطراف، خلافاً لما هو مألوف في العقود التقليدية². وقد فرض هذا الواقع الجديد تحديات قانونية تستدعي إعادة النظر في الإطار القانوني المنظم للعلاقات التعاقدية الإلكترونية، لاسيما من زاوية التوازن العقدي بين المزود والمستهلك، بالنظر إلى الوضعية الضعيفة للطرف الأخير، الذي غالباً ما يُجْرَم من فرصة المعاينة المادية للمبيع قبل إبرام العقد، على خلاف ما هو مقرر في إطار البيوع التقليدية.

ثانياً: حاجة المستهلك المعاصر الى الخدمات الالكترونية

¹ - هبة عبد الله منصور، حماية المستهلك في العقود الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ط1، 2018، ص45

² - بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الانترنت، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2004، ص10 وما بعدها.

لم يكن المستهلك في بداية ظهور التجارة عبر شبكة الإنترنت يُولي اهتمامًا يُذكر بالمواقع التجارية غير أنّ التغيرات المتسارعة التي شهدتها ميدان المعاملات الاقتصادية، ولا سيما انتشار التجارة الإلكترونية فقد أصبح المستهلك يطالب بالحصول على منتجات وخدمات تتماشى مع حاجاته وتلبي رغباته الخاصة إلا أنّ معظم المنتجين لا يزالون يتبعون نمطًا تقليديًا في تسويق سلعهم، يوجّه إلى جمهور واسع دون تمييز، وهو ما يؤدي في كثير من الأحيان إلى عدم تحقيق الإشباع الكامل لتطلعات المستهلك.¹

ثالثا: ضعف الثقافة المعلوماتية الإلكترونية لدى المستهلك

أضحت شبكة الإنترنت بمثابة صالة عرض افتراضية تُعرض من خلالها مختلف السلع والخدمات، حيث تُستخدم الوسائل الإلكترونية كالبريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية لتحقيق غاية واحدة، تتمثل في عرض المنتجات والخدمات للمستهلك والتعاقد معه عن بُعد، ومن أبرز هذه الخدمات: الخدمات السياحية، المصرفية، التأمين، وبيع التذاكر وهذا ما يدفعه إلى الاقبال عليها و ابرام التصرفات من خلال شبكة الانترنت.²

وغالبًا ما يفتقر المستهلك إلى الخبرة والمعرفة الكافية في مجال تقنية تكنولوجيا المعلومات، مما يجعله عرضة للوقوع في علاقات تعاقدية عبر مواقع إلكترونية وهمية وبالتالي عدم درايته قد يؤدي به الى الوقوع في حيل وخداع قراصنة الانترنت من خلال التعاقد الوهمي.³

الفرع الثاني

التمييز بين المستهلك التقليدي والمستهلك الإلكتروني

يتميز المستهلك التقليدي عن المستهلك الإلكتروني من خلال الإطار القانوني الذي ينظم حقوقهما والتزاماتهما. يخدع المستهلك التقليدي أساساً لأحكام القانون الرقم 09-03 المتعلق بحماية

¹ - روفية ضيف و سومية لرقد، المرجع السابق، ص6.

² - سليمة لدغش، "حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت بين الواقع والضرورة"، مجلة حقوق وحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الرابع، افريل 2017، ص6.

³ - عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1، 2012، ص62.

المستهلك وقمع الغش، بينما ينظم القانون الرقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حقوق المستهلك الإلكتروني. من خلال هذا الفرع سنتطرق لأهم الفروقات بين المستهلك الإلكتروني والتقليدي.

أولاً: تعريف المستهلك

المستهلك التقليدي عرفته المادة 3 من القانون رقم 09-03 على أنه "هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم باقتناء سلعة أو الاستفادة من خدمة، سواء بمقابل أو مجاناً، بهدف الاستهلاك النهائي، وذلك لتلبية حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان تحت رعايته"¹

بينما المستهلك الإلكتروني عرفته لنا المادة السادسة فقرة ثالثة من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"²

هذا يعني أن المشرع اعتبر المستهلك الإلكتروني المستهلك الذي يبرم عقداً إلكترونياً عبر الإنترنت أو وسيلة اتصال وبالتالي هذا التعريف يدمج الصفة العامة للمستهلك مع وسيلة تعاقد إلكترونية ليحدد طبيعة المستهلك الإلكتروني.

ثانياً: طبيعة العلاقة التعاقدية

يُبرم المستهلك التقليدي عقده في إطار علاقة مباشرة مع التاجر داخل محل مادي، مما يتيح له فرصة معاينة السلع أو الخدمات والتحقق من خصائصها قبل إتمام التعاقد. في المقابل، يُبرم المستهلك الإلكتروني عقده عن بُعد عبر الوسائط الإلكترونية، دون أي تواجد مادي أو اتصال مباشر مع المهني، وهو ما يجعله أكثر عرضة لمخاطر الاحتيال، والغش، والتضليل، نظراً لغياب المعاينة الفعلية وصعوبة التحقق من طبيعة المعروضات وشروط التعاقد.³

¹ - القانون رقم 09-03 السالف الذكر.

² - القانون 18-05 السالف الذكر..

³ - عبد الله ذيب محمود، المرجع السابق، ص32.

ثالثاً: وسائل الدفع

يتميّز الدفع في إطار المعاملات التقليدية بكونه يتم غالباً نقداً أو بوسائل دفع مباشرة عند تسليم السلعة أو تقديم الخدمة، مما يتيح للمستهلك التقليدي فرصة التحقق من طبيعة المنتج قبل الأداء. أما في البيئة الإلكترونية، فإن وسيلة الدفع تتخذ طابعاً رقمياً، من خلال بطاقات الدفع البنكية، التحويلات الإلكترونية، أو خدمات الدفع عبر الانترنت، وهو ما يفرض على المستهلك الإلكتروني أداء الثمن مسبقاً أو في لحظة إبرام العقد عن بعد، دون أن يتمكن من المعاينة الفعلية، الأمر الذي يرفع من احتمالية تعرّضه لمخاطر الاحتيال.

من خلال هذا الفصل تناولنا المفاهيم الأساسية المرتبطة بموضوع الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، من خلال توضيح معنى التجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني فقد تم أولاً التطرق إلى مفهوم التجارة الإلكترونية حيث تعد نمط حديث يتم من خلاله إبرام وتنفيذ العقود عبر الوسائط الإلكترونية.

وبعدها إبراز أهميتها نظراً لما توفره من مزايا عديدة كتسريع المعاملات وكذا تسهيل الوصول إلى السوق. وبينما بعد ذلك الخصائص التي تميز هذا النوع من التجارة عن التجارة التقليدية مثل السرعة وغياب اللقاء المادي بين الأطراف، وبعد ذلك تطرقنا إلى تعريف المستهلك الإلكتروني ووضحنا أنه شخص يتعامل عبر الإنترنت لشراء سلع أو خدمات، وبينما أهم الأسباب التي تجعل المستهلك الإلكتروني بحاجة إلى حماية قانونية خاصة مثل ضعف خبرته وصعوبة التأكد من صدق التاجر، وشرحنا كذلك الفرق بين المستهلك الإلكتروني والتقليدي من ناحية طبيعة العلاقة التعاقدية وكيفية الدفع.

وعليه فإن هذا الفصل يعد مدخلا ضروريا لفهم الإشكاليات القانونية المرتبطة بحماية المستهلك في ظل التجارة الإلكترونية، ويمهد للبحث في آليات قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني حيث يحتاج هذا الأخير لحماية أكبر بسبب المخاطر التي تنظمها البيئة الرقمية.

الفصل الثاني

الحماية المدنية و الجزائية
للمستهلك الالكتروني

من أهم المشكلات التي تواجه التجارة الإلكترونية كيفية حماية المستهلك نظرا لعدم تواجد أطراف العقد و المبيع في مكان معين، وكونه الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية التي تجمعها بمسوقي السلع والذين يلجؤون إلى عروض مبهرة ومغرية تؤثر على إرادته مما يدفعه إلى التعاقد لأنه غير قادر على رؤية ومعاينة السلع والخدمات محل الطلب للتأكد من سلامتها، ولهذا الأسباب اهتمت جل التشريعات الدولية والوطنية بتوفير الحماية للمستهلك الإلكتروني من خلال تعديل القوانين التي تتناسب مع الحماية المطلوبة وعلى غرار التشريعات الغربية والعربية فقد أدرك المشرع الجزائري هو الآخر ضرورة حمايته في البيئة الرقمية فقام بإصدار القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والذي تطرق فيه إلى حماية المستهلك الإلكتروني¹ لأنه في ظل التكنولوجيا الحديثة عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاوله غشه وخداعه، ومن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني (المبحث الأول)، ثم الحماية الجزائية للمستهلك (المبحث الثاني).

¹ - زهرة جقريف وشريط وسيلة، " الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد الثالث، 2000، ص188.

المبحث الأول:

الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

تعد الحماية المدنية للمستهلك في العقود الإلكترونية إطارا قانونيا ضروريا لضمان توازن الحقوق والالتزامات الناشئة عن استخدام الإنترنت في المعاملات التجارية، بحيث تلتزم التشريعات بوضع تدابير تنظيمية وإجرائية تمنع ممارسة الغش والتلاعب بالمستهلك وتحافظ على سلامة إرادته عند إبرام العقود عن بعد¹، وسنقتصر في دراستنا هذه على حماية المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام عقد التجارة الإلكترونية (المطلب الأول) ثم حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ عقد التجارة الإلكترونية. (المطلب الثاني)

المطلب الأول:

حماية المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام عقد التجارة الإلكترونية

إن كثرة الغش والاحتيال في مجال التعاقد الإلكتروني جعلت المشرع الجزائري يسعى لتوفير حماية للمستهلك الإلكتروني، ووضع آليات لحماية المستهلك الإلكتروني وخاصة في المرحلة قبل التعاقد الإلكتروني، وسنتطرق في دراستنا إلى حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية (الفرع الأول) وإلى الالتزام بالإعلام الإلكتروني (الفرع الثاني)

الفرع الأول

حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية

تسبق الأعمال التجارية عبر الوسائط الإلكترونية عادة بأنواع مختلفة من الدعاية والإعلان عبر شبكة الإنترنت أو وسائل إلكترونية أخرى، ولا شك أن الإعلان يعد من أبرز الوسائل لتنشيط النشاط التجاري وتحقيق المنافسة و الربح عبر الشبكات الإلكترونية² ومن هنا سنتطرق إلى مفهوم الإعلان (أولا)

¹ - محمد أحمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص294.

² - خالد ممدوح إبراهيم، الإطار القانوني لعقود الحوسبة السحابية، ص240.

ثم الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الموجه إلى الجمهور عبر شبكة الإنترنت (ثانيا) و نتناول قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية (ثالثا)

أولا: مفهوم الإعلان:

مع التطور التكنولوجي أصبحت الإعلانات تتم على المستوى الإلكتروني مما قد تدفع في بعض الأحيان المستهلك للتعاقد والإضرار به من خلال استخدام أساليب تضليلية ولهذا سنحاول التعرف إلى الإعلان التجاري وتمييزه عن ما يشابهه من مصطلحات قانونية.

أ/- **تعريف الإعلان:** الإعلان هو مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تحث المستهلكين إلى شراء سلعة أو طلبها من خلال نشر الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة،¹ أو هو كل فعل أو تصرف يؤثر نفسيا على جمهور المستهلكين بإقناعهم بسلعة معينة بما فيها من مزايا بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة في ذلك.² والمشرع الجزائري أورد تعريف الإشهار التجاري في المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش. في المادة الثانية منه أن الإشهار "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج وتسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية".³

كما عرف المشرع الجزائري الإشهار بموجب القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة للممارسات التجارية بمقتضى المادة الثالثة منه بأن الإشهار "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج السلع والخدمات مهما كانت وسائل الاتصال المستعملة". كما عرف القانون 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري الإشهار في المادة 7 فقرة 26 بأنه "هو أي شكل مصمم أو رسالة محررة صوتية أو سمعية بصرية تبث مقابل أجر أو تعويض سواء من أجل ترقية تقديم سلع أو في خدمات في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو صرفي أو مهنة حرة من أجل ضمان ترقية تجارية لمؤسسته".⁴

¹ - سليمة لدغش، المرجع السابق، ص 363.

² - عبد الله ذيب محمود، المرجع السابق، ص 67-68.

³ - المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق ل 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر، ع 05، الصادرة ب 04 رجب 1410 الموافق ل 31 يناير معدل ومتمم.

⁴ - القانون 04/14 في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري، ج ر، ع 16، الصادرة في 26 فبراير 2014.

وجاء بتعريف الإشهار التجاري في قانون التجارة الإلكترونية الجديد 18-05 وذلك بموجب المادة السادسة فقرة سادسة بأن "الإشهار الإلكتروني كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

ب/ تمييز الإعلان عن بعض المصطلحات القانونية: قد يتشابه الإعلان ببعض النتائج القريبة منه ومنها الدعاية والإعلام ، وهذا ما يدفعنا إلى التفرقة بينهم:

1- الإعلان والدعاية: الدعاية نشاط يهدف إلى التأثير في معتقدات الجمهور وذلك بدفعهم إلى الإيمان بفكرة أو عقيدة معينة وجمع المؤيدين للأفكار التي قامت بنشرها ، أما الإعلانات الإلكترونية تحتوي على مجرد معلومات توضح طبيعة المنتج وسعره ونسبة الخصم وتكاليف الشحن.¹

2- الإعلان والإعلام: يقصد بالإعلام نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين أفراد المجتمع بقصد نشر الثقافة دون أن يكون هدفه تحقيق الربح ، وقد يلتزم الإعلام بتقديم معرفة كاملة للجمهور بما يخدم المصلحة العامة، أما الإعلان يقوم على تقديم معلومات تهدف إلى تحقيق مصلحة المعلن من خلال حث المستهلك على شراء منتجات ويستخلص من ذلك أن الفرق الجوهر بينهما يتمثل في أن الإعلام يسعى إلى دعم الثقة في نظام معين بينما يسعى الإعلان لتحقيق غايات تجارية.²

ثانيا: الطبيعة القانونية للإعلان التجاري الموجه إلى الجمهور عبر شبكة الإنترنت:

الإعلان الإلكتروني الموجه إلى المستهلك عبر شبكة الإنترنت لا يعد إجابة بالمعنى القانوني، بل يعتبر مجرد دعوة للتفاوض أو التعاقد ما لم يتضمن الشروط الجوهرية اللازمة لإبرام العقد ، وهذا الاتجاه تبناه جانب من الفقه مؤكدا أن عرض السلع في واجهات المحلات أو عرض السلع عبر الإنترنت دون بيان الأسعار لا يعد إجابة بمعنى إذا اقتصر الإعلان الإلكتروني على عرض السلع والخدمات دون بيان الأسعار أو الشروط الأساسية الأخرى فإنه لا يشكل إجابة ملزما ، بل يعد دعوة للتفاوض. أما إذا

¹- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونية، المرجع السابق ص110.

²- عبد الحميد عويسي وياسين جاب الله، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2020-2021، ص14.

تضمن الإعلان تحديد ثمن المبيع أو شروط العقد الجوهرية فإنه يعبر إجابا صحيحا¹ ، وهذا ما أشار إليه المشرع الجزائري في المادة 59 والمادة 60 من القانون المدني.²

ثالثا: قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية:

لقيام قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية يشترط وضوح الإعلانات ، ومنع الإعلان الإلكتروني المظلل ، كذلك الرقابة على الإعلانات المقارنة.

أ/ اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني: فالإعلان الإلكتروني يجب أن يكون واضح غير غامض يتضمن بيانات كافية عن السلعة³ ، وقد أشارت العديد من التشريعات المقارنة إلى ضرورة وضوح الإعلان بحيث أكد القانون الفرنسي على أن تكون العمليات التجارية الإلكترونية والدعاية المصاحبة لها واضحة ، وهذا ما نص عليه القانون الفرنسي الصادر عام 1986 المتعلق بوسائل الإعلام السمعية والبصرية الذي يطبق على خدمات الإنترنت على أن: "رسائل الإعلانات التي تذاع بواسطة الوسائل المبينة في هذا القانون- ومنها الإنترنت- يجب أن تكون محددة وواضحة وخالية من اللبس والغموض. ولقد أورد المشرع الجزائري الشروط الواجب توافرها في الإعلانات التجارية الإلكترونية بغية حماية المستهلك الإلكتروني في المادة 30 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية "...أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية".⁴

ب/ منع الإعلان الإلكتروني المظلل: الإعلان المظلل هو الإعلان الذي من خلاله يتم خداع المستهلك وذلك ببيان انطباع غير حقيقي عن المنتجات أو الخدمات المعلن عنها مما يدفعه إلى الوقوع في خلط وخداع فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج ، ولقد عرفت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي رقم 450 الصادر في 15 سبتمبر 1984 الإعلان المظلل أو الخادع بأنه: "أي إعلان بأي

¹ - عبد الله ذيب محمود، المرجع السابق، ص70-ص73.

² - الأمر رقم 75/58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني ،ج.ر، ع78 الصادر في 30 سبتمبر 1975 معدل ومتمم.

³ - عبد الله ذيب محمود، المرجع السابق، ص74.

⁴ - خالد ممدوح إبراهيم، الإطار القانوني لعقود الحوسبة السحابية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2019، ص241.

طريقة كانت يحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل أو قد يؤدي إلى تضليل لهؤلاء الذين يوجهوا إليهم ، أو يتصل بعلمهم¹

وقد حرص المشرع الفرنسي على منع الإعلانات المظلمة لحماية المستهلك بحيث نص في قانون الإستهلاك على حظر أي إعلان مظلل يحتوي على بيانات كاذبة.²، والمشرع الجزائري هو الأخير منع الإعلان المظلل. وذلك في المادة 30 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بما يلي "...التأكد من أن جميع الشروط الواجب استفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مظلمة ولا غامضة"³، وبالرجوع إلى القانون الرقم 02-04 المحدد 3/ للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية نجد المشرع أدرجه هذا النوع من الممارسات التجارية ضمن الأعمال غير مشروعة وبالتالي يمكن رفع دعوة المنافسة غير المشروعة ضد القائم بها.⁴

ج/ الرقابة على الإعلانات المقارنة: الإعلان المقارن هو إعلان يذكر فيه مزايا منتج أو خدمة معينة ومقارنتها بمواصفات ومزايا منتجات أخرى مع ذكر اسم التاجر ومنتجاته بطريقة تقلل من قيمتها والهدف من الإعلان إقناع المستهلكين بأن السلع أو الخدمة محل الإعلان تحقق لهم فوائد أكبر مما توفره السلع المنافسة⁵، وبالرجوع لقانون التجارة الإلكترونية 05-18 نجد أن المشرع الجزائري أغفل التطرق إلى الإعلانات المقارنة ، ولا يوجد نص صريح في التشريع الجزائري يمنع الإعلان المقارن بشكل مباشر، ومع ذلك يمكن استنتاج منع هذا النوع من الإعلانات من خلال المادة 28 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

¹ - عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، المرجع السابق، ص 207-207.

² - خالد ممدوح إبراهيم، الإطار القانوني لعقود الحوسبة السحابية، المرجع السابق، ص 243.

³ - قانون 05-18، السالف الذكر.

⁴ - قانون 02 04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ، ع ، 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004 ، المعدل والمتمم .

⁵ - الذهبي خديجة، المرجع السابق، ص 56.

الفرع الثاني

حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام

إعلام المستهلك الإلكتروني من أهم الوسائل لحماية المستهلك وله أهمية كبيرة في مجال التعاقد الإلكتروني يتم دون التقاء أطراف العقد ، وهو من أهم العناصر التي تعطي للمستهلك الإلكتروني الثقة للتعاقد عبر شبكة الإنترنت ، ولهذا سنبين تعريف الالتزام بالإعلام (أولا) ثم نذكر شروط الإعلام (ثانيا) وتوضيح جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام (ثالثا).

أولا: مفهوم الالتزام بالإعلام:

إن المتعاقد في التجارة الإلكترونية ملزم بتبصير المستهلك عن سلعته أو خدمته وذكر كل البيانات حول السلعة حتى يمكن القول أن إرادة المستهلك كانت حرة حال تعاقدته¹ ، ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الالتزام بالإعلام التجاري وتحديد مبرراته على النحو الآتي:

أ/تعريف الالتزام بالإعلام: نظرا لخصوصية التعاقد عن بعد أو عبر وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة، أولت القوانين أهمية خاصة لواجب الإعلام الذي يلقي على عاتق البائع فله فوائد تعود على كلا الطرفين المستهلك والمورد ، فبالنسبة للمورد يساهم الالتزام بالإعلام في تفادي مشاكل مثل إعادة المبيع ، أو التعرض للمسؤولية القانونية نتيجة الغش² ، وقد عرفه جانب من الفقه بأنه التزام يقع على مقدم الخدمة بمقتضاه يخبر المستهلك الذي تعاقد معه عبر وسائل إلكترونية بشخصه وبياناته التجارية وبكافة بيانات العقد والتي بها يقرر المستهلك على التعاقد أو عدم التعاقد.

كما عرفه جانب آخر من الفقه على أنه التزام يلقي على عاتق الطرف الآخر في عقد التجارة الإلكترونية يلزم بالوفاء به اتجاه المستهلك خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد، وأثناء تكوينه أو إبرامه ، ويستمر هذا الالتزام حتى بعد إبرام العقد.³

¹ - روفية ضيف، المرجع السابق، ص4

² - بسمة محمد نوري كاظم البكري، "الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، العدد الثالث، 2021، ص24.

³ - إلهام أومدور ومنال أومدور، خصوصية قواعد حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2019-2020، ص32

ولقد أورد المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام من خلال الفصل الخامس تحت عنوان إلزامية إعلام المستهلك بموجب المادة 17 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وعرفه ما يلي: «يجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعها للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة».¹ كما أشار إليه في المادة 352 فقرة 1 من القانون المدني التي تنص على أنه: «يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه».²

ب/مبررات الحق في الإعلام الإلكتروني: إن الحق في الإعلام الإلكتروني أضحي ضرورة عملية تقتضيها طبيعة الحياة المعاصرة بالنظر إلى ما تشهده وسائل الاتصال الحديثة من تطور متسارع وانتشار واسع في مختلف المجالات ، ويستند هذا الحق إلى الغاية الأساسية المتمثلة في تمكين المستهلك من تكوين إرادة واعية قبل إبرام العقد بما يضمن تحقيق مبدأ المساواة بين طرفي العلاقة التعاقدية من حيث المعلومات والمعرفة ومن ثم فإن هذا الحق يسهم في إرساء التوازن العقدي وهما الهدفان اللذان سنسعى إلى توضيحهما:³

1-تحقيق المساواة في العلم بين المتعاقدين: لقد فرض الالتزام بالإعلام على عاتق المنتج أو البائع المهني تحقيقا لضمان سلامة العقد في ظل اختلال التوازن بين طرفيه ، ومع تطور وسائل التعاقد عن بعد ازدادت أهمية هذا الالتزام لأن استخدام التقنيات الحديثة غالبا ما يؤدي إلى تقليص حجم المعلومات المتاحة للمستهلك مما يستوجب على المهني توفير بيانات دقيقة بشأن طبيعة المبيع.

ويتضح من ذلك أن اختلال ميزان المعرفة بين الطرفين يشكل أحد أبرز المبررات لفرض الالتزام بالإعلام ، إذ يدخل المستهلك في العلاقة التعاقدية وهو يفتقر إلى المعلومات الجوهرية للعقد الأمر الذي يبرر من الناحية القانونية إلزام المهني بتمكين المستهلك من تلك المعلومات بوصفه الطرف العالم.⁴

¹ قانون رقم 03-09، السالف الذكر.

² - الأمر 56/75 السالف الذكر

³ - عبد الرحمان خلفي، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري"، مجلة الدراسات حول فعالية القاعدة القانونية، جامعة بجاية، الجزائر، العدد الأول، 2017، ص 16

⁴ - أمير رقويد وصهيب إسحاق مكيدش، المرجع السابق، ص 60.

2/ إعادة التوازن العقدي: المستهلك بسبب مركزه الضعيف لا يمكنه الوصول إلى تحديد موضوع التعاقد بوضوح ولهذا يعتبر الحق في الإعلام ضروريا بالنسبة للعقد الإلكتروني نظرا للغياب المادي لأطرافه، وقد يرى أغلبية الفقه أن الأساس القانوني لهذا الحق موجود في قانون حماية المستهلك الذي أصبح يشكل نظرية مستقلة تجعل من المستهلك دائما الطرف الضعيف الذي لا يملك الخبرة في مواجهة البائع المحترف وحتى تتوازن الإرادتين يتوجب على المهني إعلام المستهلك بكل المعلومات الضرورية.¹

ثانيا: شروط إعلام المستهلك

لقيام الالتزام بالإعلام يتطلب عدة شروط منها ما يتعلق بموقف المهني والمستهلك من البيانات محل الالتزام ، ومنها ما يرتبط بطبيعة هذه البيانات محل الالتزام وأن تكون هذه البيانات والمعلومات من شأنها التأثير على إرادة المستهلك وأن يجهلها جهلا مشروعا وسنشرح هذه الشروط كما يلي:

أ/ إمكانية علم المهني بالمعلومات محل الالتزام : يتعين على المهني لتحصيله إلتزاما بالإعلام أن يكون على علم بالبيانات أو المعلومات التي أوجب المشرع الإفصاح عنها للمستهلك ، ونظرا لاختلاف طبيعة العقود وتنوع أطرافها فإن البيانات المطلوب الإدلاء بها تختلف من عقد لآخر بحسب طبيعته وظروفه فالبيانات الواجب الإفصاح عنها عن التعاقد في عقد البيع تختلف بالضرورة عن تلك اللازمة في عقود التأمين أو العقود المتعلقة بالعلاج الطبي ، وللاشارة أن المهني لا يلزم بالإعلام إلا إذا كان في مقدوره العلم بتلك البيانات ، أو إذا كان قد قصر في بذل العناية اللازمة للتحقق منها وأن تكون إمكانية العلم بهذه البيانات متاحة ويجب أن يتحقق علم المستهلك بهذه البيانات أو المعلومات في الوقت الذي يفترض فيه بالمهني الإدلاء بها.²

ب/ أن تكون البيانات والمعلومات من شأنها التأثير على إرادة المستهلك: لقيام شرط الالتزام بالإعلام يجب أن تكون المعلومات والبيانات التي يلتزم المهني بالإفصاح عنها لها تأثير على الإرادة التعاقدية للمستهلك ، ويستدل على أهمية هذه البيانات وتأثيرها على رضا المستهلك من خلال عدد من القرائن منها حرص المستهلك على طلبها والاستفسار بشأنها ودورها في تحديد نطاق العقد وآثاره

¹ - عبد الرحمان خلفي ، المرجع السابق، ص17.

² - عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، المرجع السابق، ص102- ص103.

وما يترتب من إلتزامات قانونية كما أن هذا الإلتزام يستند إلى مبدأ سلامة التعاقد إذ لا يمكن ضمان صحة العقد وسلامته إلا إذا كان كل من الطرفين على علم تام بكافة البيانات الجوهرية المؤثرة في اتخاذ القرار التعاقدي ، ولهذا يتعين على المهني الإحاطة علما بكافة البيانات المتعلقة بالعقد وتقديمها إلى المستهلك في الوقت الذي يمكنه من تكوين إرادة حرة عن التعاقد.¹

ج/ جهل المستهلك بالمعلومات محل الإلتزام: قد ترجع أسباب استحالة العلم بالبيانات العقدية اللازمة لإبرام العقد إلى سببين رئيسيين الأول يرتبط بالشيء محل التعاقد ويعرف بالاستحالة الموضوعية، والثاني يتعلق بشخص الدائن بالإلتزام بالإعلام ويعرف بالاستحالة الشخصية ، ففيما يتعلق بالاستحالة الموضوعية فتتحقق عند تعذر العلم بالبيانات الجوهرية المتعلقة بالحالة القانونية للشيء محل العقد كأن يكون الشيء محل التعاقد في حيازة المنتج أو البائع على نحو يحول دون تمكين المستهلك من الاطلاع الكافي على خصائصه أو أوصافه الأساسية وهو ما يؤدي إلى الإخلال بمبدأ تكافؤ المعلومات بين طرفي العقد.

أما الاستحالة الشخصية فتنشأ عند عدم قدرة المتعاقد على الإعلام بالبيانات اللازمة عن محل العقد وذلك لافتقاره الخبرة بطبيعة المعاملة وعدم تمكنه من الإلمام بالجوانب الفنية ، مما يبرر حمايته في إطار نظرية الاستحالة الشخصية.²

ثالثا: جزاء الإخلال بالإلتزام بالإعلام:

لم تشير نصوص القانون الخاص في حماية المستهلك إلى كيفية معالجة الأضرار التي تصيب المستهلك في حالة عدم الإعلام أو في حالة تخلف شروطه وبالرجوع إلى قانون المستهلك الفرنسي لم يتضمن أيضا الإشارة إلى هذا الجزاء وذلك واضح بطبيعة الحال حيث لم ترد بها الإشارة إلا إلى الإلتزام بالإعلام بوجه عام ، وبهذا رأى الفقه صعوبة تحديد الجزاء المترتب على مخالفة مثل هذا الإلتزام من

¹ -عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، المرجع السابق، ص105.

² - بادي عبد الحميد، "الإلتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، العدد الثالث، 2017، ص77-ص78.

الناحية المدنية ، إذ يجب لتحديد هذا الجزاء اللجوء إلى القواعد العامة للمسؤولية وبالتالي فإنه إزاء عدم وجود نص خاص بالجزاء مخالفة الالتزام فاتفقوا على اللجوء إلى القواعد العامة للمسؤولية المدنية.¹

المطلب الثاني

حماية المستهلك أثناء تنفيذ عقد التجارة

عملت كافة التشريعات على توفير الحماية للمستهلك الالكتروني نظرا لافتقاره الى الخبرة التقنية وصعوبة التحقق من خصائص المنتج او هوية المورد مما يجعله عرضة للاستغلال والتضليل وهذا ما دفع بالتدخل لحماية هذا الطرف حيث وفر له حماية قبل تنفيذ العقد وكذلك أثناءه وافر له مجموعة من الضمانات التي تفعل أثناء مرحلة إبرام العقد الالكتروني وتتمثل أهم صور هذه الحماية في الالتزام بالضمان من جهة ومنح المستهلك حق العدول كآلية للتراجع عن التعاقد من جهة أخرى وعليه من خلال هذا المطلب سنتناول الالتزام بالضمان الفرع الأول وحق العدول الفرع الثاني.

الفرع الأول

الالتزام بالضمان

أولاً: تعريف الالتزام بالضمان وأساسه القانوني:

يعد الالتزام بالضمان أحد أهم الوسائل القانونية التي أقرها المشرع الجزائري من أجل تحقيق حماية فعالة للمستهلك، خاصة في ظل التطور التكنولوجي وتنامي معاملات التجارة الإلكترونية. فالضمان يوفر نوعاً من الأمان القانوني للمستهلك، إذ يضمن له إمكانية الرجوع على المتدخل في العملية التجارية (سواء كان بائعاً أو مقدم خدمة أو موزعاً...) في حال اكتشاف عيب أو خلل في المنتج أو الخدمة بعد إتمام عملية البيع أو التعاقد.

وقد جاء في المادة الثالثة من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، تعريف دقيق للضمان، حيث نصت على أنه: "الالتزام كل متدخل خلال فترة

¹ - محمد احمد عبد الحميد احمد، المرجع السابق، ص294.

زمنية معينة، في حالة ظهور عيب في المنتج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته.¹ ومن خلال هذا التعريف يتضح أن المشرع حمل مسؤولية واضحة لكل من يتدخل في سلسلة إنتاج أو توزيع أو تقديم خدمة، بحيث يقع على عاتقه التزام بضمان جودة المنتج أو الخدمة لفترة زمنية معينة تُعرف بمدة الضمان.

وفيما يخص التكليف الفقهي لهذا الالتزام، فقد تنوعت آراء الفقهاء حول تعريف الضمان، حيث يرى بعضهم أنه يتمثل في "الدفاع عن الشخص الذي يستفيد من الضمان عندما تتعرض حقوقه للتهديد من طرف الغير"، أي أن الضمان يُعدّ حماية قانونية تُمنح للمستهلك ضد كل ما يمكن أن يمس مصالحه نتيجة خلل في المنتج أو الخدمة. بينما يذهب رأي فقهي آخر إلى اعتبار الضمان نوعاً من "الالتزام الواقع على عاتق الشخص المسبب للضرر، والذي يوجب عليه تعويض المتضرر حتى وإن لم يرتكب خطأً عقدياً أو تقصيراً"، وهو ما يُحيل إلى تبني نظرية حديثة في القانون تُعرف بنظرية تحمّل النتيجة، والتي توسّع من نطاق المسؤولية المدنية لتشمل الحالات التي لا يتوفر فيها عنصر الخطأ ولكن توجد فيها أضرار ناتجة عن التعاملات التجارية.²

و يرى البعض الآخر على أن الضمان يعد التزاماً يقع على عاتق من ينقل حقا للغير فلا يقتصر دوره على مجرد نقل هذا الحق أو تسليم الشيء، بل يتعين عليه أيضا أن يكفل للمستفيد بالانتفاع به و حيازته بشكل مستمر، و ذلك ابتداءً من لحظة التسليم، أي منذ بدء سريان مفعول الضمان.³

ولم يكتفِ المشرع الجزائري بتعريف الضمان فقط، بل عمل على تنظيمه بشكل مفصل من خلال مجموعة من المواد القانونية، فقد كان القانون المدني الجزائري أول من تناول أحكام الضمان، حيث نظم مجموعة من الضمانات التي تقع على عاتق البائع، منها ضمان العيوب الخفية و ضمان صلاحية المنتج للاستعمال. ومع ذلك، فإن هذه الأحكام، على أهميتها، لم تكن كافية لتغطية كافة الإشكاليات التي

¹ - قانون 09-03 السالف الذكر .

² -بوخاري الحاج، قبائلي عبد الكريم، الالتزام بالضمان، مذكرة لنيل شهادة ماستر ،قسم الحقوق ،كلية الحقوق والعلوم سياسية،جامعة زيان عاشور،جلفة،2019،ص8.

³ محمد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني ،عقد البيع والمقايضة، دار الهدى الجزائر ،2008، ص303.

أبرزها الواقع الحديث، خاصة في ظل التجارة الإلكترونية، مما دفع المشرع إلى سن قوانين خاصة تُراعي خصوصية هذا المجال المتطور.

وقد تُرجم هذا التوجه من خلال إصدار القانون رقم 09-03، من المواد 13 الى 16 الذي جاء ليضبط أحكام الضمان في إطار المعاملات التجارية الحديثة، كما جاء المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 ليحدد بشيء من التفصيل شروط و كفاءات تنفيذ ضمان السلع والخدمات¹، مما يعكس إرادة المشرع في تعزيز ثقة المستهلك وتوفير الحماية القانونية له.

ثانياً: أنواع الضمان:

تنقسم أنواع الضمان في التشريع الجزائري إلى نوعين أساسيين، هما: الضمان القانوني، والضمان الاتفاقي. ويُعد هذا التقسيم ضرورياً من أجل فهم طبيعة الالتزام الواقع على المتدخلين في العملية التجارية، وخاصة في مجال التجارة الإلكترونية، الذي يتطلب حماية متقدمة للمستهلك نظراً لضعف مركزه التعاقدية مقارنة بالمحترف

أ/الضمان القانوني: الضمان القانوني يُعد من الضمانات التي تنتمي إلى النظام العام، أي أنه ضمان مفروض بقوة القانون ولا يجوز الاتفاق على إلغائه أو الحد منه بأي شكل من الأشكال. وكل شرط يُقصد به التنازل عن هذا الحق أو التهرب من تطبيقه يُعتبر باطلاً بطلاناً مطلقاً، في حين يبقى العقد في مجمله صحيحاً.² وتكمن أهمية الضمان القانوني في كونه يمثل إحدى أقوى الوسائل لحماية المستهلك الإلكتروني، الذي يُعتبر الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، نظراً لقلة خبرته أو جهله الفني بطبيعة المنتج أو الخدمة مقارنة بالمهني أو المورد.

وقد كرس المشرع الجزائري هذا النوع من الضمان في المادة 13 من القانون رقم 09-03، حيث نصت على ما يلي: "يستفيد كل مقنن لأي منتج، سواء كان جهازاً أو خدمة أو أداة أو آلة أو عتاداً أو أي مادة تجهيزية، من الضمان بقوة القانون، ويمتد هذا الضمان أيضاً إلى الخدمات. يجب على كل

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 13-327، مؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد لشروط و كفاءات وضع ضمان سلع والخدمات، حيز التنفيذ، ج ر، رقم 49، مؤرخة في 12 أكتوبر 2013.

² - بوخاري الحاج، قبائلي عبد الكريم، المرجع سابق ص 17

متدخل، خلال فترة الضمان المحددة، وفي حالة ظهور عيب في المنتج، استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليحه أو تعديل الخدمة على نفقته. يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان دون أعباء إضافية ويعتبر باطلاً كل شرط مخالف لهذه المادة.¹ يتبين من خلال هذا النص أن الالتزام بالضمان في هذا السياق ليس خياراً بل هو واجب قانوني ملزم لكل المتدخلين، ويترتب عليه التزامهم بإصلاح أو استبدال المنتج الذي يظهر به عيب خلال فترة الضمان، دون أن يُحمّل المستهلك أية أعباء مالية، سواء كانت نفقات نقل أو إصلاح أو غيرها من التكاليف الجانبية. وتكرس هذه المادة مبدأ "الضمان المجاني" الذي يمثل جوهر الحماية القانونية في هذا الإطار.

إن الضمان القانوني، إذن، يُعد التزاماً تلقائياً نابغاً من إرادة المشرع وليس من إرادة الأطراف، ويهدف بالأساس إلى إعادة التوازن لعلاقة تعاقدية غير متكافئة، من خلال منح المستهلك وسيلة فعالة للمطالبة بحقوقه دون الحاجة لإثبات الخطأ أو الضرر.

ب/الضمان الاتفاقي: هو نوع من الضمان يحدد فيه البائع والمشتري شروط معينة يتحمل فيها البائع أو المنتج التزامات إضافية اتجاه جودة المنتج أو صلاحيته للاستعمال خلال فترة زمنية معينة. وقد عرفه المشرع الجزائري من خلال المادة 14 من القانون 03-09 على أنه "كل ضمان آخر مقدم من المتدخل بمقابل أو مجانا لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 أعلاه".² وكذلك نص عليه من خلال المادة 18 من المرسوم 13-327 من المرسوم المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان سلع والخدمات حيز التنفيذ على أنه "يمكن للمتدخل أن يمنح للمستهلك ضماناً إضافياً أكثر امتيازاً من ذلك المنصوص عليه في المادة فقرة الأولى أعلاه".³

وبالتالي يمكن للأطراف الاتفاق على ضمان اتفاقي ولهم كامل الحرية ولكن بشرط عدم المساس بالاتفاق القانوني.

¹ - قانون 03-09 السالف الذكر.

² - القانون 03-09 السالف الذكر.

³ - المرسوم 13-327 السالف الذكر.

ثالثا: شروط الالتزام بالضمان:

لقيام الالتزام بالضمان، يجب توفر شرطين أساسيين:

أ/ حدوث عيب خلال فترة الضمان: وفقاً للمادة 13 الفقرة 3 من القانون رقم 09-03، "يجب

على كل متدخل، خلال فترة ضمان محددة، أن يضمن العيب في حال ظهوره خلال هذه الفترة."

كما نصّ المرسوم التنفيذي رقم 13-327 في مادته 16 على أنه: "لا يمكن أن تقل مدة

الضمان عن ستة (6) أشهر ابتداءً من تاريخ تسليم السلع الجديدة أو تقديم الخدمة"، مما يعني أن المشرع

أقرّ بحد أدنى لفترة الضمان لا يقل عن ستة أشهر بالنسبة للمنتجات الجديدة

أما بالنسبة للمنتجات المستعملة، فقد أكدت المادة 17 من نفس المرسوم أن "مدة الضمان لا

يمكن أن تقل عن ثلاثة (3) أشهر".

ب/ ارتباط العيب بصناعة المنتج: لا يلزم المتدخل بضمان العيوب الناتجة عن سوء استعمال

المستهلك أو تشغيله الخاطئ للمنتج. وإنما يجب أن يكون العيب ناتجاً عن خلل في الصناعة أو

التركيب، أي عيب داخلي لا خارجي، حتى يُعدّ مندرجاً ضمن الضمان.¹

الفرع الثاني:

حق العدول

حرصت التشريعات حديثة على منح المستهلك حق العدول كضمانة قانونية تخول له التراجع عن

العقد بعد إبرامه ضمن أجل معين وعليه من خلال هذا الفرع سنتطرق لتعريف العدول أولاً ومبررات

العدول ثانياً والتنظيم التشريعي الخاص به ومدة ممارسته ثالثاً.

أولاً تعريف العدول

يعد العدول عن العقد الإلكتروني حقاً إرادياً محضاً يترك تقديره لكامل إرادة المستهلك وفقاً

للضوابط القانونية نظراً لأن المستهلك ليس لديه الإمكانية الفعلية لمعاينة المنتج، وهو إرساء لقاعدة الرضا

¹ - سعاد حنطيز، سميرة مرخي، النظام القانوني لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، قسم حقوق، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2021، ص36.

وتضمن حرية الشراء من المستهلكين والسماح لهم بالعدول ورد المبيع لكونهم غير راضين عن الضائع أي كان السبب واسترداد الثمن.

وقد عرفه البعض أنه " وسيلة بمقتضاها يسمح المشرع للمستهلك بأن يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الالتزام الذي ارتبط به بحيث يستفيد من مهلة التفكير من خلالها ويكون بوسعه الرجوع".

وعرفه البعض الآخر على أنه سلطة أحد المتعاقدين بالانفراد بنقض العقد والتحليل منه دون توقف ذلك على إرادة الطرف الآخر.¹

أما بخصوص المشرع الجزائري لم يقدم تعريفا محددا لعقد العدول ولكنه نص عليه في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش من خلال المادة 13 التي نصت على أنه " يجب على المتدخل خلال فترة الضمان في حالة ظهور عيب استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديل نفقته".² وكذلك نص عليه في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية من خلال المادة 23.

إن جوهر الحق في العدول أو كما يصطلح عليه الرجوع هو أن يكون باستطاعة مستهلك خلال المدة المحددة أن ينهي العقد مع مطالبته باسترداد المبلغ المدفوع على أن يرد المنتج في حالته الطبيعية أي وقت تسلمه مع عدم جواز إلزاميته بدفع التعويض للمنتج لأنه يمارس حقه المكفول قانونا.

ثانيا: مبررات العدول:

إن إقرار حق العدول للمستهلك دون المنتج في العلاقة التعاقدية بينهما جاء نتيجة للمبررات تأتي في مقدمتها قصور القواعد العامة الواردة في القانون المدني في منح المستهلك خيار العدول عن العقود عموماً وتزداد هذه الأهمية خاصة في عقود الاستهلاك التي يبرمها المستهلك عبر الانترنت والتي تفتقر للتنوير المعلوماتي الكافي.

ونظرا لظهور صيغ جديدة من التعاقد حيث لم يصبح التعاقد يتم بعد أن يعبر كل المتعاقدين عن إرادة صحيحة تلاقي مثيلتها وتشارك كليهما في صيغة المشروع العقدي بالإضافة إلى أن المستهلك لم يعد

¹ - عبد الرؤوف ،حسن ابو الحديد، المرجع السابق،ص297.

² - القانون 09-03 السالف الذكر.

يتعاقد مدفوعاً بحاجته للسلعة أو الخدمة بل أخذ بعض المحترفين ينتزعون منه رضاه بالعقد تأثراً بوسائل الدعاية والإعلان والإغراءات التي يقدمونها له حيث اعتبرها بعض الفقهاء على أنها بيع استغزائية إضافة إلى ذلك، نظراً لضعفه الشخصي الذاتي وعدم خبرته، ولا سيما حمايته من استغلال المورد الإلكتروني نتيجة عدم خبرته ومعرفته، وذلك وإن كان يؤثر في إرادة المستهلك، إلا أنه لا دخل للمورد الإلكتروني فيه، فإرادة المستهلك ورغبته في التعاقد هنا جاءت متسارعة دون ترو وتمهل.¹

وطبيعة العقد الإلكتروني تجعل الحق في العدول أكثر من ضرورة بالنسبة للمستهلك الإلكتروني فهو طرف ضعيف في العقد من أجل هذا منحه المشرع الجزائري مهلة للتدبر والتفكير فيما أقدم عليه، فإن تبين تسرعه وعدم ملاءمة التعاقد له جاز له العدول.²

ثالثاً: التنظيم التشريعي للعدول ومدة ممارسته:

إن المشرع الجزائري نظم العدول عن العقد الإلكتروني في المادة 23 من القانون 18-5 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث نصّت هذه المادة على أنه "يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطالبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيباً يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع الإشارة إلى سبب الرفض وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني.

يلتزم المورد الإلكتروني بما يأتي،

أ/ تسلم جديد موافق للطالبية أو إصلاح المنتج المعيب

ب/ استبدال المنتج بآخر مماثل

¹ - صراح خوالف، "الليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، جامعة سيدي بلعباس، العدد الاول، 2019، ص 244.

² - عبد الرحمان خلفي، المرجع السابق، ص 14.

ج/ إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية وطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع الضعف.¹

وعليه من خلال المادة السالفة ذكر نستنتج أن المشرع الجزائري تطرق لتحديد مدة التي يقوم فيها المستهلك الإلكتروني بإرجاع السلعة للمورد الإلكتروني وهي مدة أربعة أيام يبدأ حسابها من تاريخ تسلمه السلعة محل التعاقد أو تطبيق هذه المادة في حالة عدم الاتفاق بين الطرفين على مدة إرجاع قبل الإبرام، واشترط على المستهلك إرجاع السلعة في غلافها الأصلي ولم يترك له الحرية المطلقة في ممارسة حقه في العدول وقيده بالإدلاء بالأسباب التي دفعته إلى هذا العدول، وتكاليف إعادة إرسال السلعة تقع على عاتق المورد باعتباره من قام بإرسال سلعة غير مطابقة لما هو متفق عليه في العقد.

ونجد أن المشرع الفرنسي قد حدد مهلة 15 يوم والمشرع التونسي حدد مهلة الحق في العدول بعشرة أيام والمشرع الأوروبي حددها بسبعة أيام وعدلها بعد ذلك وأصبحت 14 يوماً بدلاً من سبعة أيام²

¹ - القانون 05-18 السالف الذكر.

² - عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، المرجع السابق ص 284.

المبحث الثاني

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

أمام تحديات المتزايدة التي يواجهها المستهلك الإلكتروني، برزت الحاجة إلى إقرار حماية جزائية إلى جانب الحماية المدنية، وذلك لما تمثله من ضرورة لضمان حقوق المستهلك والتصدي لمختلف صور الاعتداءات التي قد يتعرض لها عبر شبكة الإنترنت. وتظهر هذه الحماية من خلال تدخل المشرع لتجريم بعض الأفعال التي يرتكبها الفاعلون بنية الإضرار بالمستهلك الإلكتروني. و قد اتجهت العديد من التشريعات الحديثة إلى تضمين آليات الحماية الجزائية ضمن قوانينها المنظمة للتجارة الإلكترونية¹ بهدف تعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية وضمان أمن وسلامة المستهلكين.

وبناءً عليه، سنتناول في هذا المبحث ما يلي المطلب الأول: مفهوم الجريمة الإلكترونية المطلب الثاني: الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني.

المطلب الأول

مفهوم الجريمة الإلكترونية

مع تطور التجارة الإلكترونية، برزت أنماط جديدة من الجرائم أُطلق عليها مصطلح "الجرائم الإلكترونية"، والتي تشكل تحدياً حقيقياً للأنظمة القانونية التقليدية، نظراً لطبيعتها المستحدثة وصعوبة تتبع مرتكبيها والكشف عنهم. وقد تنوعت صور هذه الجرائم، فشملت الاحتيال الإلكتروني، والتزوير عبر الإنترنت، وانتهاك الخصوصية، وغيرها من الأفعال الضارة بالمستهلك والمجتمع الرقمي بصفة عامة. الأمر الذي يستوجب الإحاطة الدقيقة بمفهوم الجريمة الإلكترونية وخصائصها. وعليه، سنخصص هذا المطلب لدراسة ما يلي: الفرع الأول: تعريف الجريمة الإلكترونية. الفرع الثاني: أركان الجريمة الإلكترونية.

¹ - عبد الله ذيب محمود، المرجع السابق، ص 153.

الفرع الأول:

تعريف الجريمة الالكترونية

من خلال هذا الفرع سنتطرق لأهم التعريفات للجريمة الالكترونية :

اختلف الفقهاء في وضع تعريف موحد للجريمة الإلكترونية، ويُعزى هذا الاختلاف إلى الطبيعة الخاصة لهذه الجريمة، فهي تتم في بيئة افتراضية، بخلاف الجرائم التقليدية التي تقع في الواقع المادي الملموس.

وقد ذهب بعض الفقه إلى تعريف الجريمة الإلكترونية بأنها "كل فعل غير مشروع يُرتكب باستخدام الحاسوب أو الوسائل التقنية مثل الهواتف الذكية وغيرها من أدوات التكنولوجيا الحديثة". في حين يرى اتجاه آخر أنها "جريمة ذات طابع مادي، تتمثل في أي سلوك غير مشروع يتم عبر الوسائل الإلكترونية، يهدف من خلاله الجاني إلى تحقيق منافع مادية أو معنوية بطرق غير قانونية"¹ وتُعرف الجريمة الإلكترونية أيضاً بأنها كل فعل غير قانوني يُرتكب باستخدام وسائل إلكترونية أو عبر شبكة الإنترنت، ويستهدف الأفراد أو المؤسسات أو الأنظمة المعلوماتية، بهدف الإضرار أو السرقة أو التشهير أو الابتزاز أو التجسس. وتتخذ هذه الجرائم صوراً متعددة، من بينها اختراق الحسابات البنكية، نشر المعلومات الشخصية دون إذن، أو إرسال رسائل تهديد عبر البريد الإلكتروني، مما يُبرز خطورتها على أمن المعلومات وخصوصية الأفراد واستقرار المؤسسات.

المشرع الجزائري هو الآخر أدرك خطورة الجرائم الإلكترونية سعى إلى تنظيمها قانونيا وقد عرفها القانون 04-09 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها في المادة الثانية التي نصت على أن "الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال جرائم المساس بأنظمة

¹ -اسمهان بوضياف، "الجريمة الالكترونية و الإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسة القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، العدد الواحد وعشرون، 2018، ص 350، 351.

المعالجة الآلية للمعطيات المحددة في قانون العقوبات وأي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق نظام معلوماتية أو نظام للاتصالات الإلكترونية".¹

من خلال هذا التعريف نجد ان الجريمة الالكترونية تتميز بعدة خصائص وهي:

صعوبة اكتشاف الجريمة الإلكترونية: يُعتبر مرتكبو الجرائم الإلكترونية في الغالب من ذوي الكفاءة التقنية العالية والقدرات الذهنية المتقدمة، مما يصعب من مهمة اكتشاف ملبسات الجريمة أو معرفة الأساليب التي استُخدمت في تنفيذها. كما أن اعتمادهم على تقنيات متطورة مثل إخفاء الهوية (Anonymity) أو التشفير (Encryption) يُعقّد من جهود الجهات المختصة في تتبعهم والكشف عن هويتهم، مما يؤدي إلى صعوبة الحد من هذه الجرائم أو منعها قبل وقوعها.

طبيعتها العابرة للحدود: تُعد الجريمة الإلكترونية من الجرائم العابرة للحدود، إذ لا تقيدها الحواجز الجغرافية أو الزمنية، حيث يستطيع الجاني ارتكاب جرائم متعددة في دول مختلفة في الوقت ذاته، باستخدام جهاز حاسوب واحد ومن موقع جغرافي محدود. وهذا ما يجعل من الفضاء الإلكتروني مسرحاً لجريمة يتجاوز الحدود الوطنية، مما يطرح تحديات قانونية وتنسيقية كبيرة على المستوى الدولي.

صعوبة إثباتها: يعد إثبات الجريمة الإلكترونية من أصعب مراحل الإجراءات الجزائية، نظراً لاعتمادها على أدوات وتقنيات رقمية لا تترك في الغالب آثاراً مادية ملموسة كما هو الحال في الجرائم التقليدية. ويزداد الأمر تعقيداً مع تطور الوسائل التقنية المستخدمة في ارتكاب هذه الجرائم، حيث تتطلب عملية التتبع والتحقيق خبرات تقنية عالية من جانب المحققين، بالإضافة إلى قدرة كبيرة على تحليل البيانات والتعامل مع أساليب التمويه والتمويه الرقمي المعقّد الذي يستخدمه الجناة لإخفاء آثارهم.²

¹ - القانون رقم 09-، 04 مؤرخ في 14 شعبان 1430 الموافق ل5 أوت 2009، المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج.ر، ج.ع، 47، الصادر بتاريخ 16 أوت 2009.

² - مريم مجدي، تحديات التجارة الالكترونية وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، غير منشورة، قسم الحقوق، كلية حقوق وعلوم سياسية، جامعة زيان عاشور، ادرار، 2021، ص34.

الفرع الثاني

أركان الجريمة الإلكترونية

سنتناول من خلال هذا الفرع ركنين أساسيين لقيام الجريمة الإلكترونية..

أولاً: الركن المادي:

الركن المادي في الجريمة الإلكترونية عند المشرع الجزائري يقوم على فعل مادي غير مشروع. يتم باستخدام وسيلة معلوماتية وينتج عنه ضرر أو مساس بحق محمي قانونياً. وبحسب المادة 394 مكرر من قانون العقوبات فيعد الركن المادي على أنه "... كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك".¹

ثانياً: الركن المعنوي

بالركن المعنوي القصد الجنائي، وهو العنصر الذهني أو النفسي الذي يلزم الفعل الإجرامي. ويتجسد هذا الركن في اتجاه إرادة الجاني نحو ارتكاب فعل يُجرّمه القانون، مع علمه الكامل بعدم مشروعية هذا الفعل، وإدراكه لطبيعته والنتائج التي قد تترتب عنه فلا يكفي لقيام الجريمة أن يكون هناك سلوك مادي فقط، بل لا بد من توافر النية الإجرامية، أي أن يكون الجاني واعياً بما يقوم به، مدركاً للظروف المحيطة بالفعل، ومقصوداً لديه تحقيق نتيجة غير مشروعة سواء كانت مادية أو معنوية، وبالتالي فإن الركن المعنوي يُعد من الأركان الأساسية التي لا تقوم الجريمة الإلكترونية بدونها، إذ يميز بين من يرتكب الفعل عن غير قصد أو بسبب الجهل، ومن يتعمد ارتكابه مع سبق العلم والإصرار.²

المطلب الثاني

الجرائم المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني

في ظل الانتشار الواسع للتكنولوجيا والوسائط الرقمية، أصبح المستهلك الإلكتروني معرضاً لأنواع متزايدة من التهديدات، لا تقتصر على الجرائم التقليدية فحسب، بل تشمل أيضاً أنماطاً مستحدثة من

¹ - الأمر رقم 156/66 المؤرخ في جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات، ج.ر، ج.ج، ع49، الصادر بتاريخ 9 جوان 1966 معدل ومتمم.

² - عبد الله ذيب محمود، المرجع السابق، ص155 .

الجرائم الإلكترونية. وقد استغل الجناة ضعف الثقافة الرقمية لدى بعض المستخدمين، إضافة إلى صعوبة الرقابة على الفضاء السيبراني، لارتكاب أفعال غير مشروعة مثل الاحتيال الإلكتروني وانتهاك الخصوصية. وبناءً عليه، سنستعرض في هذا المطلب أبرز الجرائم التي تستهدف المستهلك الإلكتروني، حيث نتناول في الفرع الأول الجرائم التقليدية، وفي الفرع الثاني الجرائم المستحدثة.

الفرع الأول:

الجرائم التقليدية

رغم ان الجرائم التقليدية تعود الى ما قبل العصر الرقمي إلا أنها أصبحت تمارس اليوم بوسائل الكترونية تستهدف المستهلك الإلكتروني و عليه من خلال هذا الفرع سنتطرق الى جريمة الغش أولا والخداع ثانيا وثالثا الاحتيال.

أولا: جريمة الغش:

يعتبر الغش المرتبط بتجارة إلكترونية من الجرائم ذات الطبيعة المزدوجة. فهو يندرج من جهة ضمن جرائم اقتصادية بالنظر إلى مساهمته بسلامة المعاملات التجارية و إستقرارية السوق. ومن جهة أخرى يعد من الجرائم الإلكترونية لارتكابه عبر الوسائط الرقمية والتقنية الحديثة. ويترتب عن هذا التداخل خضوعه لأحكام القواعد العامة المنظمة للغش التجاري المنصوص عليها في قانون العقوبات بالإضافة إلى القوانين الخاصة بمكافحة الجرائم الإلكترونية.¹

وقد عرّف بعض الفقهاء الغش بأنه كل فعل يحدث تغييرا أو تحريفا في جوهر المادة أو في تكوينها الطبيعي، إذا كانت معدة للبيع، ويكون من شأن هذا الفعل التأثير في خصائصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطاؤها مظهرا يوهم بأنها سلعة أخرى تختلف عنها في الواقع، وذلك بقصد الاستفادة من هذه المظاهر المضللة أو تحقيق مكاسب غير مشروعة، كالحصول على فرق السعر.²

¹ - سلسيل بن سماعيل، "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، جامعة غرداية، العدد الثاني، 2017، ص296.

² - احمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع المصري والفرنسي والشرعية الاسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005، ص194.

وعرفه البعض الآخر على انه كل فعل عمدي ايجابي يمس السلعة ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فوائدها أو ثمنها بشرط عدم علم المتعاقد الآخر.

أ/أركان جريمة الغش: لقيام جريمة الغش وجب توافر ركنين أساسيين و هما الركن المادي والركن المعنوي:

1-الركن المادي: لقد حصر المشرع الجزائري الأفعال المكونة لجريمة الغش في إطار حماية المستهلك، وذلك من خلال المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 431 من قانون العقوبات. وتتمثل هذه الأفعال في تزوير أي منتج موجه للاستهلاك أو للاستعمال البشري أو الحيواني، أو عرض منتج للبيع أو بيعه مع العلم بأنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير. كما تشمل أيضاً عرض أو بيع مواد أو أدوات أو أجهزة أو أي وسيلة تُستخدم في تزوير منتجات مخصصة للاستهلاك البشري أو الحيواني، وذلك مع العلم بطبيعتها¹.

2-الركن المعنوي: تعد جريمة الغش الإلكتروني من الجرائم العمدية التي لا تقوم إلا بتوافر القصد الجنائي العام لدى المتدخل، وهو ما يستفاد من عبارة "...يعلم أنه مزور أو فاسد..." الواردة في المادة 70 من القانون المذكور سابقا. ويتحقق هذا القصد متى ثبت علم المتدخل بالصفة غير المشروعة لعملية الغش، أي إدراكه بأن المنتج محل الجريمة مغشوش أو مزور. وعليه، فإن عبء إثبات هذا العلم يقع على عاتق قاضي الموضوع، الذي يتوجب عليه إقامة الدليل الكافي لإثبات أن المتدخل كان على دراية بالحالة غير القانونية للمنتج².

ب/العقوبات المقررة لجريمة الغش: تصنف جريمة الغش كجناية يعاقب عليها بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات، وبغرامة مالية تتراوح بين 10.000 دج وخمسين ألف 50.000 دج وذلك وفقاً لأحكام المادة 431 من قانون العقوبات. وتُشدد العقوبة إلى الحبس من خمس سنوات إلى عشر

¹ - قانون رقم 09-03 السالف الذكر .

² - حورية زاهية سي يوسف، " تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك " ، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد الاول ، 2007، ص24.

سنوات، وغرامة من 500.000 دج إلى 1.000.000 دج إذا ترتب عن استهلاك المواد المغشوشة أو الفاسدة مرض أو عجز عن العمل لدى الضحية أما إذا نتج عن تلك الأفعال مرض غير قابل للشفاء أو فقدان استعمال عضو أو عاهة مستديمة، فتُشدد العقوبة إلى السجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرين سنة، وغرامة مالية من 1.000.000 دج إلى 2.000.000 دج وتُطبق عقوبة السجن المؤبد إذا أدت هذه المواد إلى وفاة الشخص الذي استهلكها، وذلك كما نصت عليه المادة 432 من قانون العقوبات.¹

بالإضافة إلى العقوبات السابقة، الذكر قد نصت المادة 82 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على عقوبات تكميلية تكمن في مصادرة المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب الغش²

ثانيا: جريمة الخداع:

لم يورد المشرع الجزائري تعريفاً صريحاً لمفهوم الخداع، بل اقتصر على الإشارة إلى الوسائل والأساليب التي يتحقق بها، خاصة من خلال النصوص القانونية المتعلقة بالغش. ويمكن تعريف الخداع بكونه كل سلوك إيجابي يتضمن الكذب أو التضليل، يؤدي إلى إظهار الشيء على غير حقيقته، أو إعطائه مظهراً زائفاً يخالف الواقع.³ ويتميز الخداع عن الغش بكونه سلوكاً إيجابياً يتضمن تدخلاً فعلياً لتزييف الحقيقة، بينما قد يتجسد الغش أحياناً في سلوك سلبي، كإخفاء العيوب مثلاً كما يختلف الخداع عن جنحة النصب، إذ يكون الهدف من النصب هو الاستيلاء على مال الغير، في حين يسعى الجاني في جريمة الخداع إلى تحقيق كسب غير مشروع من خلال إبرام صفقة تبدو في ظاهرها سليمة، لكنها تقوم في جوهرها على أسس غير صحيحة أو مضللة.⁴

¹ - الأمر رقم 156/66 الساف الذكر.

² - القانون رقم 09-03 السالف الذكر.

³ - محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في مواد غذائية وطبية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 8

⁴ سي يوسف زاهية حورية، المرجع السابق، ص 55-79.

لقد نص المشرع الجزائري على جريمة الخداع في المادة 68 قانون 09-03 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي جاء في نصها كالآتي " يعاقب بالعقوبة المنصوص عليها في المادة 429 قانون العقوبات كل من يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة..."¹

أ/ أركان جريمة الخداع: جريمة الخداع مثلها مثل كل الجرائم تتحقق بركنين ضروريين لقيامها.

1-الركن المادي: يستخلص بالركن المادي لجريمة الخداع، أو محاولة الخداع، من خلال المادة 68 من الأمر رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك، والتي تنص على تحقق هذا الركن بكل وسيلة أو طريقة كانت إذا تعلق الأمر ب: كمية المنتوجات المسلمة، تسليم منتوجات غير تلك المعيّنة مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدة صلاحيته، النتائج المنتظرة منه، أو طرق استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها عند الاستعمال.

وقد أحالت نفس المادة على المادة 429 من قانون العقوبات، والتي توسّع من مفهوم الركن المادي، حيث تعتبر أن هذا الأخير يتحقق بكل فعل يصدر عن الجاني بقصد خداع أو محاولة خداع المتعاقد، سواء تعلّق الأمر بطبيعة الشيء، أو صفاته الجوهرية، أو تركيبه، أو بنسبة المقومات التي تدخل في تحديد قيمته وبيعه.²

2-الركن المعنوي: تعد جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي يشترط لتحقيقها توافر القصد الجنائي بعنصره الأساسيين العلم والإرادة، أي أن يكون الجاني على علم بكافة عناصر الجريمة، وأن تتجه إرادته إلى ارتكاب الفعل المجرّم. ويفهم من ذلك أن الجاني يدرك طبيعة الأفعال التي يقوم بها، والغرض من ورائها، في إطار تضليل المستهلك.

وتجدر الإشارة إلى أن المادة 68 من الأمر رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم تشترط صراحة وقوع ضرر فعلي بالمستهلك كعنصر لازم لقيام الجريمة، وهو ما دفع ببعض الفقه إلى تصنيف هذه الجريمة ضمن جرائم الخطر لا جرائم الضرر.

¹ - القانون 09-03 السالف الذكر.

² - سلسيل بن سماعيل، المرجع السابق، ص294.

ب/العقوبة المقررة لجريمة الخداع: فيخص عقوبة مقررة لجريمة الخداع والشروع فيها قد أحالتنا المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى المادة 429 من قانون العقوبات حيث يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو إحدى هاتين العقوبتين كما تشدد العقوبة حسب المادة 69 من نفس القانون لتصل إلى خمس سنوات حبس وغرامة قدرها 500000 دج إذا خدع المتدخل أو حاول أن يخدع بواسطة: الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة وغير مطابقة، إشارات وادعاءات تدليس، كتيبات أو منشورات أو تعليمات أخرى.

بالإضافة إلى العقوبة المنصوصة عليها في المادة 82 من قانون 09-03 متمثلة في مصادرة المنتوجات والادوات وكل الوسائل المستعملة في ارتكاب الجريمة.¹

ثالثا: جريمة الاحتيال الالكتروني

يعتبر الاحتيال الإلكتروني من الأساليب الحديثة والمتطورة التي يُلجأ إليها للوصول إلى أهداف محددة واختراقها بطرق غير مشروعة، وذلك من خلال استغلال شبكة الإنترنت. وتُرتكب هذه الجريمة دون الاكتراث بالأضرار المعنوية أو المادية التي قد تترتب عنها، ويكون الفاعل في الغالب شخصاً يمتلك مهارات تقنية عالية تمكنه من تجاوز أنظمة الحماية وارتكاب أفعاله الإجرامية بكفاءة.

فالاحتيال، بصفة عامة، يُرتكب بقصد الاستيلاء على أموال الغير بطرق غير مشروعة، ويُعدّ من أبرز صور الاعتداء على الذمة المالية. وفي السياق الإلكتروني، غالباً ما تتم عملية الاحتيال عبر تزوير البيانات والمعطيات وتحويلها إلى جهة غير شرعية، وذلك من خلال انتحال شخصية الضحية أو انتحال صفة جهة موثوقة، مما يؤدي إلى خداع المستخدم وسرقة معلوماته الحساسة.² فجريمة الاحتيال هي استخدام طرق ووسائل احتيالية من قبل جاني لتحقيق منفعة مادية غير مشروعة.³

¹ - ضيف الله فاطمة، علياني محمد، "الآليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري الالكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة آفاق للعلوم، جامعة يحيى فارس بالمدينة، الجزائر، العدد السادس، 2021، ص 444.

² - عبد الفتاح بيومي، المرجع السابق، ص 102.

³ - مطر عصام عبد الفتاح، المرجع السابق، ص 320.

تناول المشرع الجزائري جريمة الاحتيال في قانون العقوبات ونص عليها في المادة 372 على أنها "كل من توصل إلى استلام أو تلقى أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من التزامات أو الحصول على أي منها أو شرع في ذلك وكان ذلك بالاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو شروع فيه باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو أنشطة خيالية أو اعتماد مالي خيالي أو بإحداث الامل في الفوز بأي شيء.....".

أ/أركان جريمة الاحتيال الالكتروني:

1-الركن المادي:الركن المادي لجريمة الاحتيال في لجوء الجاني إلى استخدام وسائل احتيالية بقصد إيقاع الغير في الخطأ، بما يدفع هذا الأخير إلى التصرف بشكل يضر بمصالحه المالية. وقد نصت المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري على مجموعة من هذه الوسائل، منها: استعمال أسماء أو صفات كاذبة، أو الادعاء بامتلاك سلطة وهمية، أو اللجوء إلى مناورات من شأنها خداع المجني عليه. ولا يكفي مجرد استعمال هذه الوسائل لقيام الجريمة، بل يشترط أن تؤدي إلى تسلّم الفاعل لأموال أو منقولات أو أية قيم مالية بصورة غير مشروعة، مما يشكل ضرراً فعلياً يلحق بالمجني عليه. كما يشترط أن يُفضي هذا الفعل إلى سلب كل أو جزء من ثروة الغير، أو على الأقل الشروع في ذلك، حتى يمكن تكييف الفعل كجناية احتيال مكتملة الأركان¹.

2-الركن لمعنوي: وجب توفر القصد الجنائي العام لقيام الجريمة أي وجب علم الجاني بعناصر المتمثلة في ماديات الجريمة وانصراف إرادته إلى تحقيق هذه العناصر وأن يعلم الجاني أنه يرتكب فعل تدليس من شأنه إيقاع المجني عليه في غلط يدفعه لتسليم أمواله و إلى جانب القصد العام يجب أن يتحقق القصد الخاص وهو اتجاه إرادة الجاني إلى نية الاستلاء سلب ثروة الغير كلها او بعضها.²

ب/عقوبة جريمة الاحتيال الالكتروني:بحسب المادة 372 من قانون العقوبات، يعاقب مرتكب الجريمة بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر، وغرامة من 500 دج إلى

¹ سلسبيل بن اسماعيل، المرجع السابق، ص299.

² حسين فريجة، شرح قانون العقوبات الجزائري، جرائم المال جرائم الأشخاص، ديران المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، ص277

20.000 دج وتشدد العقوبة حسب المادة نفسها إذا لجأ إلى الجمهور بقصد اصدار أسهم أو سندات، أو حصص أو أي سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية وتصل مدة الحبس إلى عشر سنوات، وغرامة إلى 200.000 دج.

بالإضافة إلى العقوبة الأصلية يمكن تطبيق عقوبات تكميلية تتمثل في حرمان من حقوق الواردة في المادة 14 أو البعض منها، أو المنع من الإقامة لمدة سنة إلى خمس سنوات.

الفرع الثاني:

جرائم التجارة الإلكترونية المستحدثة

أدى تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر إلى ظهور جرائم مستحدثة تمس أمن المعاملات الرقمية مثل منع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع والخدمات والإخلال بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية والإشهار الإلكتروني ، الاعتداء على التوقيع الإلكتروني

أولاً: منع التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية في بعض السلع والخدمات: حدد المشرع الجزائري في القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، لاسيما في المادتين 03،05، صور هذه الجريمة ومنع صراحة عرض أو بيع بعض السلع والخدمات عبر الوسائط الإلكترونية ، وتقوم هذه الجريمة كغيرها من الجرائم على الركن الشرعي إضافة للركن المادي والمعنوي.

أ/الركن الشرعي: هو أن يكون هناك نص يحد من الجريمة ، ويبين الجزاء العقابي المترتب عليها وطبقا لنص المادة 37 من القانون 05-18 نصت على عقوبة مخالفة المادة الثالثة من القانون سابق ذكره بحيث أقر عقوبة الغرامة تتراوح ما بين 200,000 و 1.000.000 ويمكن للقاضي أن يأمر بإغلاق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح بين شهرين وستة أشهر ، كما نص المشرع الجزائري على عقوبة المادة الخامسة من القانون سابق ذكره في وبين جزاء مخالفتها في المادة 38 من نفس القانون والتي تنص

على أنه: « دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به يعاقب بغرامة من 500,000 إلى 2.000.000 دج كل من يخالف أحكام المادة 5 من هذا القانون».¹

ب/الركن المادي: يتحقق الركن المادي للجريمة من خلال عرض أو بيع عبر الوسائط الإلكترونية للمنتجات والخدمات المحظورة صراحة بموجب النصوص القانونية وتشمل ما يلي:

1-المنتجات والخدمات المحظورة وفقا للمادة 3 من القانون 05-18: وهي لعب القمار، الرهان اليانصيب المشروبات الكحولية والتبغ ، المنتجات الصيدلانية ، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية ، كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به مثل الألعاب النارية والمفرقات المحظور بيعها داخل التراب الوطني ، كل سلعة أو خدمة تستوجب قانونا إعداد عقد رسمي وفق القانون مثل بيع وشراء السيارات.

2-المنتجات والخدمات المحظورة بموجب المادة خمسة من نفس القانون: وهي العتاد والتجهيزات و المنتجات الحساسة المحددة بموجب نصوص قانونية خاصة الخدمات التي تمس مصالح الدفاع الوطني، النظام العام أو الأمن العمومي.

ج/الركن المعنوي: يتمثل الركن المعنوي في هذه الجريمة بكونها من الجرائم العمدية التي لا تتحقق إلا بتوافر القصد الجنائي العام لدى المخالف. ويقصد بذلك أن يكون المخالف على دراية كاملة بأن القانون صريح في حظر عرض أو بيع بعض السلع أو الخدمات، حيث تم تحديد هذه السلع والخدمات على سبيل الحصر في النصوص القانونية أو التنظيمية ذات الصلة. ورغم علمه المسبق بهذا المنع، يعتمد المخالف مخالفة القانون من خلال قيامه بعرض أو بيع هذه المنتجات أو الخدمات المحظورة، إما لتحقيق مكاسب غير مشروعة أو نتيجة إهمال متعمد لواجباته القانونية. ومن ثم فإن هذا التصرف يعد مخالفة صريحة تنطوي على نية جنائية واضحة، وتؤدي إلى قيام المسؤولية القانونية بحقه.²

ثانيا: الإخلال بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية والإشهار الإلكتروني:

¹ - قانون 05-18 السالف الذكر.

² - كوثر بوحزمة، "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة ضياء للدراسات القانونية ، جامعة ابن خلدون، تيارت، العدد الثاني، 2021، ص109.

حدد المشرع الجزائري صور هذه الجرائم وحدد صوروها في المواد 11, 12, 25, 30, 31, 32, 34 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وقد تقوم هذه الجريمة على ركن شرعي وركن مادي ومعنوي:

أ/الركن الشرعي: بالرجوع للقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، نجد أن المشرع أقر جرائم وعقوبات حسب طبيعة الالتزام بحيث نص على عقوبة المورد في حالة مخالفة الالتزامات التعاقدية المنصوص عليها في المادتان 11 و 12 من نفس القانون بغرامة من 50.000 إلى 500.000 دج ، ويمكن للقاضي تعليق نشاطه على منصات الدفع الإلكتروني لمدة تصل إلى 6 أشهر هذا ما أقرته المادة 39 من نفس القانون ، وفي حالة مخالفة أحكام الإشهار الإلكتروني المواد (30-31-32-34) يعاقب المورد المخالف بغرامة من 50.000 إلى 500.000 حسب المادة 40 ، أما في حالة عدم حفظ سجلات المعاملات التجارية وإرسالها إلكترونيا يعاقب المورد الذي لا يلتزم بذلك وفق ما تنص عليه المادة 41 التي تنص: « يعاقب بغرامة من 20.000 إلى 200.000 دج ، كل مورد إلكتروني خالف أحكام المادة 25 من هذا القانون».¹

ب/الركن المادي: يتحقق عند إخلال المورد الإلكتروني بالالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 من قانون 05-18 وذلك في الحالات التالية:

- 1_عدم جعل العرض التجاري الإلكتروني واضحا ومفهوما.
- 2_عدم تضمين العرض المعلومات الأساسية المتعلقة بالمورد مثل العنوان المادي والبريد الإلكتروني وطبيعة أسعار السلع والخدمات.
- 3_احترام مراحل الثلاثة لإتمام الطلب الإلكتروني وهي اطلاع المستهلك الإلكتروني على الشروط التعاقدية لضمان علمه الكامل بها ، تمكين المستهلك من مراجعة تفاصيل الطلبية من حيث المنتجات ، السعر والكمية ، كذلك تأكيد المستهلك للطلبية بناء على ما ورد في العرض.

¹ - قانون 05-18 السالف الذكر.

أما الركن المادي لمخالفة المتطلبات الإشهار الإلكتروني يكون في حال الإخلال بالشروط المنصوص عليها في المواد 30 إلى 34 من نفس القانون. في حالة عدم تمييز الرسائل الإشهارية بوضوح كرسائل تجارية أو ترويجية ، الترويج لسلع أو خدمات محظور تسويقها قانونا ، أو في حالة عدم تمكين الأشخاص من التعبير عن رفضهم لتلقي الإشهارات بشكل مجاني أو عدم القدرة على تحديد هوية مرسل الرسالة الإشهارية.¹

ج/الركن المعنوي: تعد الجريمة من الجرائم العمدية التي يشترط فيها توافر القصد الجنائي العام، والمتمثل في إدراك المورد الإلكتروني بوجود التزامات قانونية تفرضها القوانين المنظمة للمعاملات التجارية، سواء من حيث أسلوب الإعلان التجاري عبر الوسائط الإلكترونية أو من حيث توثيق وحفظ المعاملات في السجلات المقررة قانونا ورغم هذا العلم يعتمد المورد تجاهل هذه الالتزامات وعدم الالتزام بها، مما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك الإلكتروني ويجعله عرضة للغش أو الاستغلال.²

ثالثا: الاعتداء الجنائي على التوقيع الإلكتروني:

مع بداية التحول التكنولوجي والتقني وظهر أنظمة وبرامج الإنترنت، أدى كل ذلك إلى ظهور التوقيع الإلكتروني ومن صور الاعتداء على التوقيع الإلكتروني، والتزوير والتقليد ، والدخول غير المشروع على أنظمة معلوماتية خاصة بالتوقيع الإلكتروني.

أ/تزوير وتقليد التوقيع الإلكتروني: التوقيع الإلكتروني تم النص عليه في القانون 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق والذي يتضمن مواد تنظم شروط إنشاء التوقيع الإلكتروني، أما في قانون 05-18 الذي يتعلق بالتجارة الإلكترونية لا توجد مادة صريحة نظمه ومع ذلك يعترف بالتوقيع الإلكتروني كوسيلة إثبات قانونية في المعاملات التجارية ، وقد أكدت المادة السادسة من القانون نفسه على أن يكون التوقيع الإلكتروني مؤمنا ومطابقا للشروط المنصوص عليها في القوانين الخاصة بتنظيم التوقيع الإلكتروني.

¹ عويسي عبد الحميد وياسين جاب الله، المرجع السابق، ص 44-ص 45.

² - كوثر بوحزمة، المرجع السابق، ص 111

أما الركن المادي لهذه الجريمة يدور حول فعل التزوير أو التقليد الإلكتروني والذي يقصد به كل تغيير في مخرجات الحاسوب الآلي سواء كانت ورقية كالمطبوعة أو غير ورقية محفوظة على دعامة رقمية، يعد معلوماتيا متى كانت له دلالة قانونية أو أثر في إثبات حق و من أشهر الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها في تزوير التوقيع الإلكتروني استخدام برامج حاسوبية يتم تصميمها لمحاولة البعض الوصول إلى الأرقام الخاصة بالتوقيع الإلكتروني والقيام بنسخها.

والجريمة صورة الركن المعنوي فيها القصد الجنائي العام بعنصره العلم و الإرادة، إذ يكون الجاني على دراية بأن ما يقوم به محظور قانونا، ومع ذلك يقدم بإرادته الحرة على ارتكاب الفعل المجرم، قاصدا تحقيق نتيجة غير مشروعة من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية في التزوير أو التقليد.¹

ب/الدخول غير المشروع على قاعدة بيانات تتعلق بالتوقيع الإلكتروني: تناول المشرع الجزائري جريمة الدخول أو البقاء بدون تصريح في النظام المعلوماتي وذلك في المادة 394 مكرر وقرر العقوبة لها بحبس من ثلاثة أشهر وبغرامة من 50.000 إلى 100.000 وقد تضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير معطيات المنظومة بحيث تكون عقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من 50.000 إلى 150.000² ولقيام هذه الجريمة لابد من توافر ركنين أساسيين وهما الركن المادي والركن المعنوي:

1- الركن المادي: تعتبر واقعة الدخول غير المصرح به إلى قاعدة بيانات أو نظام معلوماتي يتصل بالتوقيع الإلكتروني من الأفعال التي يجرمها القانون نظرا لما تنطوي عليه من انتهاك لخصوصية المعلومات وتهديد لسلامة النظم الرقمية. ولكي تكتمل أركان هذه الجريمة، لا بد من تحقق الركن المادي، وهو يتمثل في الفعل الإجرامي المتمثل في دخول شخص دون وجه حق إلى الأنظمة الإلكترونية أو قواعد البيانات التي تحتوي على معلومات أو بيانات تتعلق بالتوقيع الإلكتروني وهذا الدخول قد يتم من خلال تجاوز أنظمة الحماية، أو استغلال ثغرات تقنية، أو استخدام بيانات دخول غير مخول بها الشخص.

¹ - راشد محمد المري، الجرائم الإلكترونية في ظل الفكر الجنائي المعاصر (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2018، ص142

² - الأمر رقم 66-156، السالف الذكر.

وتعد هذه الجريمة من الجرائم التي تصنف قانونا ضمن جرائم الخطر، أي أن المشرع لا يشترط لقيامها وقوع ضرر فعلي على المجني عليه أو على النظام المخترق، بل يكفي أن يشكل السلوك المرتكب تهديدا محتملاً لسلامة البيانات أو النظام.

2- الركن المعنوي: تعد هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي تتطلب توافر القصد الجنائي لدى الفاعل، ولا يمكن أن تقع عن طريق الخطأ أو الإهمال. فالجاني في هذه الحالة يكون على علم بأنه يقوم باختراق أو دخول نظام معلوماتي دون تصريح، ويقدم على هذا الفعل بإرادة حرة وواعية. وبالتالي، فإن الركن المعنوي يتمثل في القصد الجنائي العام، والذي يقوم على عنصرين أساسيين هما: العلم، أي إدراك الفاعل للطبيعة غير المشروعة لدخوله، والإرادة، أي عزمه على تنفيذ هذا السلوك بالرغم من علمه بعدم مشروعيته.¹

أدى التطور التكنولوجي إلى جعل حماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية أمراً ضرورياً من الناحية الاقتصادية، ما دفع المشرع الجزائري إلى تبني مجموعة من النصوص القانونية إضافة إلى وضع آليات تضمن توفير حماية فعالة للمستهلك الإلكتروني.

وبالتالي فقد تطرقنا في الفصل الأول إلى الحماية المدنية والجزائية للمستهلك الإلكتروني نظراً لحاجته إلى مجموعة من الوسائل التي تضمن تحقيق التوازن التعاقدي بين أطراف العقد والمتمثلة في وضع قواعد وقائية أهمها الحماية من التضليل الإعلاني وتفعيل الالتزام بالإعلام، وقد يمتد نطاق هذه الحماية ليشمل حقوق أساسية يتمتع بها المستهلك وفي مقدمتها الحق في العدول عن التعاقد الذي يمكنه من التراجع عن قراره والحق في الضمان لحماية مصالحه الاقتصادية والقانونية بعد إبرام العقد لاسيما أنه الطرف الأضعف عند إبرام العقد الإلكتروني مع التاجر، الأمر الذي دفع بالمشرع إلى الحرص على توفير حماية قضائية خاصة له من خلال تجريم مختلف الأفعال والسلوكيات التي تلحق الضرر بمصالحه أو تتنافى مع حقوقه.

¹ راشد محمد المري، المرجع السابق، ص 144.

خاتمة

خاتمة:

ختاماً، ومما سبق التطرق إليه من خلال بحثنا المتواضع حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التجارة الإلكترونية، يتضح أن المستهلك الإلكتروني يتعامل عبر وسيلة إلكترونية، دون حضور مادي كما هو الحال في التعاقد التقليدي، مما يجعله غير قادر على معاينة السلعة أو التأكد من خصائصها بشكل مباشر، وهذا ما يستوجب توفير حماية خاصة ومُعززة له، لأن النصوص القانونية وحدها، وإن كانت مهمة، لا تكفي لتحقيق الحماية الفعلية ما لم تدعّم بآليات تطبيق فعالة وشفافة.

ومن هذا المنطلق، تبرز الحاجة إلى إلزام المورد الإلكتروني بتقديم معلومات صحيحة وكافية عن المنتجات والخدمات المعروضة، حتى يمكن للمستهلك اتخاذ قراره التعاقدي عن دراية، ويتفادى الوقوع ضحية للإعلانات المضللة أو التصرفات الاحتيالية التي قد تلحق به أضراراً مادية أو معنوية.

وانطلاقاً من ما سبق، نخلص في نهاية هذا البحث إلى جملة من النتائج والتوصيات التي نراها ضرورية لتطوير هذا المجال وضمان توازن العلاقة التعاقدية بين المستهلك والمورد في البيئة الإلكترونية. تتمثل أهم النتائج في:

التجارة الإلكترونية وضعت كافة تشريعات أمام تحديات قانونية لم تكن مطروحة في معاملات تقليدية. بالرغم من أن المشرع الجزائري حاول تنظيم التجارة الإلكترونية حيث أصدر القانون الخاص بها 18/05، إلا أنه يبقى يفتقر لبعض النصوص التي تنظم بشكل دقيق حماية المستهلك. افتقار المستهلك الإلكتروني للثقافة رقمية وكذا معرفة حقوقه وواجباته، وبالتالي يصبح فريسة سهلة للموردين الإلكترونيين فعند تعرضه لمحاولة احتيال لا يقدم على أي إجراءات نظراً لجهله. يتعذر ويصعب على المستهلك الإلكتروني أن يبين ويثبت الضرر الذي تعرض له على عكس المستهلك التقليدي.

بعض العقوبات المفروضة على مرتكبي الجرائم ضد المستهلك الإلكتروني تعد غير مردعة نوعاً ما، لذا وجب إعادة النظر فيها، فموضوع حماية المستهلك أصبح مهماً جداً على غير السابق، حيث لم يكن المستهلكون يتوجهون للتسوق عن بعد ولكن الآن كل معاملاتهم تقريباً تتم عن بعد.

إن النصوص القانونية في قانون التجارة الإلكترونية لم تركز على الضرر الذي قد يحدثه الغير، بل ركزت على الضرر الصادر من المورد فقط، رغم أنها تتيح للغير وبسهولة الدخول في ثنايا التعاقد أو المعاملة التجارية، وإلحاق الضرر بالمستهلك الإلكتروني عكس تعاقد التقليدي.

المشرع الجزائري يعد متأخراً نوعاً ما في موضوع حماية المستهلك، مقارنة بالدول العربية والأجنبية قطعت أشواطاً كبيرة في تنظيم التجارة الإلكترونية بسن قوانين متطورة وتوفير منصات لحل نزاعات غير الإلكترونية. حماية المستهلك الإلكتروني ضعيفة نوعاً ما مقارنة بالمستهلك التقليدي. صعوبة اتباع التعاقد الإلكتروني أمام القرارات. غياب بوابات إلكترونية رسمية لتقديم شكاوي ومتابعة القضايا. الحماية الفعالة للمستهلك لا تتحقق فقط من خلال تشريعات، بل أيضاً بتفعيل الرقابة، التوعية والتكوين المستمر للفاعلين في المجال. من الاقتراحات التي خرجنا بها من خلال دراسة موضوع الحماية القانونية للمستهلك في ظل التجارة الإلكترونية: ضرورة تطوير الأنظمة القانونية لتكون قادرة على التعامل مع التحديات الجديدة الناتجة عن التقدم التكنولوجي، مثل الذكاء الاصطناعي وغيره من الابتكارات. كما نوصي بتحسين وسائل الرصد والمراقبة لتتبع الأنشطة الإجرامية في الفضاء الرقمي، مع تعزيز القدرة على التعرف السريع والدقيق على مرتكبي تلك الجرائم. ونقترح أيضاً تأسيس وحدات أمنية وقضائية متخصصة في التعامل مع الجرائم الإلكترونية، تكون مجهزة بالخبرات والأدوات اللازمة لمواجهتها بكفاءة وفعالية. ونلفت إلى أهمية حرص المستهلك الإلكتروني على اختيار مواقع آمنة ومحمية، والتعامل مع جهات تجارية تتمتع بسمعة طيبة. كما نؤكد على ضرورة نشر الوعي لدى المستهلك الجزائري حول المعاملات الإلكترونية، وتوضيح الجوانب القانونية المرتبطة بها لضمان حماية أفضل له في البيئة الرقمية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع:

أولاً: القرآن الكريم

- سورة قريش، الآية 2

ثانياً: القوانين

- القانون -04/02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ، ع ، 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004 ، المعدل والمتمم .
- القانون 04/14 في 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري، ج ر ، ع، 16 الصادرة في 26 فبراير 2014.
- القانون رقم 09-، 04 مؤرخ في 14 شعبان 1430 موافق ل 5 أوت 2009، المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج.ر، ج.ج، ع 47، الصادر بتاريخ 16 أوت 2009.
- القانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر 1430 موافق ل 25 فبراير 2009 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر العدد 15 الصادر بتاريخ 8 مارس 2009.
- القانون رقم 15-04 مؤرخ في 11 ربيع الثاني 1436 موافق ل 1 فبراير 2015 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين ج ر العدد 28 صادر بتاريخ 10 فبراير 2015
- القانون رقم 18-05، المؤرخ 24 شعبان موافق ل 10 ماي 2018 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، ج ر ، العدد 28 ، صادر بتاريخ 16 مايو 2018.
- الأمر رقم 75/58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج.ر، ع 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975 معدل ومتمم.
- الأمر رقم 66/156 المؤرخ في حوان 1966 المتضمن قانون العقوبات، ج.ر، ج.ج، ع 49، الصادر بتاريخ 9 حوان 1966 معدل ومتمم.
- المرسوم تنفيذي رقم 13-327، مؤرخ في 26 سبتمبر 2013، محدد لشروط و كفاءات وضع ضمان سلع والخدمات، حيز التنفيذ، ج ر ، رقم 49، مؤرخة في 12 أكتوبر 2013.
- المرسوم التنفيذي رقم 90/39 المؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق ل 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج.ر، ع 05، الصادرة ب 04 رجب 1410 الموافق ل 31 يناير معدل ومتمم.

القوانين الأجنبية باللغة العربية:

- القانون التونسي الخاص بالمبادلات و التجارة الالكترونية، رقم 83، سنة 2000، الصادر في 09 ماي و نشر في جريدة الرائد الرسمي للجمهورية التونسية في 11 أوت 2000.

ثالثا: الكتب

- 📖 ابراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، الطبعة الاولى، 2003.
- 📖 احمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع المصري والفرنسي والشرعية الاسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005.
- 📖 اسامة احمد بدر ، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005.
- 📖 أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الالكترونية وعقودها و أساليب مكافحة الغش التجاري الالكتروني، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.
- 📖 بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الانترنت، عالم الكتب الحديث، الأردن، الطبعة الاولى، 2004.
- 📖 بشير عبد العلاق ، سعد غالب ياسين ، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع ،عمان ، الاردن، الطبعة الاولى ، 2004
- 📖 حسين فريجة، شرح قانون العقوبات الجزائي، جرائم المال جرائم الأشخاص، ديران المطبوعات الجامعية، الجزائر ، الطبعة الثانية ، 2013
- 📖 خالد ممدوح ابراهيم ، ابرام العقد الالكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2005.
- 📖 خالد ممدوح إبراهيم ،امن المستهلك الالكتروني ،الدار الجامعية ،الإسكندرية، 2008.
- 📖 خالد ممدوح إبراهيم، الإطار القانوني لعقود الحوسبة السحابية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الثانية، 2019.
- 📖 راشد مُجد المري، الجرائم الإلكترونية في ظل الفكر الجنائي المعاصر (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الاولى، 2011
- 📖 سناء جودت خلف و مُجد نور صالح الجداية، تجارة الكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع ،عمان، الاردن، الطبعة الثانية ، 2012
- 📖 عبد الرؤوف حسن أبو الحديد ، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، القرية الأولمبية _ المنصورة ، 2019.
- 📖 عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية ،دار الكتب القانونية ،القاهرة ، 2007.
- 📖 عبد الله ذيب محمود ،حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة ،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان، الاردن، الطبعة الاولى ، 2012.

قائمة المصادر والمراجع

- عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الالكترونية في التشريعات العربية و الاجنبية ،دار الجامعة الجديدة،الاسكندرية،2015.
- مُحَمَّد احمد عبد الحميد احمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015
- مُحَمَّد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في مواد غذائية وطبية ،دار الفجر للنشر والتوزيع،الجزائر،2005
- مُحَمَّد صبري السعدي، الواضح في شرح القانون المدني ،عقد البيع والمقايضة، دار الهدى الجزائر ،2008،
- مُحَمَّد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع جامعة البلقاء التطبيقية،2011،
- مصطفى يوسف كافي،التجارة الالكترونية، دار ومؤسسة رسلان، دمشق ،2010
- هبة عبد الله منصور ،حماية المستهلك في العقود الالكترونية ،دار الفكر الجامعي ،الاسكندرية ،الطبعة الاولى 2018،
- يوسف حسن، الاقتصاد الالكتروني ،المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، الطبعة اولى ، 2012

رابعا: الأطروحات و المذكرات

- حنان مسكين ، مبدأ حرية المنافسة وحماية المستهلك في القانون الجزائري والمقارن، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص القانون الاقتصادي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيده، 2021،2020.
- إلهام أومدور ومنال أومدور، خصوصية قواعد حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8ماي 1945، قلمة، 2019-2020.
- امير رقويد وصهيب إسحاق مكيدش، الحماية القانونية لحقوق المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مُحَمَّد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، 2022-2023.
- بوخاري الحاج، قبائلي عبد الكريم، الالتزام بالضمان، مذكرة لنيل شهادة ماستر ،قسم الحقوق ،كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة زيان عاشور،جلفة،2019.
- خديجة بركة وراينا جميلة قندوزي، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، تخصص قانون أعمال ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مُحَمَّد بوضياف ، مسيلة ، 2021-2022.

قائمة المصادر والمراجع

- الذهبي خديجة، آليات قانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون خاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ادرار، 2013.
- سعاد حنطيز، سميرة مرخي، النظام القانوني لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، قسم حقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2021.
- عبد الحميد عويسي وياسين جاب الله، حماية المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2010-2021.
- ليلي لعموري، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون جنائي وعلوم إجرامية، قسم القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.
- مريم محمد، تحديات التجارة الالكترونية وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، غير منشورة، قسم الحقوق، كلية حقوق وعلوم سياسية، جامعة زيان عاشور، ادرار، 2021
- خامسا: المقالات العلمية**
- زهرة جقريف وشريط وسيلة، " الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، *المجلة الأكاديمية للبحث القانوني*، العدد الثالث، 2020.
- ابراهيم يامة، "التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر"، *مجلة القانون والعلوم السياسية*، جامعة أحمد دراية، ادرار، العدد الثاني، 2019.
- اسمهان بوضياف، "الجريمة الالكترونية و الإجراءات التشريعية لمواجهةها في الجزائر"، *مجلة الأستاذ الباحث للدراسة القانونية والسياسية*، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، العدد الواحد وعشرون، 2018.
- بادي عبد الحميد، "الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما قبل التعاقد"، *المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية*، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، العدد الثالث، 2017.
- بسمة محمد نوري كاظم البكري، "الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني"، *مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال*، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، العدد الثالث، 2021.
- بن يوسف كليل، "حماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون التجارة الالكترونية الجزائري"، *مجلة الدراسات القانونية*، جامعة علي لونسي، الجزائر، العدد الاول، 2023.
- حورية زاهية سي يوسف، "تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك"، *المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية*، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد الاول، 2007.
- سلسيل بن سماعيل، "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، *مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية*، جامعة غرداية، العدد الثاني، 2017.

قائمة المصادر والمراجع

- سليمة لدغش، "حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت بين الواقع والضرورة"، مجلة حقوق وحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الرابع، أبريل 2017.
- صراح خوالف، "الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، جامعة سيدي بلعباس، العدد الأول، 2019.
- ضيف الله فاطمة، علياني محمد، "الآليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة آفاق للعلوم، جامعة يحيى فارس بالمدينة، الجزائر، العدد السادس، 2021.
- عبد القادر روشو، "الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، العدد الثاني، 2022.
- عبد الرحمان خلفي، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري"، مجلة الدراسات حول فعالية القاعدة القانونية، جامعة بجاية، الجزائر، العدد الأول، 2017.
- كوثر بوحزمة، "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، جامعة ابن خلدون، تيارت، العدد الثاني، 2021.
- نوال حاج، رشيد شمشيم، "مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الدراسات القانونية، مخبر السيادة والعدالة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المدينة، العدد الأول، 2019.

سادسا: المداخلات

- روفية ضيف، سومي لرقد، المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك و الاقتصاد الرقمي، جامعة قسنطينة، يومي 23 و 24، 2018.

سابعا: المحاضرات

- خديجة عبد اللاوي، قانون المعاملات الإلكترونية، محاضرات موجهة لطلبة السنة أولى، القانون الخاص، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، 2021_2022.
- مصطفى حجاج، التجارة الإلكترونية، مقياس التجارة الإلكترونية، محاضرات موجهة لطلبة السنة أولى ماستر، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت 2022-2023

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

إهداء

شكر و تقدير

قائمة المختصرات

2 مقدمة:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية و المستهلك الالكتروني

8 تمهيد

9 المبحث الأول مفهوم التجارة الالكترونية

9 المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

10 الفرع الأول: التعريف الفقهي للتجارة الالكترونية

12 الفرع الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية بحسب المنظمات الدولية

15 الفرع الثالث: التعريف التشريعي للتجارة الالكترونية

17 المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية وخصائصها

18 الفرع الأول: أهمية التجارة الإلكترونية

21 الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

24 المبحث الثاني: مفهوم المستهلك الإلكتروني

24 المطلب الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني

25 الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني

29 الفرع الثاني: التعريف القانوني للمستهلك الإلكتروني

34 المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني وتمييزه عن المستهلك التقليدي

34 الفرع الأول: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

36 الفرع الثاني: التمييز بين المستهلك التقليدي والمستهلك الإلكتروني

38 خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الحماية المدنية و الجزائية للمستهلك الالكتروني

40 تمهيد

41 المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

41 المطلب الأول: حماية المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام عقد التجارة الإلكترونية

41 الفرع الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية

فهرس المحتويات

46	الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام
50	المطلب الثاني: حماية المستهلك أثناء تنفيذ عقد التجارة.....
50	الفرع الأول: الالتزام بالضمان
54	الفرع الثاني: حق العدول.....
58	المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني.....
58	المطلب الأول: مفهوم الجريمة الإلكترونية
59	الفرع الأول: تعريف الجريمة الإلكترونية.....
61	الفرع الثاني: أركان الجريمة الإلكترونية
61	المطلب الثاني: الجرائم المرتكبة ضد المستهلك الإلكتروني
62	الفرع الأول: الجرائم التقليدية
68	الفرع الثاني: جرائم التجارة الإلكترونية المستحدثة
73	خلاصة الفصل
75	خاتمة:
78	قائمة المصادر و المراجع:.....

فهرس المحتويات

ملخص

ملخص:

أن موضوع حماية المستهلك الإلكتروني أصبح يثير الكثير من الجدل مع التطور الهائل لشبكة الإنترنت، وكثرة استخدامها خاصة فيما يتعلق بعمليات الشراء والبيع فقد يصاحب عادة عرض السلع أو الخدمات عبر الإنترنت الكثير من المبالغة في الدعاية، ضف على ذلك جهل المستهلك لحقوقه وواجباته وكذا ضعف الوعي التقني والقانوني للمستهلك الإلكتروني، مما يجعل هذا الأمر يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك، وقد يوقعه في مغالطة تضر بمصالحه ولهذا تأتي أهمية هذه الحماية من عدة جوانب رئيسية تسهم بشكل مباشر في حماية المستهلكين، وتعزيز الثقة في التعاملات الإلكترونية، ووضع اطر قانونية وتنظيمية لحماية الأفراد من الجرائم الإلكترونية، التي قد تؤثر على حقوقهم ومصالحهم في الفضاء الرقمي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الانترنت، حماية المستهلك الإلكتروني، عقد الكتروني، حماية مدنية وجنائية،

Abstract :

The topic of electronic consumer protection has become highly debated with the tremendous development of the internet and its widespread use, particularly regarding buying and selling operations. The presentation of goods or services online is often accompanied by exaggerated advertising. In addition, consumers' ignorance of their rights and obligations, along with their weak technical and legal awareness, significantly influences consumer behavior and may lead them into pitfalls that harm their interests .

This highlights the importance of such protection from several key aspects that directly contribute to safeguarding consumers, enhancing trust in electronic transactions, and establishing legal and regulatory frameworks to protect individuals from cybercrimes that may affect their rights and interests in the digital space.

Keywords: E-commerce, Internet, Electronic Consumer Protection, Electronic Contract, Civil and Criminal Protection.