

ضمانات حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية وفقا للتشريع الجزائري و القانون الدولي

Consumer Protection Guarantees in Electronic Commerce Contracts in Accordance With Algerian Legislation And inTernational law

د/ بوحية وسيلة

أستاذة محاضرة(أ)، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله ، تيبازة: enour44@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2020-01-01

تاريخ القبول: 2019-10-04

تاريخ الاستلام: 2019-09-16

ملخص: تعتبر عقود التجارة الإلكترونية التي تتم عن بعد عبر شبكة الأنترنت من العقود الحديثة في الدول والمجتمعات و التي تتسم بطابع العالمية، حيث أصبح بإمكان أي شخص إبرام العقود الإلكترونية ، وحتى المستهلك الذي يريد اقتناء سلعة أو خدمة من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو العائلية أصبح بإمكانه اللجوء إلى شبكة الأنترنت وشراءها في إطار العقود الإلكترونية ، غير أنه ونظرا لكثرة العروض وتنوع السلع والخدمات المعروضة على هذه الشبكة ، و تطبيقا لمبدأ حرية التجارة الإلكترونية قد يقع المستهلك ضحية غش و تعسف التجار و الموردين الإلكترونيين ، كونه قد يكون شخص ليس لديه الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية ، لذلك وجب إقرار قواعد و ضمانات لحماية المستهلك على المستوى الوطني للدول في تشريعاتها الداخلية و على المستوى الدولي و الإقليمي، لأن القواعد الخاصة بحماية المستهلك في إطار هذه العقود قليلة و غير كافية.

كلمات مفتاحية: ضمانات ، حماية المستهلك، عقود التجارة الإلكترونية، التشريع الجزائري القانون الدولي.

Abstract: Online E-Commerce Contracts Are A Modern Contract In Countries And Communities That Are Global In Nature. Anyone Can Enter Into E-Contracts, Even A Consumer Who Wants To Acquire A Good Or Service To Meet Their Personal Or Family Needs. However, Due To The Large Number Of Offers And The Variety Of Goods And Services Offered On This Network, And In Accordance With The Principle Of Free E-Commerce, The Consumer May Fall Victim To The Fraud And Arbitrariness Of Electronic Traders And Suppliers, As He May Be A Person. She Does Not Have Therefore, Consumer protection rules and safeguards must be adopted at the national level of States in their domestic legislation and at the international and regional levels.

Keywords : Guarantees, Consumer Protection, Contracts, E-Commerce ,Law.

1. مقدمة :

عرف العالم في بداية القرن الواحد و العشرين تطورات كبيرة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي تسير عبر شبكة الأنترنت ، و التي اجتاحت جميع مناحي الحياة الإنسانية في الدول والمجتمعات لا سيما منها الاجتماعية، والاقتصادية، والتجارية ، حيث أصبح العالم بذلك يبدو وكأنه قرية صغيرة يسهل فيها الاتصال بالغير والتعامل معه في أي وقت، وفي أي دولة يوجد فيها مع إمكانية الاستغناء عن استخدام النقود التقليدية التي حلت محلها وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة ، كالنقود الائتمانية الإلكترونية ، البطاقات الائتمانية وغيرها.

و من أبرز الاستخدامات الحديثة للشبكة العنكبوتية " الأنترنت Internet " عمليات إبرام العقود التجارية بين الأشخاص العاديين والشركات ، وحتى من قبل الدول والحكومات ، وتعتبر عقود التجارة الإلكترونية أحدث صور التعاقد على الإطلاق ، و التي انتشرت بشكل كبير في المجتمعات وذلك لسهولة وسرعة إبرامها وتنفيذها و أصبح بإمكان الشخص الذي يريد اقتناء سلعة أو خدمة الدخول على موقع الشبكة واختيار ما يناسبه من العروض الكثيرة المتوفرة فيها دون أن يتحرك من مكانه الذي يوجد فيه ، كما فتحت آفاقا جديدة بين التجار والمستهلكين باستخدام التقنيات الحديثة للمعلوماتية لإبرام العقود التجارية كالبريد الإلكتروني والمتاجر الافتراضية والأسواق الإلكترونية ، وتم بموجبها عولمة اقتصاد السوق ، و التي تعتبر التجارة الإلكترونية من أهم مظاهرها .

و يقصد بالتجارة الإلكترونية " ممارسة كل المعاملات التجارية من شراء و بيع و تبادل للمنتجات والخدمات والمعلومات، و التسوية المالية، و التعاملات المصرفية، والتسليم باستخدام الوسائط الإلكترونية، والشبكات التجارية " (أحمد إسماعيل ، 2009 ص 38). وهي بذلك تختلف عن التجارة التقليدية كون أنها تتم عن طريق الأنترنت ، و تتسم بنوع من السهولة والسرعة في عقودها خاصة إذا تمت بين طرفين لا يوجدان في نفس الدولة مثلا .

و تؤدي التجارة الإلكترونية إلى زيادة التنوع في السوق العالمية بما توفره من عرض و طلب اللذان يعتبران من أساسيات السوق في علم الاقتصاد ، لذلك وجب إحاطتها بضمانات قانونية تكفل الثقة والأمن بين المتعاملين في إطار عقود التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت.

لذلك فإن موضوع حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية هو موضوع مهم جدا نظرا لحدثاته لذلك ينبغي علينا التطرق إليه ومعالجته للوقوف على أهم المخاطر التي يعترض إليها المستهلك في هذه العقود ، والبحث عن الوسائل الكفيلة لحماية المستهلك من أي غش، أو تعسف، أو تلاعب قد يتعرض له جراء دخوله في علاقة تعاقدية إلكترونية عبر شبكة الأنترنت.

وتزداد أهمية هذا الموضوع في ظل بعض المشاكل الناجمة عن هذه العقود، حيث أنه قد يعترض المستهلكين على عملية الإستيلاء على أموالهم عبر شبكة الأنترنت الإلكترونية عن طريق ما يسمون "بقراصنة الأنترنت".

و يكمن الهدف من البحث هو البحث عن الضمانات و الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية بحيث أنه يقتني السلعة أو الخدمة من أجل الاستعمال النهائي ، وليس بغرض إعادة البيع ، و الذي قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا ، في ظل تزايد الضغوط على المستهلك لمحاولة إغراءه و جذبته للدخول على عالم التجارة الإلكترونية، و إقناعه بالتعاقد عبر شبكة الأنترنت، خاصة و أنه في الكثير من الأحيان لا يكون للمستهلك ثقافة أو معرفة كافية في هذا المجال ، بما تمكنه من تحصين نفسه من الوقوع في تلاعبات و غش و تعسف البائعين الإلكترونيين، و غيرهم من المهنين المتعاملين معه خاصة في الدول النامية ، و التي لم تعرف هذا النوع من التجارة إلى في وقت حديث نسبيا ، و في ظل غياب القوانين و الأنظمة التي تحكم هذا النوع من العقود ، ومنها الجزائر بالرغم من أنها أصدرت آخر تعديل لقانون الاستهلاك الجزائري رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009.

لذلك فإن هذا الموضوع يطرح عدة إشكاليات يجب البحث فيها و الإجابة عنها، وتكمن في البحث عن المفهوم القانوني للعقد التجاري الإلكتروني و من هم أطرافه ؟ ، و ماهي مبررات و وسائل حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية؟ ، و فيما تكمن الجهود المبذولة لتكريس هذه الحماية على المستويين الوطني و الدولي؟

و لمعالجة هذه الإشكاليات ارتأينا تقسيم الموضوع بحثين : المبحث الأول: نتناول فيه مفهوم عقود التجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فنتناول فيه قواعد و ضمانات حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، و ذلك باعتماد على الجمع بين المنهج الاستقرائي و المنهج التحليلي ، حيث كنا بصدد استقراء النصوص القانونية التي أقرها المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك في عقود التجارة

الإلكترونية وتحليلها للوصول إلى أهم الضمانات القانونية المقررة في هذا الشأن والنقائص الموجودة فيه .

2. الإطار العام للتجارة الإلكترونية

تداول في السنوات الأخيرة مصطلح "التجارة الإلكترونية"، و انتشر لدى مختلف القطاعات الاقتصادية لدى أغلب دول العالم ، بل وأصبحت التجارة الإلكترونية تعتبر من إحدى أهم أساليب التجارة الدولية الحديثة ، والتي تختلف عن التجارة التقليدية من حيث كيفية وطرق الإعلان، وعرض السلع والخدمات وتسويقها ، ومن حيث طرق التعاقد بين المستهلكين والمهنيين التي تتم عبر قنوات الاتصال الإلكترونية التي تعبر شبكة الأنترنت من أشهرها ، وسنقوم ببيان مفهوم التجارة الإلكترونية بوجه عام وخصائصها ، وبيان مفهوم عقود التجارة الإلكترونية بوجه خاص بالتطرق إلى تعريفها وأطرافها وأركانها فيما يلي :

1.2. مفهوم التجارة الإلكترونية

قبل التطرق إلى تعريف عقود التجارة الإلكترونية وأركانها يستوجب علينا إعطاء تعريف للتجارة الإلكترونية بوجه عام، والتي انتشرت بشكل في الوقت الحالي في كل المجتمعات نظرا لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أثرت على جميع مناحي الحياة ، ومنها الاقتصادية .

1.1.2. تحديد المقصود بالتجارة الإلكترونية

يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة في علم الاقتصاد والقانون ، لذلك أعطيت لها عدة تعريفات ، ويمكن جمعها في ثلاثة اتجاهات : (أحمد إسماعيل ، ص 34،35)

-الاتجاه المضيق : قام أنصار هذا الاتجاه بإعطاء تعريف ضيق للتجارة الإلكترونية ، بحيث تشمل أنشطة البيع والشراء وتقديم الخدمات عبر وسيط إلكتروني هو في الغالب شبكة الأنترنت ، ومن بين ذلك التعريف الذي أورده المجلة العالمية للتجارة الإلكترونية بأنها "عمليات بيع وشراء وتسليم السلع وطلبها من منتجها أو بائعها ليس بالطريقة العادية ، وإنما إلكترونيا ، وعادة ما تتم هذه العمليات

عن طريق شبكة الأنترنت " (المجلة العالمية المتخصصة في التجارة الإلكترونية و التسوق عبر الأنترنت ، 1999 ، ص 22)

وما يلاحظ على هذا الاتجاه أنه قصر التجارة الإلكترونية على عمليات البيع و الشراء التي تتم عبر شبكة الأنترنت ، و أغفل باقي الأعمال التجارية الأخرى كالإنتاج و التوزيع ، وغيرها التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية الأخرى.

- الاتجاه الموسع : أعطى أنصار هذا الاتجاه تعريفات للتجارة الإلكترونية اتسعت لتشمل جميع الأعمال التجارية الإلكترونية التي تتم بواسطة جميع الوسائط الإلكترونية بما فيها شبكة الأنترنت ، ومن بينها التعريف الذي يقضي بأنها تتمثل في الصفقات التجارية أو نشاطات الأعمال التي تتم بالوسائل الإلكترونية.

و ما يلاحظ على ذلك أنه يصعب إيجاد تعريف شامل و موحد، جامع و مانع يشمل جميع الأعمال التجارية الإلكترونية التي يختلف تعريفها باختلاف نوع العمل التجاري في حد ذاته ، لذا فإننا سنورد بعض التعريفات العامة للتجارة الإلكترونية :

- هي عبارة عن " نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع و الخدمات عن طريق استخدام وسائط و أساليب إلكترونية منها الأنترنت " (يوسف ، 2009 ص 08).

- التعريف الذي أورده المنظمة العالمية للتجارة بأنها "عمليات عقد الصفقات و تأسيس الروابط التجارية ، وإنتاج و توزيع ، وتسويق ، وبيع المنتجات عبر شبكات الاتصال " (موقع الأنترنت لمنظمة التجارة العالمية www.wto.org)

وقد عرفها القانون الجزائري رقم 05/18 المؤرخ في 10 جوان 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنها "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني ، عن طريق الاتصالات الإلكترونية". (قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018، المادة 6)

و تجدر الإشارة إلى أن التجارة الإلكترونية تمثل أحد موضوعات الاقتصاد الرقمي الذي يقوم على عنصرين مرتبطين ببعضهما هما التجارة الإلكترونية و تقنية المعلومات ، كما أن التجارة الإلكترونية تتخذ أنماطا عديدة منها عرض البضائع و الخدمات ، وإجراء عقود البيع بشأنها عبر وسائل الاتصال الحديثة، منها شبكة الأنترنت.

2.1.2. : خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بعدة خصائص تميزها عن التجارة التقليدية نذكر منها :

- 1- الطابع الدولي لها ، حيث تشهد أغلب دول العالم هذا النوع الحديث من التجارة بالنظر إلى تطور تكنولوجيا الاتصالات الحديثة.
- 2- عدم تقيدها بالحدود الزمانية و الجغرافية ، فهي تجارة عالمية ، حيث تمت عولمة الإقتصاد و التجارة و أصبح العالم كقرية صغيرة يسهل للشخص الاتصال وممارسة التجارة مع أي شخص موجود في العالم.
- 3- اتساع مجال الأعمال التجارية الإلكترونية ، و اتساع الأسواق و المتاجر الافتراضية، و التعاملات المصرفية الإلكترونية .
- 4- عدم وجود اللقاء مباشر بين طرفي عقودها ، حيث يتم الالتقاء بين الطرفين ، بالرغم من أنهما موجودين في مكانين مختلفين بالاعتماد على تقنية اتصال حديثة و متطورة أهمها شبكة الأنترنت.
- 5- عدم الاعتماد على الوثائق الكتابية في التعاملات التجارية، حيث تتم عقودها عن طريق وسائل إلكترونية وليست ورقية كالرسائل الإلكترونية ، وسائل الدفع الإلكترونية وغيرها.
- 6- اعتمادها على وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة وأشهرها وأهمها شبكة الأنترنت.

2.2. الإطار القانوني لعقود التجارة الإلكترونية

إن عمليات التجارة الإلكترونية تتم في إطار عقود تبرم بين طرفيها، هذه العقود تستلزم توافر أركان لقيامها و لكي تنتج آثارها ، و التي بموجبها يحق لأحد أطرافها الاحتجاج أمام الطرف المتعاقد الآخر بتنفيذ إلزام ما تعهد به ، و سنقوم ببيان تعريف عقود التجارة الإلكترونية و أركانها فيما يلي :

1.2.2. تعريف عقود التجارة الإلكترونية و أطرافها

تعتبر شبكة الأنترنت إحدى الوسائل الحديثة للتعاقد التجاري في عالم اليوم، حيث أدت إلى ازدياد و تنوع عقود التجارة الإلكترونية ، ويقصد بالعقود الإلكترونية هو " كل عقد يتعلق بمنتجات أو خدمات بين بائع ومستهلك في إطار نظام بيع، أو تقديم خدمات عن بعد منظم بواسطة البائع الذي من أجل هذا العقد يستعمل حصرا وسائل الاتصال عن بعد لإبرام العقد " (الزيدي ، 2004 ، ص 39)

وقد أورد القانون الجزائري 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية تعريفا للعقد التجاري الإلكتروني استنادا إلى القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية كالآتي: "هو العقد الذي يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي و المتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني " (قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018 ، المادة 6).

و بذلك فإن هذا النوع من العقود يختلف عن مفهوم العقود العادية كونها تتم بين أطرافها عن بعد بوسائل إلكترونية بداية من إبرامها إلى غاية تنفيذها ، و تتميز هذه العقود بسمة التفاعلية التي تسمح بوجود افتراضي للمتعاقدين، و إجراء حوار مفتوح و شامل بينهما حول بنود العقد و كيفية تنفيذه .

و إن كانت عقود التجارة الإلكترونية عبارة عن عقود إذعان، كون أن المهني يملئ شروط المتعلقة بعرض منتوجه من سلع و خدمات ، و ما على المشتري سوى القبول بشروط الموضوعية من قبله ، إلا أنها تجيز للمشتري مراجعة بنود العقد و تعديله بعد التفاوض مع المهني .

و تتخذ التجارة الإلكترونية أشكالا مختلفة هي: تجارة بين مؤسستين تجاريتين تبرم عقودا تتعلق بنشاطاتها التجارية ، تجارة بين مؤسسة تجارية و مستهلك، تجارة بين تاجر فرد و مستهلك ، و هذه العقود الأخيرة هي ذات طبيعة مختلطة تجارية بالنسبة لمؤسسة التجارة أو التاجر الفرد من جهة ،وعقود ذات طبيعة مدنية بالنسبة للمستهلك، لأن الغرض من ذلك هو الاستعمال النهائي بغرض تلبية حاجاته الشخصية أو العائلية ، و ليس بغرض إعادة بيعها ، كما أن المستهلك الذي يقتني السلعة أو الخدمة يكون في مركز ضعف أمام المهني، كونه ليست له دراية وخبرة في مجال التجارة و البيع مقارنة بالمهني الذي يتعاقد معه.

أما بالنسبة لأطراف عقود التجارة الإلكترونية موضوع بحثنا هذا هما المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني :

1- المورد الإلكتروني : هو كل شخص طبيعي أو معنوي ، عام أو خاص الذي يهدف من وراء إبرام عقده تلبية حاجاته المهنية و تحقيق الربح ، و هو الذي يشتري السلع بغرض إعادة بيعها ، و تختلف الدول في هذه التسمية بين "المهني" أو "المورد" أو "المحترف" الذي يقصد به أيضا كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتقديم خدمة، أو بإنتاج، أو استيراد، أو توزيع ،أو عرض، أو تداول ، أو إلتجار في إحدى المنتجات أو الخدمات بهدف تقديمها إلى المستهلك أو إلى الشخص المتعاقد معه .

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أخذ بتسمية "المورد" في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية وعرفه بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية" (قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018 ، المادة 06) .

ومن خلال هذه التعريفات نستنتج بأن المورد الإلكتروني يشترط فيه توافر عنصران : يتمثل الأول في القيام بعرض السلع والخدمات، ويتمثل الثاني في ممارسة نشاطه هذا على وجه الاحتراف وبصفة اعتيادية لممارسة نشاطا تجاريا بقصد تحقيق الربح من وراء ذلك .

2- المستهلك الإلكتروني : يعرف بعض علماء الإقتصاد المستهلك بوجه عام بأنه " كل فرد يشتري سلعا أو خدمات لاستعماله الشخصي، أو هو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة"، ويعرفه البعض الآخر منهم بأنه : " كل من يحصل من دخله على سلع ذات طابع استهلاكي لكي يشبع حاجاته الشخصية إشباعا حالا ومباشرا " (خلف، 2008، ص 20) .

أما فقهاء القانون، فقد اختلفوا في تعريف المستهلك ، فمنهم من أخذ بالتعريف الضيق، ومنهم من أخذ بالتعريف الموسع :

أ- تعريف المستهلك بمعناه الضيق : هو كل شخص يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية أو "هو من يملك بشكل غير ممي سلعا استهلاكية مخصصة لاستهلاكه الشخصي" (إبراهيم ، 2008 ، ص 27-31)

وما يلاحظ على هذا التعريف الأخير أنه اقتصر في تعريفه للمستهلك على السلع فقط دون الخدمات كما اقتصر على الاستهلاك الشخصي دون العائلي .

ب- تعريف المستهلك بمعناه الواسع : ذهب البعض الآخر من فقهاء القانون إلى توسيع مفهوم المستهلك كي يتسع ، ويشمل بعض الأشخاص، بحيث يعتبرون مستهلكين وهم :

- المهنيين الخارجين عن إطار تخصصهم، كالتاجر الذي يشتري منبه ضد السرقة لوضعه في محله التجاري مثلا.

- المدخرون الذين يوفرهم أموالهم في البنوك والمصارف مثلا ، بحيث يمكن اعتبارهم مستهلكين كونهم غير مهنيين ويتعاقدون مع هؤلاء ، وبذلك يمكن لهم الاستفادة من القواعد المقررة لحماية المستهلك .

- المستفيدين من المرافق العامة: أعتبر المستفيدين من المرافق العامة التي تقدم خدمات بمبالغ مالية كالمستشفيات مثلا، أيضا مستهلكين و يخضعون للقواعد المقررة الحماية المستهلك كونهم في وضعية ضعف أمام هذه المرافق العامة ، أما المستفيدين من المرافق العامة كمرفق الشرطة و القضاء التي تقدم خدمات جماعية و مجانية ، فإن المستفيدين منها لا يعتبرون مستهلكين .

أما فيما يخص التشريع الجزائري نجد القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجده قد عرف المستهلك بوجه عام في المادة 03 منه بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بالمقابل أو مجانا ، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية ، أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به ."

و تجدر الإشارة بأن قانون حماية المستهلك المعدل لهذا القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018 تبني نفس التعريف الوارد في القانون المعدل .

و ما يلاحظ على هذا التعريف الذي أورده قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري أنه تعريف دقيق و شمل لمفهوم المستهلك ، غير أنه لم يعط تعريفا للمستهلك الإلكتروني، و بذلك يتحلل تعريف المستهلك بوجه عام إلى العناصر التالية :

- هو كل شخص طبيعي و معنوي، كشركة أو مؤسسة مثلا.
- يحصل بالمقابل أو مجانا على سلعة التي يقصد منها كل شيء مادي قابل للتنازل عنه، أو يحصل على خدمة ، و هي كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة.
- موجهة للاستعمال النهائي وليس بغرض إعادة تصنيعها أو استعمالها لأغراض إنتاجية أو مهنية أخرى وذلك لتلبية حاجاته الشخصية أو العائلية أو حتي حيوان متكفل به.

غير أنه، و بما أننا بصدد عقود إلكترونية ، فإن المستهلك تتغير تسميته و يسعى في إطار هذه العقود "بالمستهلك الإلكتروني" كونه يحصل على السلع و الخدمات بوسائل إلكترونية ، خاصة عن طريق شبكة الأنترنت، و المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك في العقود التقليدية، و يتمتع بنفس الحقوق التي يتمتع بها المستهلك العادي مع الأخذ في الاعتبار القواعد الخاصة بعقود التجارة الإلكترونية كونها عقود تبرم عن بعد بين المتعاقدين.

كما يلاحظ بأن المشرع الجزائري في قانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-18 لسنة 2018 لم يشر إلى المستهلك الإلكتروني، ولا إلى قواعد حمايته في إطار عقود التجارة الإلكترونية بالرغم من انتشارها في الجزائر عند صدور هذا القانون، وهذا نقص أو فراغ كان على واضعي القانون الجزائري تداركه، و وضع قواعد وأحكام لحمايته على غرار بعض قوانين الدول العربية ، و الدول الأخرى الأوروبية والأمريكية .

أما القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري، فقد عرف المستهلك الإلكتروني بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية، سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستعمال النهائي" (قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018 ، المادة 06) .

2.2.2. أركان عقود التجارة الإلكترونية

لكي تكون عقود التجارة الإلكترونية صحيحة، و ترتب آثارها القانونية بما تفرضه من حقوق وواجبات اتجاه الطرفين المتعاقدين، لا بد من توافرها على الأركان التالية :

1- ركن التراضي بين طرفي عقود التجارة الإلكترونية : يتم التراضي بين طرفي عقود التجارة الإلكترونية، وهما المورد الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني بالتعبير عن الإرادة بوسائل إلكترونية عن طريق ما يسمى "برسائل البيانات" التي تحمل معلومات يتم إنشاؤها، أو إرسالها، أو إسلامها، أو تخزينها بهذه الوسائل، ولا بد أن يتوفر في ركن التراضي عنصران هما:

- الإيجاب الإلكتروني: الذي يصدر عن شخص يسمى الموجب الذي يفصح عن نيته و إرادته في إبرام عقد عن بعد بوسائل إلكترونية عن طريق الأنترنت مثلا، و بشروط أساسية يحددها هذا الشخص.

و يعتبر الإيجاب مقترحا للتعاقد يتضمن كل تعابير العقد الضرورية ، و يجب أن يكون مقصودا من قبل الموجب حتي يستطيع الطرف الثاني الموجه إليه الإيجاب الاطلاع على كل ما يتعلق بهذا العقد ، ومن ثم يقرر ويعبر عن إرادته إما بالقبول أو بالرفض .

وقد أوجب قانون التجارة الإلكترونية على المورد الإلكتروني وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم و دراية تامة و عل هذا الأخير التحقق من تفاصيل الطلبية لا سيما فيما يخص المنتوجات أو الخدمات المطلوبة، و السعر الإجمالي و الوحدوي

والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإلغاءها أو تصحيح الأخطاء المحتملة. كما يجب أن يكون اختيار المستهلك معبر عنه صراحة (قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018 ، المادة 12).

ولا يختلف الإيجاب الإلكتروني عن الإيجاب التقليدي إلا من حيث الوسيلة في التعبير عن الإرادة ، والتي لا تكون إلكترونية في هذا الأخير، كما أن الإيجاب الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت قد يكون شفهيًا كما قد يكون كتابيًا ، وقد يستعين الموجب بالوكيل الإلكتروني للقيام بعمل أو بالرد على الرسائل الإلكترونية أو القيام بالتنفيذ الإلكتروني لمصلحة وفائدة هذا الموجب أي باسمه وحسابه، ولكي يكون الإيجاب صحيحًا لا بد من أن يتوافر على العناصر التالية :

- أن يكون موجه إلى شخص أو مجموعة محددة من الأشخاص أو إلى مجموعة غير محددة في كل أنحاء العالم خاصة إذا ما تم عن طريق شبكة الأنترنت.
- يجب أن يكون الإيجاب واضحًا ومحددًا ليس فيه أي لبس أو غموض، وقابل لأن يتحول إلى عقد بمجرد وصوله إلى الطرف الثاني الموجه إليه وقبوله به، بحيث يجب أن يتضمن العناصر الجوهرية للعقد المراد إبرامه.
- أن يكون الموجب جادًا في عرضه المقدم، ويلتزم به في حالة قبوله من الطرف الثاني الموجه إليه العرض.

و ينقضي الإيجاب بمرور مدة زمنية معينة يحددها الموجب ، حيث أنه يسقط عرضه بمرور هذه المدة ولم يتلقى أي رد من قبل من وجه إليه العرض ، كما ينقضي الإيجاب بطريق العدول عنه من قبل الموجب إذا لم يتم قبوله من قبل الطرف الموجه إليه ، أو برفض هذا الأخير هذا العرض أو الإيجاب إما بإهماله ، أو بالرد عليه عن طريق الرسالة الإلكترونية ، أو بموت أحد الطرفين الموجب و من وجه إليه العرض ، أو بتلف المحل العقد كتلف السلع مثلاً .

- القبول الإلكتروني: ويقصد به التعبير عن إرادة القابل بالموافقة على الإيجاب بذات الشروط الواردة فيه عبر وسيط إلكتروني (اسماعيل ، ص 198).

و يقوم المستهلك بالتجول في المواقع الإلكترونية ليختار ما يشاء من السلع والخدمات التي تلزمه لاستعماله الشخصي أو العائلي، والذي يكتسب وصف المشتري ، حيث يطلع على عرض الموجب و يعلن عن رغبته وإرادته الصريحة في اقتناء السلعة أو الخدمة المعروضة بالشروط التي تضمنها الإيجاب بوسائل إلكترونية منها الرسالة الإلكترونية عبر الأنترنت ، قد يتم قبول التعاقد عبر شبكة

الأنترنت بضغط المشتري المستهلك على الزر أو الأيقونة التي تكون مرتبطة بالكلمات المناسبة (مثل شراء ، أوافق ، أقبل).

وأغلب العقود الإلكترونية يجرى العمل فيها على وجود عقود نموذجية معدة سلفا يقتصر القبول فيها على مجرد التسليم بالشروط الموضوعية من قبل الموجب، و غالبا مالا تقبل المناقشة فيها، بحيث يقتصر القبول فيها على هذه الشروط.

و لكي يتم تتطابق الإرادتين و يكون الرضا صحيحا و ينتج آثاره اتجاه الطرفين و ينعقد العقد صحيحا لا بد من توافر الأهلية القانونية للتعاقد في كلا الطرفين، و التي يقصد بها بلوغ الشخص الذي يريد التعاقد سن معينة تختلف قوانين الدول في تحديدها ، و أن تكون الإرادة سليمة و خالية من العيوب، كالغلط، و التدليس ، و الإكراه لأنها إذا ما شابت إرادة أحد الطرفين أي عيب من هذه العيوب، فإن هذه العقود تكون قابلة للإبطال (وهدان ، ، 2008، ص 72-79) .

2- ركن المحل في عقود التجارة الإلكترونية : ويقصد به المنتج أو الخدمة التي يتم التعاقد من أجلها، وعادة ما يتعاقد المستهلك الإلكتروني لاقتناء السلعة أو الخدمة لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية و التي يتم عرضها و تقديم مواصفاتها و صورها، و كل المعلومات المتعلقة بها عبر شبكة الأنترنت ، و لا يختلف المحل في عقود التجارة الإلكترونية عن المحل في العقود التقليدية .

3- ركن السبب في عقود التجارة الإلكترونية : ويقصد به الباعث أو الدافع إلى التعاقد ، و السبب هو أمر شخصي يختلف من شخص لآخر، و يختلف من عقد لآخر، فمثلا السبب الذي يدفع المستهلك لشراء جهاز كمبيوتر يختلف السبب الذي يدفعه إلى طلب خدمة توصيل شبكة الهاتف (وهدان ، ص 38-39) .

4- بالإضافة إلى ركن الشكلية في بعض العقود : حيث أن بعض عقود التجارة الإلكترونية لا يكفي لصحة انعقادها رضا الطرفين و تبادل الإيجاب و القبول بينهما بل يجب أن تحرر في عقد عرفي أو رسمي ، وهو ما أورده التوجيه الأوروبي الخاص بالتجارة الإلكترونية و الذي أزم الدول في الاتحاد الأوروبي بتعديل قوانينها بحيث تسمح بإبرام العقود الشكلية بطريقة إلكترونية ، و في هذا الصدد نجد بأن القانون الفرنسي تضمن تعديلات يكن من خلالها استيفاء الشكليات اللازمة بطريقة إلكترونية مما يسمح بإبرام العقود الشكلية عبر الأنترنت (التهامي ، 2008، ص 222-227) .

و بما أن هذه العقود هي ذات طبيعة خاصة كونها تتم بوسيط الكتروني هو "الأنترنت" فإن هذه العقود حتى تكون لديها الحجية اتجاه الطرفين المتعاقدين لأنه يجب التوقيع عليها ، وهذا التوقيع يسمى بالتوقيع الإلكتروني وهو عبارة عن وسيلة موثوق بها لتحديد هوية الموقع و ضمان صلة التوقيع بالوثيقة أو العقد الذي و ضع عليه، وقد عرفه قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية الصادر عن لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي في 05 جويلية 2001 بأنه " هو عبارة عن بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات ، و بيان هوية الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات (موقع لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، www.uncitral.org) .

ولهذا للتوقيع الإلكتروني عدة صور منها التوقيع بالقلم الإلكتروني، التوقيع البيومتري ، التوقيع الرقمي ، و التي لديها نفس الحجية مع التوقيع العادي أو التقليدي الذي يتم بخط اليد ، كما أن الدفع في هذه العقود يتم أيضا بوسائل إلكترونية كتحويل المبالغ المالية إلكترونيا إلى حساب البائع ، الشيك الإلكتروني ، الدفع بالكارت الذي يتضمن أمر بالدفع المباشر لصالح البائع ، الدفع بالبطاقات الائتمانية المصرفية، الدفع بالنقود الائتمانية الإلكترونية وغيرها (يوسف ، ص 97-106) .

و الجدير بالذكر أنه في هذا النوع من العقود يتم الدفع إما إلكترونيا ، أو عند تسليم المنتج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها في التشريع المعمول به وفقا للمادة 27 من قانون التجارة الإلكترونية .

3. القواعد و الضمانات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية

إن المستهلك يحتاج إلى الحماية أيا كان النظام الاقتصادي الذي تطبقه الدولة سواء كان اقتصادا موجها قائما على تدخل الدولة في الشؤون الاقتصادية بقصد توجيهها نحو تحقيق مصلحة المجتمع ، أم كان مرتكزا على اقتصاد السوق المعتمد من قبل أغلب دول العالم، و الذي يقوم على الحرية الاقتصادية ويخضع لنظام العرض والطلب ، والذي تزداد فيه الحاجة إلى هذه الحماية.

كما تزداد أيضا أهمية هذه الحماية بظهور عقود التجارة الإلكترونية التي تتم عن بعد خاصة بواسطة الأنترنت لتجنب المستهلكين الأضرار الناجمة عن غش و تعسف و خداع المهنيين الذين يتعاقدون معهم ، لذلك سنتناول بيان ضمانات و قواعد حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية .

1.3. مبررات حماية المستهلك والاهتمام به في عقود التجارة الإلكترونية على المستويين الوطني والدولي

في عقود التجارة الإلكترونية يجب أن يحظى المستهلكون الذين يقتنون السلع والخدمات بغرض الاستعمال النهائي الشخصي أو العائلي بالحماية الدائمة والفعالة من كل أشكال الغش والتدليس والتعسف، خاصة أن هذه العقود بدأت تنتشر في جميع الدول والمجتمعات بظهور شبكة الأنترنت العالمية، لذلك فإننا سنتناول بيان مبررات ووسائل وأساليب حماية المستهلك فيما يلي :

1.1.3. مبررات حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني

يقصد بحماية المستهلك بوجه عام حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق من المهنيين في كافة المجالات سواء كانوا بائعين، أو منتجين، أو موزعين، أو موردين، أو مقدمي خدمات ، ويمكن حصر حماية المستهلك في ثلاثة مجالات هي : حماية صحته وسلامته الجسدية ، حماية مصالحه الاقتصادية وحماية إرادته التعاقدية .

وهناك عدة مبررات أو أسباب أدت إلى ضرورة إيجاد قواعد و ضمانات لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني والدولي ، ويمكن إجمالها فيما يلي :

1-إن حماية المستهلك في إطار عقود التجارة الإلكترونية تشكل ضرورة ملحة لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تهمل من قبل الدول ، كونها من العقود الجديدة التي ظهرت حديثا بظهور وتطور وسائل الاتصال الإلكترونية خاصة شبكة الأنترنت ، بالإضافة إلى اتساع حجم و عدد المستهلكين الذين يتعاقدون في هذا الإطار ولتعدد المخاطر التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ، لذلك وجب اتخاذ مجموعة من الإجراءات و التدابير الوقائية لمنع تعرض المستهلك إلى الغش أو الخداع، أو التعسف من قبل المهنيين.

2-إن المستهلكين هم في مرتبة ضعف أمام المهنيين أو المحترفين في عقود التجارة الإلكترونية كون أن هذه العقود تتم عن بعد بين الطرفين، لذلك لا بد من إقامة علاقة أكثر توازنا بين التجار والمستهلكين على غرار القواعد و الضمانات المقررة لحماية المستهلكين في عقود التجارة التقليدية، كما أنه و لتشجيع الإقبال على عقود التجارة الإلكترونية من قبل المستهلكين لا بد من وجود قواعد و ضمانات

تحمي هؤلاء من غش و تعسف للتجار و تجنبهم الأضرار و المخاطر التي تلحق بهم جراء إبرامهم لهذه العقود .

3-تحقيق مصلحة المستهلك الذي يتعاقد عبر وسيط إلكتروني ، لا سيما بواسطة شبكة الأنترنت في توفير وحصوله على سلع و خدمات خالية من العيوب و بسعرها الحقيقي و المعتاد، في إطار حظر الغش و الخداع ، و التلاعب بالأسعار و حماية المنافسة، و عدم الإخلال بنظام السوق .

4- إن المستهلك في إطار هذه العقود غالبا ملا تتوافر لديه الخبرة الفنية التي تؤهله للتعرف و فحص على السلعة أو الخدمة التي يريد اقتناءها ، و ما يمكن أن تحتويه من عيوب خفية يصعب عليه اكتشافها من قبله لانعدام الصلة المباشرة بينه و بين المهني و المنتج المعروض للاستهلاك، كما أنه يقدم على شراء السلعة أو الخدمة بناء على المعلومات التي يحصل عليها من البائع ، أو من البيانات الخاطئة و المضللة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة و المقدمة إلى المستهلك و التي على أساسها يقدم على الشراء و الاستهلاك ، بما يعرض صحة و سلامة و حياة المستهلك للخطر ، فضلا عن أن المستهلك غالبا ما يفتقر إلى الخبرة القانونية التي تمكنه من استيعاب شروط العقد بتعمق و هو الأمر الذي يسمح للمتعاقد الآخر بفرض شروط تحقق له مصالح و مزايا على حساب المستهلك.

5- و من المبررات التي تستدعي الحاجة إلى حماية المستهلك ظهور السلع و المنتجات التي تتميز بتعقيدها أو بطابعها الفني أو لكونها تمثل خطرا على صحة و أمن و سلامة المستهلك ، بالإضافة إلى تطور الوسائل الدعائية التي يكون لديها تأثيرا على نفسية المستهلك و تدفعه إلى الإقدام على شراء السلعة دون أن يكون في حاجة فعلية لها ، و تطور وسائل و أساليب الغش و الخداع في المنتج المعروض للاستهلاك أو الخدمة خاصة بعد تطور استخدام التكنولوجيا الحديثة ، مما قد يوقع المستهلك في غلط و يقدم على اقتناء منتج أو خدمة بناء على معلومات أو مواصفات غير المواصفات التي تعاقد من أجلها نظرا لعدم معانيته المباشرة لها لعدم وجوده الفعلي أمام المستهلك أثناء التعاقد (يوسف ، ص 140) .

2.1.3. الاهتمام بحماية المستهلك على المستوى الدولي

حظي المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية باهتمام دولي و إقليمي باعتباره الشخص الضعيف اقتصاديا و قانونيا ، حيث تم إقرار مبادئ و قواعد لكفالة الحماية له في المواثيق و الاتفاقيات الدولية و من قبل المنظمات الدولية ، و حتى على المستوى الإقليمي للدول :

1- حماية المستهلك في إطار المنظمة الدولية للمستهلك: والتي تم إنشاءها في الثلاثينات من هذا القرن غير أنها تطورت و اتخذت لها هذا الاسم عام 1993 مقرها بلندن ، ولها مقرات فرعية في إفريقيا، و آسيا ، و أوروبا و أمريكا مهمتها العمل على حماية المستهلك على المستوى الدولي ، و دعم إنشاء جمعيات الدفاع عن المستهلكين في كل دول العالم .

2- حماية المستهلك في إطار منظمة الأمم المتحدة : أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بموجب قرارها رقم 39/248 الصادر في 9 أبريل 1985 مجموعة من المبادئ لحماية المستهلك و أوصت الدول بالأخذ بها في تشريعاتها الخاصة بحماية المستهلك ، و من بين هذه المبادئ : الحق في الصحة و السلامة ، الحق في توفير المعلومات و البيانات الصحيحة و الكافية عن المنتجات ، الحق في الاختيار الحر لمنتجات سليمة ، الحق وغيرها .

و تهدف هذه المبادئ إلى مراعاة الظروف الاجتماعية و الاقتصادية لمستهلكين ، و مراعاة مصالحهم واحتياجاتهم في كل دول العالم ، و ما تجدر الإشارة إليه أنه و إن كانت هذه المبادئ لم تتطرق إلى عقود التجارة الإلكترونية ، إلا أنها تطبق فيها هذه المبادئ كونها لا تختلف عن عقود التجارة التقليدية إلا من حيث الوسيلة المستخدمة في إبرام العقد ، و هي شبكة الأنترنت ، غير أنه بظهور و تطور عقود التجارة الإلكترونية في مختلف الدول بدت الحاجة إلى إقرار قواعد لحماية المستهلك في إطار هذه العقود بنصوص و قواعد صريحة منها : (يوسف ، ص 182، 183).

3- حماية المستهلك في إطار منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية : اهتمت هذه المنظمة بحماية المستهلك ، و يظهر ذلك من خلال مؤتمرها الثاني المنعقد بأتاوا في أكتوبر 1998 تحت اسم " عالم لا حدود " فقد أعد المؤتمر تقريراً باسم حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية .

4- حماية المستهلك في إطار الاتحاد الأوروبي : حرصت الدول الأوروبية في إطار الاتحاد على حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، و من بين التوصيات التي أصدرها في هذا الشأن التوصية رقم 97/7 الصادرة في 20 ماي 1997 ، و التوجيه رقم 98/6 الصادر في 16/02/1998 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عرض سعر المنتجات، و التوجيه رقم 99/44 الصادر في 25/05/1999 بشأن بعض مظاهر البيع و ضمان الأسعار للمستهلكين، و التوجيه رقم 2000/31 الخاص ببعض المظاهر القانونية لخدمة مجتمع المعلومات و خصوصاً التجارة الإلكترونية ، بالإضافة إلى مشروع التوجيه الذي أعده يتعلق بعقود الخدمات المالية للمستهلكين عن بعد .

2.3. وسائل وأساليب حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية

من المشكلات التي تواجه عقود التجارة الإلكترونية كيفية حماية المستهلك المتعاقد في إطار هذه العقود الجديدة بالرغم من أن ذلك لا يثير أية صعوبة في عقود التجارة التقليدية ، بوصفه الطرف الضعيف في علاقة يقيمها تجار وشركات تجارية قوية من الناحية الاقتصادية ذات خبرة في مجال التجارة الإلكترونية ، ولديها قدرة كبيرة على الإعلان و التسويق عبر الوسيط الإلكتروني الأكثر استعمالا، وهو "الأنترنت"، لذلك وجب البحث عن الالتزامات التي يجب المني التقيد بها ، وعن حقوق المستهلك التي تسمح بحمايته من المخاطر والأضرار التي يمكن أن تصيبه جراء استخدامه السلعة أو الخدمة التي حصل عليها عن طريق تعاقدته عبر شبكة الأنترنت ، وسنتناول بيان الوسائل والأساليب التي تكفل الحماية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية في الآتي :

1.2.3. حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد

هناك عدة التزامات و ضمانات مفروضة على عاتق المني التقيد بها لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، و تتمثل فيما يلي :

أ - التزام المورد الإلكتروني بتبصير المستهلك الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية : بحيث يجب على المني تبصير أو إعلام المستهلك ، و اطلاعه على كل المعلومات المتعلقة بشروط إبرام العقد و كيفية تنفيذه، و بالمنتج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك ، و أيضا بكل المعلومات التي تحد هوية هذا المورد وذلك لحماية رضا المستهلك .

و التزام المورد الإلكتروني بتبصير أو إعلام المستهلك هو التزام واسع من حيث مداه الزمني ، و من حيث موضوعه و هو ما أقره قانون التوجيه الأوروبي الخاص بحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية .

وما تجدر الإشارة إليه أن هذا الالتزام وإن كان واجب يقع على عاتق المني، إلا أنه في نفس الوقت يحقق مصلحة له، بحيث يؤدي إلى زيادة ثقة المستهلك في هذا المني و زيادة فرص التعاقد معه ، و يكون التزام المني بتبصير أو إعلام المستهلك قبل إبرام العقد عن طرق تزويد بكل المعلومات و البيانات الصحيحة المتعلقة بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة و تمكين المستهلك و ثمنها الحقيقي ، الشروط الخاصة بعقد البيع و بتحديد المسؤولية العقدية تحديد هوية المني ، مصاريف التسليم

، طريقة الدفع ، طريقة التسليم و تنفيذ العقد ، إعلام المستهلك بحقه في العدول عن العقد خلال مدة معينة ، مدة صلاحية الإيجاب ، مدة العقد (التهامي ، 271-282)

و الهدف من هذا الالتزام المفروض على المهني هو يتمكن المستهلك من تكوين فكرة حول هذا العقد دون الوقوع في غلط ، ويكون على بينة من أمره ، ويستطيع اتخاذ قراره إما بالدخول في هذه العلاقة التعاقدية أو لا .

ب- حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية : إن عقود التجارة الإلكترونية تكون بصفة عامة مسبقة بشكل من إشكال الدعاية الإعلان عبر شبكة الأنترنت بطريق الإلحاح و التكرار لجلب لطلب على المنتجات والخدمات ، و للتأثير على المستهلك وإقناعه للدخول في العلاقة التعاقدية ، و قد يلجأ المهني أحيانا إلى استخدام أساليب دعائية منطوية على غش و خداع و تضليل ، بل قد يصل الأمر في بعض الأحيان إلى إعطاء مواصفات غير صحيحة عن المنتج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك ، لذلك يجب على المهني مراعاة قواعد لحماية المستهلك من الإعلانات الكاذبة أو المضللة، أو غير الصحيحة التي تؤثر في سلوك المستهلك ، وهي : (إبراهيم ، ص 145-158) .

- اشتراط وضوح الإشهار الإلكتروني : حيث يتضمن البيانات الصحيحة و الكافية بصورة واضحة عن السلعة أو الخدمة المعلن و المعروضة للاستهلاك ، و التي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية لدى المستهلك ، و أن يسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه ، كما يجب ألا يمس هذا الإشهار النظام العام و الآداب العامة (قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018، المادة 30).

- حظر الإشهار أو الإعلان الإلكتروني المضلل أو المخادع : بحيث ينعكس ذلك سلبا على المنافسة الحرة وعلى حق المستهلك في الحصول المعلومات الصحيحة عن السلع و الخدمات المعلن عنها عبر شبكة الأنترنت وهو ما أوردته في المادة 11 من قانون حماية المستهلك اللبناني، و المادة 02 من قانون الاستهلاك الفرنسي و أكدته المادة 02 من قانون التوجيه الأوروبي الصادر في 10/09/1984 ، إذ يمكن للمستهلك رفع دعوى تدليس للمطالبة التعويضات عن الأضرار التي لحقت به نتيجة هذا الإعلان الكاذب أو المضلل.

- الرقابة على الإعلانات أو الإشهارات المقارنة : و ذلك لكون أن الإعلان المقارن أصبح يلعب دورا كبيرا في تشويه منتجات المنافسين ، بحيث يهدف إلى التقليل من قيمة منتجات و خدمات هؤلاء المنافسين سواء كانوا تجارا، أو شركات تجارية، و يؤدي إلى وقوع المستهلك في لبس ، و بالتالي يصبح أداة للمنافسة غير المشروعة .

ج- حماية رضاء المستهلك عند إبرام العقد الإلكتروني : بحيث يجب على المهني عدم إيهام المستهلك بمعلومات غير صحيحة عن باستعمال طرق ووسائل احتيالية بغرض دفعه إلى التعاقد ، أو سكوته و لم يدلي ببيانات معينة، و التي إذا علم بها المستهلك لا يقدم على إبرام العقد و هو ما يسمى "بالتدليس" ، كما يجب عليه عدم إيقاع المستهلك في غلط أو في غبن، أو إكراه سواء كان مادي أو معنوي، و التي من شأنها أن تفقد المستهلك الحرية والاختيار و تجعل إرادته معيبة ، بحيث يمكن له إذا ما تبين أن إرادته شابهة أحد من العيوب السابقة أن يرفع دعوى قضائية يطلب فيها إبطال العقد .

و قد حددت المادة 13 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لعام 2018 البيانات الواجب توافرها في العقد التجاري الإلكتروني من بينها مدة العقد، و الجهة القضائية الفاصلة في النزاع في حالة حدوثه .

2.2.3. حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

هناك ضمانات أيضا قررت لمصلحة المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية في المرحلة اللاحقة لإبرام العقد ، و التي تعد أيضا من بين الالتزامات الواقعة على عاتق المهني البائع، و تتمثل فيما يلي و قد حدد الفصل الخامس من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لعام 2018 واجبات المورد الإلكتروني و مسؤولياته بعد إبرام العقد ، و التي تعتبر ضمانات لحماية المستهلك الإلكتروني :

أ- إرسال نسخة إلكترونية من العقد على المستهلك الإلكترونية وفقا للمادة 19 منه .

ب - التزام البائع الإلكتروني بنقل ملكية المبيع إلى المستهلك و تسليمه إياه : على غرار العقود التقليدية فإن للمستهلك الحق في تسلم السلعة و الاستفادة من الخدمة التي من أجلها أقدم على إبرام العقد الإلكتروني ، و لا يمكن للمورد (البائع) التنصل من التزامه التعاقدية ، أو يقوم بأي عمل من شأنه أن يحول دون نقل ملكية المبيع (السلع) و تسليمها ، و وضعه تحت تصرف المستهلك المتعاقد ، بحيث

يتمكن من حيازتها وتلبية حاجاته الشخصية والعائلية النهائية ، ويتم التسليم بالكيفية و المكان و الزمان المتفق عليه من قبل أطراف العقد الإلكتروني، وهما "المورد" و "المستهلك"، و يترتب على عدم وفاء المهني بالتزامه هذا مسؤوليته ، بحيث يحق للمستهلك اللجوء إلى القضاء و مطالبته بتنفيذ التزامه ، و التعويض عنه على أساس مسؤولية البائع العقدية تطبيقا للقاعدة أو المبدأ الذي يقضي بأن "العقد شريعة المتعاقدين" ، و الذي أخذت به مختلف قوانين الدول و تم العمل به على مستوى العقود الدولية .

و في هذا الصدد تنص المادة 18 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لعام 2018 بأنه بعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد الإلكتروني مسؤولاً أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عن هذا العقد سواء تم تنفيذها من قبله، أو من مؤدي خدمات آخرين .

ج- حماية المستهلك من التعرض و ضمان الاستحقاق : و يقصد بذلك ضمان البائع كل فعل صادر عنه أو من غيره و الذي يكون من شأنه المساس بحق المستهلك المشتري في التمتع بملكية السلعة و الاستفادة من الخدمة كلها أو بعضها ، بحيث لا يجوز للبائع القيام بالتعرض الشخصي للمستهلك بأي طريقة كانت، كأن يدعي بأنه لم يبعه سلعة معينة مثلاً قام المستهلك بشرائها منه ، كما يضمن البائع المهني أيضاً عدم تعرض الغير للمستهلك المشتري، أما إذا ثبت استحقاق الغير للسلعة أو الخدمة التي اقتناها المستهلك، كأن يكون قد قام ببيعها إلى مستهلك آخر ثم باعها مرة أخرى إلى هذا المستهلك ، و في هذه الحالة يلتزم البائع في العقد الإلكتروني بالضمان عن طريق التعويض (التهامي ، ص 145-158).

كما أقرت المادة 18 من قانون التجارة الإلكترونية المذكور للمستهلك الإلكتروني حق الرجوع ضد المورد الإلكتروني أو مؤدي الخدمات في حال عدم تسم الخدمة أو المنتج.

د- حماية المستهلك من العيوب الخفية الخاصة بالسلعة أو الخدمة : يترتب على عقد البيع سواء كان تعاقدًا تقليديًا أو إلكترونيًا تم عبر شبكة الأنترنت التزام المورد الإلكتروني (البائع) اتجاه المستهلك الإلكتروني (المشتري) بضمان العيوب الخفية ، و الهدف من ذلك هو حماية المستهلك من العيوب التي قد توجد بالمبيع سواء كان سلعة ، أو خدمة ولم يستطع المستهلك اكتشافها قبل أو عند التعاقد ، و يقصد بالعيوب الخفية ذلك العيب الذي لا يكن للشخص العادي تبينه ولا يكتشفه إلا خبير، وهذا العيب يتلف السلعة أو الخدمة أو يلحق بها الهلاك ، كما يمكن أن يؤدي إلى الانتقاص من

قيمتها أو منفعتها ، ولا يظهر إلا بالاستعمال أو التجربة ، مما يعطي للمستهلك الإلكتروني الحق في إرجاع طلبية المنتج إلى المورد الإلكتروني واستعادة ثمنها مع تحمل هذا الأخير نفقات إعادة الإرسال) قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018، المادة (23)

وقد تم تنظيم أحكام هذا الضمان في العديد من تشريعات الدول في إطار العقود التقليدية وفي إطار العقود الإلكترونية أيضا، وحتى يكون العب الخفي موجبا للضمان يجب توافر فيه مجموعة من الشروط هي : (التهامي ، ص 207-210).

- أن يكون هذا العيب مؤثرا أي يكون على درجة عالية من الجسامة بحيث يفقد من قيمة المبيع و من منفعته .

- أن يكون هذا العيب خفيا ، بحيث يصعب على المتعاقد العادي تينه ولا يكون ظاهرا وقت التعاقد ، خاصة وأن المنتج أو الخدمة في عقود التجارة الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الأنترنت لا تكون أمام المستهلك المتعاقد و في نفس المكان الذي يوجد فيه بحيث يتمكن من معاينتها حسيا ، وإنما يتم عرض السلعة أو الخدمة عبر شاشات الكمبيوتر والتي يمكن من خلالها تضليل هذا المستهلك المتعاقد .

-أن يكون العيب قديما : بحيث يضمن المهني البائع العيب الموجود في المنتج المبيع وقت التسليم ، أما العيب الذي يطرأ عليه بعد التسليم واستعماله من قبل المستهلك فلا يضمنه البائع .

- ألا يكون العيب معلوما لدى المستهلك وقت التعاقد: بحيث إذا علم به المستهلك عند إبرام العقد و قبل شرائه، فإنه في هذه الحالة يسقط حقه في الضمان.

هـ - تقرير حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني : يعتبر حق المستهلك في الانسحاب أو العدول عن التعاقد الإلكتروني من أهم مظاهر الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني ، و هو حق كرسه أغلب تشريعات الدول عي العقود التقليدية ، و يقصد به حق النقص أو فسخ العقد بالإرادة المنفردة للمستهلك إذا تبين له أن السلع غير مطابقة لمواصفات المعلن عنها عبر شبكة الأنترنت و التي من أجلها قام بالتعاقد ، أما بالنسبة إلى الخدمة فيمكن أيضا للمستهلك العدول عنها كتذاكر الطيران ، وخدمات الرحلات، وخدمات السياحة والفنادق .

ن- لا يجوز للمورد الإلكتروني الموافقة على طلبية منتج غير متوفر في مخزونه .(قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018، المادة (24)

و- إعداد فاتورة من قبل المورد تسلّم إلى المستهلك في شكلها الورقي أو الإلكتروني بعد بيع كل منتج أو تأدية أية خدمة بواسطة اتصالاً إلكترونية (قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018، المادة 20)

ك- في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجل التسليم يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه 4 أيام عمل من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج دون المساس بحقه في التعويض عن الضرر الناجم عن عدم التسليم في التاريخ المحدد في العقد أو في حالة التسليم غير المطابق للطلبية و في هاتين الحالتين يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع و النفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال 15 يوما من تاريخ تسلمه المنتج (قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، 2018، المادتين 22، 23).

كما نظم التوجيه الأوروبي رقم EC /97/7 الصادر في 20 ماي 1997 حق المستهلك في العدول أو الانسحاب في العقود الإلكترونية في المادة السادسة منه باستثناء بعض العقود ، بالرغم من أن هذا الحق يعتبر خروجاً عن القوة الملزمة للعقد ، كون أن هذا الخروج يجد مبرره الأساسي في حماية المستهلك الإلكتروني الذي يتعاقد عن بعد (إسماعيل، ص 393-400).

هذا مع إقرار قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لعام 2018 لعقوبات جزائية في حق المورد الإلكتروني في حال مخالفته لبعض أحكام و نصوص هذا القانون و التي يمكن اعتبارها ضمانات قانونية جزائية قررت لصالح المستهلك الإلكتروني في هذه العقود نص عليها الفصل الثاني منه الوارد تحت عنوان الجرائم و العقوبات في المواد من 37 إلى 48 منه.

4. تحليل النتائج :

من دراستنا لموضوع ضمانات حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية توصلنا إلى النتائج التالية :

- تطبيقاً لمبدأ حرية التجارة الإلكترونية و خصوصياتها قد يقع المستهلك الإلكتروني ضحية غش و تعسف التجار و المهنيين أو الموردين الإلكترونيين، خاصة إذا كان شخصا ليس لديه الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية و المعاملات الإلكترونية بوجه عام.

- لم يحظى موضوع حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية بالاهتمام الكافي من قبل المشرع الجزائري في القانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش رقم 18- 09 الصادر في 10 جوان سنة 2018، لذلك وجب تعديل القانون الجزائري و النص عليها بما يتماشى و التطورات الحاصلة في العقود بوجه عام و، عقود التجارة الإلكترونية على وجه الخصوص.

- لم يحظى موضوع حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية بالاهتمام الكافي أيضا في القانون الجزائري المتعلق بالتجارة الإلكترونية رقم 18- 05 الصادر في 10 جوان 2018، و لا توجد قواعد تفصيلية تقرر ضمانات حماية هذا الأخير في هذا النوع من العقود .

- عدم موائمة نصوص قانون حماية المستهلك و قمع الغش مع قانون التجارة الإلكترونية الجزائري بالرغم من صدورهما في نفس العام و هو 2018.

- ينبغي مراعاة خصوصية هذه عقود التجارة الإلكترونية، و لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تشترك مع العقود التجارية التقليدية في كل القواعد والأحكام، نظرا لطابعها الخاص .

5. خاتمة :

بالرغم من تطور التجارة الإلكترونية و إقبال الكثير من الأشخاص على اقتناء السلع و الخدمات بوسائط إلكترونية، إلا أن بعض تشريعات الدول تجهل هذا النوع من القواعد منها قانون الاستهلاك الجزائري لعام 2018 الذي أغفل ذلك بالرغم من انتشار و تطور هذه العقود، كما أن هناك أيضا نقض في الاتفاقيات الدولية التي تتناول مثل هذه العقود وطرق حل النزاعات الناجمة عنها ، لذلك يجب العمل على تحقيق التوازن بين المهنيين أو الموردين الإلكترونيين و المستهلكين الإلكترونيين في هذه العقود وكفالة حماية المستهلكين في كل الأوقات و الظروف ، بحيث يجب أن تكون هذه الحماية عامة ، شاملة، و دائمة على غرار قواعد الحماية المكرسة في عقود التجارة التقليدية.

وفي هذا الصدد ارتأينا تقديم المقترحات التالية :

- ضرورة إدراج ضمانات قانونية تفصيلية تخص حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية تتناسب و خصوصية هذه العقود ، في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، و القانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الصادران عام 2018 بالرغم من حدائهما ، لأن نصوصهما لم تواكب التطور الحاصل في هذا المجال .

- وجوب إقرار قواعد وضمانات لحماية المستهلك على المستوى الوطني للدول في تشريعاتها الداخلية و على المستوى الدولي والإقليمي، خاصة في ظل تزايد انتشار إبرام عقود التجارة الإلكترونية، وإبرام اتفاقيات دولية ثنائية و متعددة الأطراف في هذا المجال من أجل تعزيز و ترقية حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية .

- التوعية بقواعد و أحكام إبرام عقود التجارة الإلكترونية في المجتمع الجزائري، خاصة من قبل منظمات المجتمع المدني، وفي الأوساط الأكاديمية، والمعاهد.

- إنشاء الآليات الوطنية و الدولية الكفيلة بالرقابة على الخروقات الحاصلة في هذا المجال من قبل المهنيين.

6. قائمة المراجع:

- إبراهيم ، خالد ممدوح ، (2008)، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، الإسكندرية ، دار الفكر الجامعي .
- إسماعيل، محمد سعيد أحمد ، (2009)، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية.
- التهامي، سامح عبد الواحد ، (2008)، التعاقد عبر الأنترنت ، دراسة مقارنة ، مصر ، دار الكتب القانونية.
- خلف ،أحمد محمد محمود ، (2008) الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار و حماية المنافسة و منع الاحتكار ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة .
- الزبيدي، وليد ، (2004)، التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت ، الطبعة الأولى ، الأردن ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، الأردن.
- المجلة العالمية المتخصصة في التجارة الإلكترونية و التسوق عبر الأنترنت ، طبعة الشرق الأوسط ، السنة2، العدد1 ، أكتوبر-نوفمبر، 1999 .
- قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الجزائري (2009)، جريدة رسمية عدد 15 مؤرخة في 08 مارس(2009) .
- قانون رقم 09-18 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الجزائري (2018)، جريدة رسمية عدد 35 مؤرخة في 13 جوان (2018).

- قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري (2018)، جريدة رسمية عدد 28 مؤرخة في 16 ماي (2018).
- لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي، الموقع الإلكتروني: www.uncitral.org
- المنظمة التجارة العالمية ، الموقع الإلكتروني : www.wto.org
- وهدان، رضا متولي، (2008) ، النظام القانوني للعقد الإلكتروني و المسؤولية عن الاعتداءات لإلكترونية الطبعة الأولى ، المنصورة ، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع.
- يوسف ، أمير فرج ، (2009) ، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني ، الإسكندرية، الناشر المكتب الجامعي الحديث.