

البيئة الرقمية ودورها في تغيير طبيعة المستهلك من تقليدي إلى إلكتروني The Digital Environment and its role in changing the nature of the Consumer from Traditional to Electronic

يتوجي سامية

كلية الحقوق والعلوم السياسية. جامعة محمد خيضر – بسكرة (الجزائر)

samia.yattoudji@univ-biskra.dz

تاريخ النشر:

2021/10/31

تاريخ القبول:

2021/09/15

تاريخ الارسال:

2021/06/30

الملخص:

يثبت أن للاستهلاك دور أساسي في الحياة الاقتصادية، ومع التطور التكنولوجي والتقني الذي يشهده العالم في العصر الحديث، أصبحت معه الخدمات والسلع الموجهة للمستهلك متطورة وسريعة، بما أدى إلى تحويل ذاك المستهلك من تقليدي إلى إلكتروني، في ظل التعاملات والعقود التجارية الإلكترونية التي تسهل التعامل التجاري وتسرع إنجازها، بما مكن معه المستهلك الإلكتروني من الكثير من الخيارات الاستهلاكية، لوفرة السلع والخدمات وتنوعها، وانخفاض تكلفتها على شبكة الإنترنت، الأمر الذي حتم على المشرع توفير حماية قانونية استثنائية لحقوق المستهلك الإلكتروني في ظل مخاطر قد تترتب كنتيجة لإتمام التصرفات القانونية من خلال الوسائل الإلكترونية. الكلمات المفتاحية: البيئة الرقمية - التجارة الإلكترونية - المستهلك الإلكتروني - التعاقد الإلكتروني.

Abstract:

The consumption is proved to play an essential role in the economic life, and with the technological development witnessed by the world in the modern era, the services and consumer-oriented goods became more developed and rapid, which led to the conversion of that consumer from traditional to electronic, in light of electronic transactions and contracts that facilitate business. It accelerated its implementation, which enabled the electronic consumer to many options, because of the availability and diversity of goods and services, and low cost on the Internet, which obliged the legislator to provide exceptional legal protection of the rights of electronic

consumer to defeat the risks that may be resulted in the process of completing the legal actions through electronic means.

key words: Digital Environment - Electronic Commerce - Electronic Consumer - Electronic Contracting.

مقدمة:

يقصد بحماية المستهلك في عمومها، اتخاذ الدولة عن طريق النص التشريعي والتنظيمي جميع الاجراءات الكفيلة بحفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها من قبل المهنيين في كافة المجالات، سواء كانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات أو شركات، في سهولة ويسر ودون تعريضه لأي أذى نتيجة كونه طرف في تعاقد إرادي، بهدف الحصول على تلك السلعة أو تقديم الخدمة اليه، وذلك في اطار التعامل التجاري المتبادل، مع دفع أي اخطار أو عوامل من شأنها الإضرار بمصالحه أو حقوقه⁽¹⁾.

وبمراعاة الاقتران الذي حدث في السنوات العشر الأخيرة بين الأنظمة والتقنيات الرقمية (الإلكترونية) وممارسة النشاط التجاري، اتجهت جل الأنظمة القانونية إلى اشتراط توفير حماية قانونية كاملة ومتكاملة للمستهلك الإلكتروني، بدء من الإعلام الجيد والنزيه عن الخدمة وانتهاء بحماية الخصوصية وكل المعطيات الشخصية من الاعتداء⁽²⁾، تتعدى إلى حد ما، الحماية القانونية التي يتمتع بها المستهلك التقليدي في نطاق التعاملات التجارية العادية، بالنظر إلى المخاطر التعاقدية التي قد يتعرض لها المستهلك الإلكتروني أثناء تلبية احتياجاته الاستهلاكية إلكترونياً.

الأمر الذي يجعلنا نطرح اشكالية أساسية مفادها: ما هي المبررات التي جعلت من القواعد القانونية التقليدية لحماية المستهلك التقليدي قاصرة عن حماية المستهلك الإلكتروني وحتمت تخصيص مستويات حماية قانونية جديدة له؟

ومن أجل التصدي لما تطرحه هذه الدراسة من مسائل قانونية، تم معالجتها من خلال التطرق مبدئياً إلى المفهوم العام للمستهلك التقليدي (المبحث الأول)، لنتطرق

⁽¹⁾ رزاق مخور داود الغراوي، "وسائل حماية المستهلك الإلكتروني في الفقه الاسلامي والقانون: دراسة تحليلية مقارنة"، تم التحميل من موقع: [https://tasrebat.news/archives/87303]، بتاريخ: 2019/09/30.

⁽²⁾ ماجدة سعيد، "إشكالية حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية"، تم التحميل من موقع:

[https://www.mohamah.net/law]، بتاريخ: 2019/09/30.

بعدها إلى دور البيئة الرقمية في تغيير المستهلك من تقليدي إلى إلكتروني (المبحث الثاني)، ومن ثم ندرس أخيرا مختلف الأسباب التي حتمت على المشرع الجزائري تخصيص حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني (المبحث الثالث).

المبحث الأول: المفهوم العام للمستهلك التقليدي

أصبح موضوع حماية المستهلكين محلا لتنظيم قانوني مكثف في بعض الدول التي أدركت أهميته، وقد ورد تعريف المستهلك في العديد من التشريعات سواء تلك المتعلقة بحماية المستهلك في إطار القانون الداخلي أو التي وضعت قواعد لحماية المستهلك في علاقاته التعاقدية الدولية، فضلا عما ورد بهذا الصدد من الاتفاقيات الدولية والتوجيهات التشريعية ذات الصلة، إضافة إلى حرص المشرع الجزائري على إعطاء تعريف للمستهلك من خلال النصوص القانونية التشريعية والتنظيمية المتعلقة به⁽¹⁾، وعلى ذلك، فإن تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني يقتضي ابتداء تعريف المستهلك (التقليدي/الكلاسيكي).

المطلب الأول: تعريف المستهلك (التقليدي) في عدد من التشريعات الوطنية

المقارنة

- عرّفه المشرع المصري بموجب القرار رقم 886 الصادر عن وزارة التجارة والصناعة المصرية سنة 2006 الخاص بإصدار اللائحة التنفيذية وقانون حماية المستهلك الصادر بموجب القانون رقم 67 سنة 2006 في المادة 01 منه على أنه: "كل شخص يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص".

⁽¹⁾ حنان مناصرية، "تأصيل مدلول المستهلك الإلكتروني" "تشريعا، قضاء، فقها": دراسة مقارنة"، مجلة الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 22، فيفري 2018، ص 96.

- وعرفه المشرع الأوروبي في قانون التوجيه الأوروبي رقم 13 الصادر عن مجلس الجماعات الاقتصادية الأوروبية بتاريخ 02 أبريل 1993 في المادة 02/ ب بأنه: "كل شخص طبيعي يتصرف في عقود لغايات لا تندرج في إطار نشاطه المهني"⁽¹⁾.

- أما المشرع الفرنسي فنجدته قد جاء بعدة تعريفات متعاقبة للمستهلك، فقد عرفه في القرار الوزاري الفرنسي الصادر في 14/01/1972 الخاص بتنظيم الإعلان عن أسعار السلع بأنه: "من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"⁽²⁾، وعرفه لاحقا مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 26 يوليو 1993 بأنه: "الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني"⁽³⁾.

المطلب الثاني: تعريف الاتفاقيات الدولية ذات الصلة للمستهلك (التقليدي)

تتفق أغلب الاتفاقيات الدولية ذات الصلة بحماية المستهلك، على أن هذا الأخير، هو ذلك الشخص الذي يتعاقد قصد الحصول على السلع أو الخدمات تلبية لحاجياته أو حاجيات عائلته، وذلك خارج نشاطه المعتاد هذا بالنسبة للمستهلك العادي⁽⁴⁾.

على هذا الأساس، عرفت اتفاقية بروكسل لعام 1968 المستهلك في المادة 13 منها بأنه: "الشخص الذي يتصرف في إطار نشاط يعد غريبا عن نشاطه المهني"، وتعرضت اتفاقية فيينا المتعلقة بالبيع الدولي للبضائع لعام 1980 لتعريف المستهلك في مادته 01، حيث نصت على استبعاد من هذه البيوع الدولية، البضائع التي تشتري للاستعمال

⁽¹⁾ حنان مناصرية، المرجع السابق، ص 96.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 97.

⁽³⁾ أحمد السيد كردي، "حماية المستهلك الرقمي"، تم التحميل من موقع: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/275121>، بتاريخ: 2019/08/23.

⁽⁴⁾ حنان مناصرية، المرجع السابق، ص 93.

الخاص أو العائلي، أما اتفاقية روما لسنة 1980 المتعلقة بالقانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية، فقد نصت في المادة 05 منها على أنه: "تطبق هذه المادة على العقود التي يكون موضوعها توريد منقولات مادية أو خدمات إلى شخص المستهلك من أجل استعمال يعد غريبا عن نشاطه المهني"⁽¹⁾.

المطلب الثالث: تعريف التشريع الجزائري لمفهوم المستهلك (التقليدي)

عرف المشرع الجزائري المستهلك (التقليدي) في إطار مجموع القوانين الوطنية الحامية للمعاملات التجارية وحماية المستهلك وقمع الغش، وهي النصوص القانونية التالية:

* عرف المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، في المادة 09/02 منه المستهلك على أنه: "كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتجا أو خدمة معدين للاستعمال الواسطي والنهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"⁽²⁾؛

* وعرف القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المستهلك في المادة 03/03 بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"⁽³⁾؛

* وعرف القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 المستهلك بالمادة 02/03 منه، التي تنص على أنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو

⁽¹⁾ حنان منصورية، المرجع السابق، ص 98.

⁽²⁾ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق برقابة على الجودة وقمع الغش، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 05 المؤرخة في: 31/01/1990، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 01-315 المؤرخ في: 06/10/2001، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 61 المؤرخة في: 31/10/2001.

⁽³⁾ القانون رقم: 04-02 المؤرخ في: 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 41 بتاريخ: 27/06/2004، المعدل والمتمم بمقتضى القانون رقم 10-06 المؤرخ في: 15/08/2010، الصادر في الجريدة الرسمية رقم: 46 المؤرخة في: 18/08/2010.

مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به⁽¹⁾.

المبحث الثاني: المستهلك الإلكتروني كطرف في عقود التجارة الإلكترونية

لا تختلف التجارة الإلكترونية في مضمونها عن التجارة العادية، إلا أنها تتميز بوسائل اتصال خاصة و بيئة رقمية تتناسب و خصائص الاقتصاد الرقمي الذي تنساب فيه المعلومات والبيانات من خلال الحواسيب والشبكات وتمارس فيه الأنشطة الاقتصادية بسرعة فائقة وجودة عالية⁽²⁾

وعلى ذلك، سندرس مفهوم التجارة الإلكترونية في حد ذاتها، والمصطلحات للصيقة بها، لنحدد لاحقا موقف المشرع الجزائري منها.

المطلب الأول: مفهوم مصطلح التجارة الإلكترونية

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا بالتجارة الإلكترونية، كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أدت ولا زالت تؤدي الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالإنترنت دورا رئيسا ومهما؛ كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر، وساهمت في حصول تحول كبير من شكلها التقليدي الى الشكل الإلكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعا "لمموسا" في ظل البيئة الحالية⁽³⁾.

ويستعمل مصطلح التعاقد عبر الإنترنت عادة كمرادف "للتجارة الإلكترونية" حيث يتخذ أنماطا عديدة ومختلفة، فمن عرض السلع والخدمات عبر الإنترنت، وإجراء

⁽¹⁾ القانون رقم: 03-09 المؤرخ في: 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في: 2009/03/08.

⁽²⁾ هجرية تومي، "تطبيقات الإدارة الإلكترونية في مجال المعاملات التجارية في الجزائر: دراسة في إطار القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي حول: النظام القانوني للمرفق العام الإلكتروني واقع – تحديات – آفاق، ديسمبر 2018، ص 05.

⁽³⁾ كريم سالم حسين، "التجارة الإلكترونية العربية... الآفاق والتحديات"، تم التحميل من موقع:

{http://eco.asu.edu.jo/wp-content/uploads}، بتاريخ: 2019/09/30.

البيع المسماة عبر مواقع الشبكة العالمية، إلى تلقي العروض وإبرام التعاقدات، مروراً بمختلف عمليات الشحن والتفريغ والتسليم والأداء الرقمي، بالإضافة إلى التبادل الإلكتروني للبيانات والتحويلات الإلكترونية للأموال والبريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية وغيرها، وكلها عمليات تندرج في نطاقها العديد من صور وتطبيقات التجارة الإلكترونية⁽¹⁾.

وتتسم التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية، بما فيها:

- عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون، وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الإنترنت، أي سوق شبكية تحوي تعاملات تجارية؛
- عملية التبادل التجاري الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة، كونها تعتمد التبادل الإلكتروني للبيانات والمستندات؛
- تساعد التجارة الإلكترونية على إنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر، دون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري إلى مكان عرض هذه المنتجات والخدمات؛
- تمتاز التجارة الإلكترونية بإمكانية مطلقة في عرض المنتجات من السلع والخدمات على المستهلكين في وقت واحد وعلى مدار الساعة في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين الإلكترونيين؛
- تشكل التجارة الإلكترونية عاملاً محفزاً للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية الإلكترونية بشكل مستمر، فالمنافسة هنا تتخذ أقصى أشكالها، بما يساعد على تطوير القدرات التنافسية، من أجل تقديم أفضل سلعة أو خدمة للمستهلك الإلكتروني⁽²⁾.

⁽¹⁾ ماجدة سعيد، المرجع السابق. كريم سالم حسين، المرجع السابق.

⁽²⁾ كريم سالم حسين، المرجع السابق.

المطلب الثاني: موقف المشرع الجزائري من مفهوم التجارة الإلكترونية

تتواجد التجارة الإلكترونية في الجزائر بالموازاة مع التجارة العادية التقليدية، ودليل ذلك وجود العديد من المواقع الإلكترونية المتخصصة في التسويق الإلكتروني، التي كانت تعمل قبل صدور قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18-05، مفتقدة للتنظيم والتقنين، وبصدوره أدى دورا مهما في تحديد القواعد العامة المتعلقة بتنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية للسلع والخدمات، ووضح أطراف المعاملة التجارية الإلكترونية، ووفر الإطار القانوني والحماية اللازمة لأطرافها، تماشيا مع مستحدثات ثورة المعلومات التي غيرت من طابع المعاملات التجارية التقليدية⁽¹⁾.

وقد تم تعريف التجارة الإلكترونية في سياق التشريع الجزائري المنظم لها بأنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁽²⁾.

ويتعلق بمفهوم التجارة الإلكترونية - في سياق القانون الجزائري- عدد من المصطلحات القانونية المتعلقة بها، من أهمها:

أولاً: العقد الإلكتروني (التجاري)

هي تلك العقود التي يتم إبرامها عن طريق الإنترنت، وقد عرفه المشرع الجزائري بمقتضى المادة 02/06 من القانون 05-18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بنصها: "العقد الإلكتروني بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه، بالجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني"، وتعدّ العقود الإلكترونية بطبيعتها عقوداً

⁽¹⁾ هجيرة تومي، المرجع السابق، ص 06.

⁽²⁾ المادة 06 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الصادر في

الجريدة الرسمية عدد 28 المؤرخة في: 16/05/2018.

دولية، عابرة للحدود، لا تدخل ضمن حدود دولة معينة، وتكون تجارية، أو مدنية، أو مختلطة وفق طبيعة كل عقد، والعلاقة التي تربط أطراف العقد⁽¹⁾.

ثانياً: وسائل الدفع الإلكتروني

أوضحت وسائل الدفع الإلكتروني أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني حيث تتم تسوية المعاملات الإلكترونية عن طريق إلكتروني، لا وجود فيه للأوراق النقدية أو التجارية، فهي -كما عرفها البنك المركزي الأوروبي- "كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة إلكترونية، وعليه يُعد الالتزام بدفع الثمن من بين الإلتزامات التي تقع على عاتق المشتري أو متلقي الخدمة في التعاملات العادية، أما في المعاملة الإلكترونية فيتم دفع الثمن مقابل السلعة أو الخدمة المقدمة عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني"، وهذا ما جعل البنوك أو القطاع المصرفي الجزائري يستحدث خدمات بنكية تتم بوسائل إلكترونية، بالإضافة إلى نظام الوفاء الإلكتروني في المعاملات التجارية⁽²⁾.

وبموجب قانون التجارة الإلكترونية رقم 05-18، عرف وسيلة دفع إلكتروني من حيث هي: "كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية"⁽³⁾، ووفقاً للتشريع المعمول به، يتم الدفع الكترونياً من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، المنشأة والمستغلة حصرياً من طرف البنوك المعتمدة من طرف بنك و بريد الجزائر، أما إذا تعلق الأمر بالمعاملات التجارية الإلكترونية العابرة للحدود فإن الدفع يتم حصرياً عن طريق الاتصالات الإلكترونية⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ أحمد السيد كردي، المرجع السابق.

⁽²⁾ هجيرة تومي، المرجع السابق، ص 11 و 12.

⁽³⁾ المادة 05/06 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

⁽⁴⁾ المادة 27 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

ثالثاً: التوقيع الإلكتروني

بما أن كتابة وتوثيق العقد الإلكتروني بحاجة إلى توقيع أطرافها للدلالة على موافقتهم على مضمونها، فإن التوقيع على المحررات الإلكترونية ذو أشكال عدة، ترجع إلى اختلاف طبيعته، لكونه يتم عبر وسائل الكترونية، ومن هذه الأشكال التوقيع البيومتری، والرقمي، والتوقيع بالقلم الإلكتروني والتوقيع بالبصمة الإلكترونية، وغير ذلك، ويعد منح الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني أياً كان شكله، ذو ارتباط وثيق بدرجة الائتمان والثقة المتوفرة فيه بين طرفي العقد الإلكتروني؛ لهذا سعت كثير من التشريعات إلى فرض شروط معينة على التوقيع الإلكتروني، لمنحه الحجية اللازمة في الإثبات⁽¹⁾.

المطلب الثالث: تعريف المستهلك الإلكتروني

تتجلى أهمية تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني في كونه يعد معياراً لتحديد نطاق تطبيق النصوص الخاصة بحماية المستهلك من حيث الأشخاص ومن حيث الموضوع، إلا أن مفهومه، وإن اختلف الفقهاء والتشريعات بشأن صياغة حرفيته، لا يخرج عن كونه فعلياً الطرف الضعيف في العلاقة الاقتصادية مقارنة مع المتدخل المحترف، لكونه غالباً ما يفتقد إلى المعرفة والخبرة التقنية ويكون جاهلاً بالمنتج والخدمة الإلكترونيين، مما يخلق تفاوتاً في المركز الاقتصادي بينهما، ويؤثر في إرادة المستهلك الإلكتروني ويدفعه إلى التعاقد دون تبصر⁽²⁾.

فالمستهلك في مجال التعاقد الإلكتروني، هو في عمومته، ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء، وإيجار، وقرض، وانتفاع، وغيرها من أجل توفير

⁽¹⁾ أحمد السيد كردي، المرجع السابق.

⁽²⁾ حنان مناصرة، المرجع السابق، ص 95.

كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها، ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء⁽¹⁾.

لذلك فإن تحديد تعريف المستهلك الإلكتروني يقوم على أساس الوسيلة المستخدمة في إشباع الحاجات والرغبات، إذ أن المستهلك الرقمي يقوم باستخدام جهاز إلكتروني مرتبط بشبكة الإنترنت يُعِينُهُ على البحث عن السلعة أو الخدمة التي يريدها، ومن ثم يقدم على طلبها وتعبيره بالقبول لها ومن ثم السير في إجراءات التعاقد بالطرق الإلكترونية، ومن ثم الحصول على السلعة أو الخدمة إما بشكل إلكتروني أيضاً أو عن طريق الاستلام اليدوي⁽²⁾.

بمعنى أن كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا يهدف لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني، ودون أن تكون لديه نية المضاربة بها، وأن يتم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة، يعد مستهلكاً إلكترونياً⁽³⁾.

⁽¹⁾ أحمد شهاب ازغيب، "حماية المستهلك في عقود الاستهلاك الإلكترونية"،

http://main.eulc.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=PublicDrawThesis&BibID=122

88592]، بتاريخ: 2019/09/30.

⁽²⁾ حنان مناصرية، المرجع السابق، ص 97.

⁽³⁾ المرجع نفسه، ص ص 101 و 103 و 106.

يمكن تتبع عدد من تعاريف لمصطلح المستهلك الإلكتروني، على أنه:

- "هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وأيجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها"؛

- "كل من يحصل بواسطة التعاقد بالوسائل الإلكترونية على سلع أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعاً لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين"؛

- "كل من يتعاقد بواسطة وسائل الاتصال الحديثة للحصول على السلع والخدمات لاستعمالها خارج

نطاق مهنته".

على أساس مما سبق، فإن المشرع الجزائري أقرب بأن المستهلك في نطاق المعاملات التجارية الإلكترونية لا يختلف عن المستهلك الذي يتعاقد بالطرق التقليدية، إلا من حيث كون الوسيلة التي يتم من خلالها إبرام العقد هي مختلفة، أين يقوم المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية بالتعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها ثورة تكنولوجيا المعلومات لاسيما على شبكة الإنترنت⁽¹⁾، فعرف المستهلك الإلكتروني بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"⁽²⁾؛ وفي هذا السياق عرف ذات القانون المورد الإلكتروني، بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁽³⁾.

المبحث الثالث: مبررات تخصيص حماية قانونية غير تقليدية للمستهلك

الإلكتروني

تكمُن أهمية توفير الحماية للمستهلك عموماً في كونه الطرف الضعيف في التعاقد بينما التجار والمهنيون والمحترفون، يعتبرون في مركز القوة في مواجهته، وبالعودة للبيئة الرقمية، ونظراً للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية الإلكترونية في جميع مراحلها ولوقاية المستهلك الإلكتروني من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات على الشبكة، تولى القانون (دولياً ووطنياً) حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية عن طريق إعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يرفع ضرر والخطر عن المستهلك الإلكتروني⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ حنان منصيرة، المرجع السابق، ص 100 و101.

⁽²⁾ المادة 03/06 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

⁽³⁾ المادة 04/06 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

⁽⁴⁾ أحمد السيد كردي، المرجع السابق.

على أساس من ذلك، تتحدد جملة من المبررات والأسباب المختلفة في طبيعتها، لتوسيع الحماية القانونية للمستهلك التقليدي، لتشمل المستهلك الإلكتروني، بقواعد وآليات قانونية جديدة تضمن حقوقه في البيئة الرقمية.

المطلب الأول: التطور الحديث في شبكة الإنترنت وحاجة المستهلك (التقليدي)

إلى سلع وخدمات إلكترونية

عندما أصبحت أجهزة الحاسوب أكثر قوة في أواخر الثمانينيات؛ زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة، وبالرغم من أن هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الإلكتروني الذي يستطيع المستخدمون بواسطته إرسال رسائل لبعضهم، في إطار وظائفهم، إلا أن هذه الشركات عملت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة الداخلية المؤسسية، لذلك ظهر في أوائل التسعينيات ما يسمى بشبكة الإنترنت، ومعها ظهرت العديد من التقنيات والأدوات والوسائل التكنولوجية الجديدة التي أسهمت في تطويرها⁽¹⁾.

ويمثل التطور التقني في مجال الحاسب الآلي، واقعاً علمياً متجدداً على الدوام، بما ينبغي معه أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المورد والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية، غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتجسد في قهر المستهلك الإلكتروني بطريقة تبدو عدائية، بما يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت بأنه عقد إرادي رضائي، مقارنة بالبيع بالصيغة التقليدية، التي تتم في موطن ومحل إقامة المستهلك⁽²⁾.

غير أن حاجة المستهلك (التقليدي) الضرورية إلى المنتجات الإلكترونية، تنبع من كونها توفر له منتجات وخدمات ذات جودة عالية، بأسعار معقولة، بسبب كثرة العرض عن طريق المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زيادة المنافسة بينها على تقديم الأفضل للمستهلك الذي أصبح بفعل التعامل الدائم مع الشبكة، إلكترونيا بامتياز، على أن

⁽¹⁾ أحمد السيد كردي، المرجع السابق.

⁽²⁾ المرجع نفسه.

أهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين الإلكترونيين عليها؛ بما يجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك الإلكتروني بشكل مختلف عن نظيره التقليدي، يعد مسألة ملحة وواضحة⁽¹⁾.

في المقابل، فإن حاجة المستهلكين للسلع والخدمات تدفعهم إلى التعاقد الكترونياً بشيء من السرعة والعجلة مع تجار وبائعين وموردين محترفين تجارياً وكترونياً، بغية الحصول على ما يريدونه، ويبدو أن تنامي مقومات ضعف المستهلك سببه التطور الصناعي والتقدم التكنولوجي المتلاحقين، اللذين أديا إلى تغيير سريع وقوي في أساليب إنتاج السلع وتقديم الخدمات وطرق توزيعها وتسويقها، دون قدرة المستهلك الإلكتروني على استيعابها ومواكبتها جميعاً⁽²⁾.

المطلب الثاني: افتقار المستهلك (التقليدي) إلى الوعي المعلوماتي التقني في

البيئة الرقمية

إن المستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية هو متعامل جاهل للتقنية في كثير من الحالات، بما يسبب بشكل أو بآخر ضعف مركزه القانوني التعاقدية، بسبب التعرض للغش والتحايل الذي قد يتعرض له عند إبرام العقود الإلكترونية أو تنفيذها، في الوقت الذي تكون فيه الأدوات القانونية بشكلها التقليدي على المستوى المحلي والدولي قاصرة عن حمايته، وما يزيد الأمور تعقيداً من الناحية القانونية، كون العلاقة التعاقدية عبر الإنترنت هي علاقة قانونية عابرة لحدود الدول، تتضمن في غالب الأحيان

⁽¹⁾ أحمد السيد كردي، المرجع السابق.

⁽²⁾ منصور حاتم محسن وإسراء خضير مظلوم، "العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني: دراسة مقارنة"، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة بابل، العدد الثاني، السنة الرابعة، ص 02.

عنصرًا أو طرفًا أجنبيًا، بما يكرس معه الرأي الراجح بأن طبيعة عقود التجارة الإلكترونية تشبه بالنسبة للمستهلك عقود الاذعان المتعارف عليها في العقود المدنية⁽¹⁾.

لذلك فإن جملة المخاطر التي يتعرض لها المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية قد يكون مصدرها التاجر أو المورد الإلكتروني الذي يمثل الطرف الآخر القوي في العلاقة التعاقدية الإلكترونية، والذي كثيرا ما يتسم سلوكه بالغش والتحايل تجاه المستهلك الإلكتروني، كما وقد يقع الخطر من الغير، كما في حالة اختراق الشبكات الإلكترونية المنجزة، حيث يتم سرقة المعلومات والبيانات الشخصية للمستهلكين الإلكترونيين وإعادة استخدامها على نحو يضر بهم، الأمر الذي يتطلب حماية المعاملات الإلكترونية جنائيا، فضلا على أن الدعاية والإعلان والاشهار الإلكتروني قد يلعب دورا عظيما في إيقاع المستهلك في غلط يدفعه إلى التعاقد دون تبصر، خاصة إذا ما أخذنا في الاعتبار قوة شبكة الإنترنت من حيث الانتشار والتأثير والقدرة على النفاذ بسرعة وسهولة، في مقابل مستهلك لا يحوز الخبرة التقنية والقانونية اللازمة للتعامل مع مثل هذا النفاذ⁽²⁾.

المطلب الثالث: قصور القواعد القانونية التقليدية عن حماية المستهلك

الإلكتروني

إن ظهور التجارة الإلكترونية وما رافقها من تطور شبكي، أثرت بشكل كبير على النظام القانوني للعقود التقليدية، فظهر ما يسمى بالتسوق الإلكتروني عبر الحدود، وما تبعه من إجراءات للوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الأساسية في كثير من الأحيان، غير أن قصور النظرية التقليدية للالتزامات التعاقدية في حماية المستهلك الإلكتروني، والتطور التقني الحديث حتما على الدول إصدار العديد من القوانين والتشريعات الخاصة بحماية المستهلك في البيئة الرقمية،

⁽¹⁾ العيد حداد، "الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الإنترنت"، مداخلة مقدمة في المؤتمر المغربي الأول حول "المعلوماتية والقانون"، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس- ليبيا، 27-30/10/2009، ص 02 و 03.

⁽²⁾ أحمد السيد كردي، المرجع السابق.

فالتطور التكنولوجي الحديث في مجال الاتصالات والمعلومات، وخصوصاً في السنوات القليلة الماضية أسهم في دخول الأجهزة الإلكترونية في مجالات الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء من خلال مفاهيم الحوكمة والحكومة والإدارة الإلكترونية، والرقمنة في عمومها، وهو ما أثر على الطريقة التي تتم بها المعاملات والصفقات التجارية، سواء من حيث الاتفاق المنشئ لها، أو من حيث طريقة الوفاء بالإلتزامات القانونية المترتبة عليها، أو من حيث تنفيذ مقتضياتها⁽¹⁾.

ومن هنا بدأت الحاجة لحماية المستهلك في السوق الإلكترونية، بطريقة تختلف عن حمايته في السوق التقليدية، فالثقة في السوق الإلكترونية من أبرز ما يحتاج إليه المستهلك الإلكتروني في سبيل تلبية احتياجاته الشخصية، حيث أن الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني سواء في مرحلة ما قبل التعاقد، أو في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، أو في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني تعتبر مهمة جداً، بسبب ضعف المستهلك الإلكتروني تقنيا وقانونيا، بما يؤدي لخضوعه لشروط غير عادية ومجحفة وتعسفيه بحقه من قبل المورد الإلكتروني سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً⁽²⁾.

وباعتبار أن التعاقد الإلكتروني في بنائه ومضمونه لا يخرج عن نطاق العقد العادي الذي تحكمه قواعد القانون المدني، لكنه يتميز انعقاده بين شخصين غير حاضرين، وعبر شبكة الإنترنت ويكتسب الطابع الإلكتروني من الوسيلة التي يتم إبرامه من خلالها⁽³⁾، وجب على القانون المنظم له أن يتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لاستخراج الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يرفع الضرر والخطر عنه، بما يستدعي معه اتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك على

⁽¹⁾ أحمد السيد كردي، المرجع السابق.

⁽²⁾ المرجع نفسه.

⁽³⁾ حنان مناصرية، المرجع السابق، ص 101.

شبكة الإنترنت⁽¹⁾، لتشمل معالجة جملة الإشكالات القانونية التي تمثل ضعفاً لدى المستهلك الإلكتروني حال تعامله عبر الوسائط الإلكترونية، ولعل أهمها:

أولاً: ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني خلال المرحلة السابقة للتعاقد، من ناحية تكوين رضا حقيقي لديه، وكونه يتمتع بالمعرفة والخبرة الفنية، من حيث أن افتقاد هاذين العنصرين الأساسيين يؤدي معه إلى عدم توازن العقد الإلكتروني بسبب اختلال المراكز القانونية، نظراً لأن الطرف الضعيف (المستهلك الإلكتروني) معرض دائماً لاستغلال الطرف القوي التاجر المحترف (المورد الإلكتروني).

ثانياً: مرحلة إبرام عقد الاستهلاك الإلكتروني، والتي تبرز أهميتها من خلال رسم حدود الالتزامات والحقوق القانونية لكل من طرفي العلاقة التعاقدية (التجارية) الإلكترونية، وما يعتري هذه المرحلة من صعوبات تحقيق التوازن مواجهة الممارسات اللاأخلاقية وأحياناً الجرمية في البيئة الرقمية.

ثالثاً: مرحلة تنفيذ عقد الاستهلاك الإلكتروني، حيث تشهد هذه المرحلة قيام كل من طرفي عقد الاستهلاك الإلكتروني (المورد والمستهلك الإلكترونيين) بتنفيذ التزاماته تجاه الآخر، والتي من أهمها تسليم محل التعاقد الإلكتروني، وضمان التعرض والاستحقاق، وضمان العيوب الخفية، وضمان مطابقة محل التعاقد لما تم الاتفاق عليه، وأخيراً حق المستهلك في العدول والإرجاع السلعة⁽²⁾.

خاتمة:

من خلال ما سبق، ثُبِت أن عدم التوازن العقدي والاقتصادي والمعرفي بين المورد الإلكتروني المحترف والمستهلك الإلكتروني، والذي يتفاقم يوماً بعد يوم مع التطور التقني السريع في وسائل المعاملات التجارية الإلكترونية والمخاطر المرافقة له، حثَّ المشرع على توسيع وتحديث الحماية القانونية لحقوق المستهلك الإلكتروني باعتباره

⁽¹⁾ منصور حاتم محسن وإسراء خضير مظلوم، المرجع السابق، ص 02.

⁽²⁾ أحمد شهاب ازغيب، المرجع السابق. العيد حداد، المرجع السابق، ص ص 04 - 13.

منصور حاتم محسن وإسراء خضير مظلوم، المرجع السابق، ص 04.

الطرف الضعيف في أغلب المعاملات العقدية/ التجارية الإلكترونية، وذلك بهدف معالجة اختلال التوازن بينهما، والمحافظة على المراكز القانونية.

أولا- النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة البحثية:

✓ تعد التجارة الإلكترونية، فعليا، إحدى أهم المظاهر الحديثة في اقتصاد المعرفة والمحرك الأساسي له، كما يمثل القطاع الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي؛

✓ إن المستهلك في نطاق المعاملات الإلكترونية لا يختلف عن المستهلك الذي يتعاقد بالطرق التقليدية، إلا من ناحية الوسيلة التي يتم من خلالها إبرام العقد، حيث يقوم المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية بالتعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها تكنولوجيا المعلومات؛

✓ تعد القوانين والتشريعات والنصوص التنظيمية بصيغتها الحالية في العديد من الدول، خاصة العربي منها، قاصرة عن حماية المستهلك الإلكتروني بشكل فعال من أخطار الكمبيوتر وشبكة الإنترنت، ومواكبة متطلبات التعاقد على الشبكة والتجارة الإلكترونية، خاصة من حيث حجية الوسائل الإلكترونية في الإثبات.

ثانيا- على أساس ما سبق دراسته، يجدر بالتوصيات البحثية التالية أن تكون

محل مراعاة:

➤ ضرورة استحداث نظام قانوني شامل وفعال لحماية المستهلك الإلكتروني نظرا لضرورته في ظل البيئة الإلكترونية التي تتم فيها المعاملات التجارية، من خلال التنظيم المحكم والمتجدد لقانون التجارة الإلكترونية؛

➤ ضرورة توفير بيئة قانونية لتنمية الثقة والائتمان بين المتعاملين في عقود التجارة الإلكترونية؛

➤ ضرورة تطوير ونشر الوعي التقني الإلكتروني بين المواطنين الذين هم أنفسهم مستهلكون الكترونيون حاليون ومحتملون مستقبلا.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا / قائمة المصادر:

- القوانين:

- 1- القانون رقم: 02-04 المؤرخ في: 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 41 بتاريخ: 2004/06/27، المعدل والمتمم بمقتضى القانون رقم 10- 06 المؤرخ في: 2010/08/15، الصادر في الجريدة الرسمية رقم: 46 المؤرخة في: 2010/08/18.
- 2- القانون رقم: 03-09 المؤرخ في: 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في: "2009/03/08.
- 3- القانون رقم 05-18 المؤرخ في 2018/05/10 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 28 المؤرخة في 2018/05/16.
- 4- المرسوم التنفيذي رقم 39-90 المؤرخ في 1990/01/30 المتعلق برقابة على الجودة وقمع الغش، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 05 المؤرخة في: 1990/01/31، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 01-315 المؤرخ في: 2001/10/06، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 61 المؤرخة في: 2001/10/31.

ثانيا / قائمة المراجع:

ج- المقالات في المجلات:

- 1- حنان مناصرية، "تأصيل مدلول المستهلك الإلكتروني" تشريعا، قضاء، فقها: دراسة مقارنة، مجلة الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 22، فيفري 2018، ص ص 93- 110.
- 2- منصور حاتم محسن وإسراء خضير مظلوم، "العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني: دراسة مقارنة"، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة بابل، العدد الثاني، السنة الرابعة، ص ص 49- 86.

د- المقالات في المنتقيات والندوات:

- 1- هجيرة تومي، "تطبيقات الإدارة الإلكترونية في مجال المعاملات التجارية في الجزائر: دراسة في إطار القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مداخلة مقدمة في المؤتمر العلمي الدولي حول: النظام القانوني للمرفق العام الإلكتروني واقع - تحديات - آفاق، ديسمبر 2018، (مداخلة غير منشورة).
- 2- العيد حداد، "الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الإنترنت"، مداخلة مقدمة في المؤتمر المغربي الأول حول "المعلوماتية والقانون"، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس- ليبيا، 27-30/10/2009، (مداخلة غير منشورة).

ه- المقالات على مواقع الإنترنت:

- 1- أحمد السيد كردي، "حماية المستهلك الرقمي"، تم التحميل من موقع: [http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/275121]، بتاريخ: 2019/08/23.
- 2- كريم سالم حسين، "التجارة الإلكترونية العربية... الآفاق والتحديات"، تم التحميل من موقع: [http://eco.asu.edu.jo/wp-content/uploads]، بتاريخ: 2019/09/30.
- 3- رزاق مخور داود الغراوي، "وسائل حماية المستهلك الإلكتروني في الفقه الإسلامي والقانون: دراسة تحليلية مقارنة"، تم التحميل من موقع: [https://tasrebat.news/archives/87303]، بتاريخ: 2019/09/30.
- 4- ماجدة سعيد، "إشكالية حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية"، تم التحميل من موقع: [https://www.mohamah.net/law]، بتاريخ: 2019/09/30.