

## الحماية التشريعية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني

### LEGISLATIVE PROTECTION FOR CONSUMERS IN ELECTRONIC CONTRACTS

شراين ابتسام<sup>\*1</sup>

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 1 (الجزائر)، i.cherraben@univ-Alger.dz

تاريخ القبول: 2026/01/01

تاريخ الإرسال: 2025/10/18

---

#### الملخص:

مع التطور السريع في وسائل التكنولوجيا وانتشار التجارة الإلكترونية، أصبح التعاقد الإلكتروني وسيلة شائعة لإبرام الصفقات بين المستهلكين والتجار، إلا أن هذا النوع من التعاقد يثير العديد من التحديات القانونية التي تتطلب حماية خاصة للمستهلك، نظراً لموقعه الضعيف مقارنة بالمورد أو التاجر الإلكتروني، دراسة الحماية القانونية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني أمر بالغ الأهمية لمواكبة التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية، ولضمان بيئة تعاقدية عادلة ومتوازنة تضمن حقوق المستهلك وتحد من الممارسات الضارة في السوق الرقمية.

**الكلمات المفتاحية:** التعاقد، المستهلك، الحماية، المورد، السوق الرقمي.

#### Abstract:

With the rapid development of technology and the spread of e-commerce, electronic contracting has become a common means of concluding transactions between consumers and merchants. However, this type of contracting raises many legal challenges that require special protection for consumers, given their weak position compared to suppliers or e-merchants. Studying the legal protection of consumers in electronic contracts is crucial to keep pace with economic and technological changes and to ensure a fair and balanced contractual environment that guarantees consumer rights and limits harmful practices in the digital market.

**Key words:** Contract, consumer, protection, supplier, digital market

## مقدمة:

منذ بدأ الخلقية جعل الانسان منهجه في الحياة هو الحصول علي ما يقتنيه من أكل او ملابس علي وسائل بدائية في العصور القديمة كالصيد، وجعل ملبسه من الاشجار وجلود الحيوان، بعد تدهوره في جميع المناخات لم ييأس الانسان، بقي يفكر في تطوير ما هو عليه الي ان وصل بتحديد منهجه، ومبتغاه في الحصول علي ما ينقصه من احتياجات يسعى اليها بتدبر مخرجه ومداخله حول ما يدور في نفسه. وصل هذا الاخير الي تطوير ملجأ يؤول اليه لتغطية مطالبه الشخصية الي ان فكر في استهلاك شيء ما لتلبية حاجياته مع المزيد من التطوير المثابة في تحريك وتد النشوب حول الارض وابرار ما ينص من تطوير ما يستهلك بخاصية اخري لتغير مطالبه ومستلزماته وإدراء حاجياته.

بعد تفكير طويل توصل الانسان الي دمج بعض الاختراعات والابتكارات ونشر رمز من الرموز الحديثة في محور دول العالم حيث توصل الي فكرة توصيل ما يحتاجه المرء من حاجيات ومستلزمات لتلبية حاجياته وحاجيات عائلته اللازمة، فقرر فتك بعض العراقيين لحرصه علي ان يصل ويوصل ما يهم من متطلبات فتطور هذا الاخير الي ان اصبح يسمى بالمستهلك الالكتروني، فنشأت عليه بعض العراقيين الي ان وصل العصر الحديث والذي تمثل في عصر التكنولوجيا الذي عرف نفسه بداية بعصر التطور في جميع مجالات التكنولوجيا من اتصالات ومعلومات وتطور في السلع والخدمات، فأصبح المستهلك يتجول في العالم كله ويقتني ما يحتاجه من الانترنت من مكان يسمى بالسوق الالكترونية،

ونتيجة هذه التطورات السريعة والهائلة في مجال التجارة التي اصبحت تسمى بالتجارة الالكترونية اصبح المستهلك عرضة للغش والخداع من طرف موردي المواقع الالكترونية فكان واجب علي الدول النهوض من اجل سن قوانين توفر الامن والسلامة له من اجل تطوير التجارة الالكترونية وزرع الثقة في نفوس المستهلكين للإقبال عليها فقامت معظم الدول الاجنبية والعربية ومن بينها الجزائر بوضع قوانين خاصة توفر الحماية القانونية للمستهلك وهو ما يعرف بقانون حماية المستهلك الا ان هذا القانون وحده لا يوفر الحماية الكافية له فكان لابد من توفير حماية خاصة بالتجارة الالكترونية لحماية المستهلك من العقود الالكترونية التي يبرمها الكترونيا باعتباره الطرف الضعيف والاساسي في العقد الالكتروني، ووفقا لهذه المقضيات اصبح من اللازم علي الصعيدين الدولي والداخلي توفير ضمانات ووسائل حماية المستهلك الالكتروني من اجل الاقدام علي التعاقد، خشية ضياع حقوقه.

وحفاظا على المستهلك الالكتروني تم التطرق في هذا العمل للضمانات الممنوحة للمستهلك الالكتروني، ومعرفة اطراف العقد الالكتروني، واستعراض اهم النقاط المتعلقة بالعقد الالكتروني وكيف تمت معالجة مسألة تحقيق التوازن العقدي، وإبراز مختلف جوانب الحماية المدنية والجزائية للمستهلك الالكتروني، مع تسليط الضوء على واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، وتقريبا على سبق بيانه، نطرح إشكالية محورية تتمثل في: إلى أي مدى هناك فعالية لحماية المستهلك في العقد الالكتروني على ضوء أحكام التشريع الجزائري؟

من هنا نطرح خطة لمعالجة هذه الإشكالية كما يلي بيانه:

**المبحث الأول: مفهوم المستهلك في ظل العقد الالكتروني:**

**المبحث الثاني: مضمون الحماية التشريعية للمستهلك في ظل التعاقد الالكتروني**

إعتمدت هذه الدراسة على المنهج التحليلي والإستنباطي وذلك من خلال تحليل مختلف النصوص القانونية ذات الصلة وإستخلاص القواعد القانونية والنتائج التي تحكم موضوع الدراسة.

**المبحث الأول: مفهوم المستهلك في ظل العقد الالكتروني:**

لبيان المنوط بالحماية القانونية في العقود الإلكترونية، نشير أولا إلى مفهوم العقد محل الدراسة، ثم إلى شخص موضوع الحماية أي المستهلك العقد الالكتروني:

**المطلب الأول: مفهوم العقد الالكتروني:**

اختلف الفقهاء في اعطاء مفهوم موحد للعقد الالكتروني فقد اختلفوا في تعريف العقد الالكتروني فجد عدة تعريفات فقهية مختلفة للعقد الالكتروني نذكر منها: عرفه بعض من الفقه على أنه: " هو ارتباط الايجاب والقبول عبر رسالة البيانات علي وجه ثبت اثره في المعقود عليه "، وعرف ايضا بأنه : " ذلك العقد الذي ينطوي علي تبادل للرسائل بين البائع والمشتري والتي تكون قائمة علي صيغ معدة سلفا ومعالجة الكترونيا، وتتشئ التزامات تعاقدية "<sup>1</sup>، وعرفه البعض الاخر بأنه: " تعاقد بين غائبين زمانا ومكانا شأنه في ذلك شأن التعاقد بطرق المراسلة، او التعاقد بريق التلفون، ولا يختلف عنهم الا في الوسيلة التي يتم بها، حيث اصبحت وسيلة التعاقد الالكتروني "، يبرر هذا الراي ان التعاقد الالكتروني يكون بين غائبين هو انه ثمة فاصلا زمنيا بين صدور القبول وعلم الموجب به<sup>2</sup>

وذهب اتجاه آخر الي ان التعاقد الإلكتروني هو "تعاقد بين حاضرين؛ حيث يكون العاقدین علي اتصال مباشر فيما بينهما، فليس هناك فاصلا فيما بين صدور القبول من الطرف الموجه اليه الايجاب والعلم به او يكون مجلس العقد حينئذ مجلسا حكما، تطبق عليه قواعد التعاقد بين حاضرين"، وعرفه اتجاه آخر من الفقه العقد الإلكتروني هو: " تعاقد بين حاضرين من حيث الزمان وبين غائبين من حيث المكان"<sup>3</sup>.

#### المطلب الثاني: لمراد بالمستهلك في العقد الإلكتروني:

يراد بالمستهلك اصطلاحا كل من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجاته الشخصية وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف اعادة بيعها أو تحويلها أو استخدام في نطاق نشاطه المهني<sup>4</sup>، إلا أنه لا يزال الخلاف بين الفقهاء في اعطاء تعريف موحد للمستهلك فنجدهم انقسموا الى قسمين منهم من أخذ بالمفهوم الضيق، ومنهم من اخذ بالمفهوم الموسع

حسب المفهوم الضيق فان المستهلك هو: " كل شخص طبيعي ومعنوي الذي يقتني اغراض الاستهلاك الشخصي او العائلي، لهذا لا يجوز على صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية، هو كل شخص طبيعي او معنوي يحصل على سلعة او خدمة لاستعمال غير مهني من اجل اشباع حاجاته لشخصية او العائلية"<sup>5</sup>، أو " كل شخص يتعاقد بهدف تلبية و اشباع حاجاته و رغباته الشخصية و العائلية " على عكس الاتجاه الضيق فان انصار الاتجاه الموسع عرف المستهلك على انه " كل شخص طبيعي او معنوي ترم تصرفا قانونيا للحصول على منتج بقصد ان يكون هو او ذويه المستعمل النهائي و تمتد نفس الصفقة الى المهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه

فهو " المستهلك من يمتلك بشكل غير مهني سلعا استهلاكية مخصصة للاستهلاك الشخصي "<sup>6</sup>. أن عن تعريف المشرع الجزائري، نجد ان المشرع الجزائري اورد تعريف المستهلك فنصت المادة 2 منه الفقرة الاخيرة المستهلك هو: كل شخص طبيعي يقتني بئمن او مجانا منتوجا او خدمة معدين للاستعمال المتوسط او النهائي لسد حاجة الشخص اخر او حيوان يتكل به "، وفي القانون رقم 04-02 لمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 عرف المستهلك في المادة الثانية الفقر الثالثة بانه " كل شخص طبيعي او معنوي يقتني سلعا قدمة للبيع او خدمات عرضت له ومجرد من كل طابع مهني.<sup>7</sup>، كما أن القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرف المستهلك في المادة الثالثة "هو كل شخص طبيعي او معنوي يتلقى بمقابل او مجانا سلعة او خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية تلبية حاجة الشخص اخر او حيوان متكفل به "<sup>8</sup>

وقد عرف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني بموجب المادة 06 من القانون رقم 18-05 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية بانه: " كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بعوض او بصفة مجانية سلعة او خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي "<sup>9</sup>

**المبحث الثاني: مضمون الحماية التشريعية للمستهلك في ظل التعاقد الالكتروني:**

باستقراء النصوص القانونية ذات الصلة بموضوع حماية المستهلك سواء من خلال الشريعة العامة أو النصوص الخاصة وعلى رأسها القانون رقم 05-18 نجد أن المشرع الجزائري قد حوى المستهلك في العقد عن بعد بحماية مزدوجة، سواء قبل تنفيذ العقد أو بعد تمامه كما يلي:

**المطلب الأول: حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني قبل تنفيذ العقد:**

المستهلك الالكتروني هو نفسه المستهلك التقليدي الذي كان يقتني سلعة و خدماته بطريقة تقليدية مع التطور التكنولوجي الذي مس مجال التجارة، واصبحت تعرف بالتجارة الالكترونية من خلال شبكات اتصال عالمية، فظهر ما يعرف بالعقود الالكترونية، فاصبح المستهلك يقتني حاجاته عن طريق هذه العقود. للمستهلك الالكتروني نفس الحقوق الممنوحة للمستهلك العادي لكن تختلف وسيلة التعاقد فقط بينها الا وهي وسائل الاتصال الحديثة، ولكن المستهلك في هذا العقد هو الطرف الضعيف، لأنه يتأثر كثيرا من الاعلانات الالكترونية التي تروج السلع والخدمات التي تجعله يقع ضحية لغلط او تدليس يضر بمصالحه.

فما هي الضمانات القانونية التي نص عليها القانون الجزائري حتي يكون المستهلك علي من امره قبل ابرام العقد؟

**الفرع الأول: حماية المستهلك الالكتروني من التضليل الاعلاني التجاري الالكتروني:**

ان التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الحديثة، فتطور معه الاعلان حتي وصل الي مرحلة متقدمة من حيث البراعة الفنية، فاصبح له اهمية كبيرة من الناحية الاقتصادية بحيث حول الاسواق العالمية الي سوق واحد، اما من الناحية القانونية فان اداة للتشهير والتعريف بمنتجات وبضائع الاخرين، ولكسب ثقة المستهلكين وتوفر اكبر قدر من الربح لا بد من ضوابط تتحكم في الاعلان حتي يكون هذا الاعلان صادق وغير مضلل وكاذب، فنجد ان العديد من الدول سعت الي وضع ضوابط قانونية لحماية المستهلك من الاعلانات الالكترونية المضللة والكاذبة، فما هو الاعلان الالكتروني وماهي اليات حماية المستهلك من الاعلانات المضللة الكاذبة ؟

**أولاً: مضمون الاعلان التجاري الالكتروني:**

ان الاعلان الإلكتروني الموجه للمستهلك ما هو الا نتاج عقد ابرم بين طرفين هما المعلن ووكالة الاعلان ،ويعد عقد الاعلان الإلكتروني من آفة العقود التي تبرم وتنفذ عبر شبكة الانترنت او اي وسيلة الكترونية اخر 'فما هو ينشأ بتبادل التعبير عن ارادتين متطابقتين للطرفين المتعاقدين ، فهو يعتبر من العقود الرضائية لأنه ليس هناك شكل محدد لهذا العقد ، ولم يشترط شكل معين لإبرامه ،كما لم تسن التشريعات المختلفة تنظيمًا خاصًا له ،فهو يعتبر من العقود المسماة

يعتبر الإعلان الإلكتروني من ابر التقنيات الحديثة التي تلعب دورا هاما في ترويج السلع والخدمات والرفع من قيمتها وجلب اكبر عدد من المستهلكين ' فهنا يثور الاشكال حول مفهوم الاعلان الإلكتروني فنجد ان معظم التشريعات الدولية والوطنية اختلفوا في تعريف الاعلان الإلكتروني ' وكذلك الفقه اختلف في تعريف الاعلان الإلكتروني ' ولكن نجد ان معظمهم اتفق علي ان الاعلان الإلكتروني هو نفسه الاعلان التقليدي ' اما الاختلاف بينهم يكمن في الوسيلة المستعملة في الاعلان الا وهي شبكة الانترنت ' وسوف نتطرق الي التعريف الفقهي ثم الي التعريف التشريعي للإعلان .

وقد اختلف الفقهاء في اعطاء تعريف موحد للإعلان الإلكتروني فنجد عدة تعاريف نتناول منه :  
هناك من عرفه علي انه "مختلف نواحي الأنشطة التي تؤدي الي نشر او اذاعة الرسائل الاعلانية او المسموحة او المكتوبة علي الجمهور بغرض حثه علي شراء السلع او خدمات او من اجل استمالته الي التقبل الطيب للأفكار او اشخاص او منشئات معلن عنها " ، وعرفه البعض الاخر علي انه " عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومات معينة الي فئات المستهلكين ' حيث يفصح المعلن عن شخصيته "<sup>10</sup> ، وعرف ايضا بانه " اخبار او اعلام تجاري او مهني ، القصد منه التعريف بمنتج او خدمة معينة ، عن طريق ابراز المزايا وامتداح المحاسن ،بهدف خلق انطباع جديد يؤدي الي اقبال الجمهور علي هذا المنتج او الخدمة "<sup>11</sup> ، كما عرف كذلك بانه "كل فعل وتصرف يهدف الي التأثير النفسي علي الجمهور المستهلكين ' بهدف اقناعهم بمزايا السلعة او الخدمة او الفكرة ، وما يمكن ان يحققه من فوائد بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة لذلك .

نجد ان معظم الفقهاء اتفقوا علي ان الاعلان الإلكتروني هو " كل فعل يهدف الي التأثير نفسيا علي الجمهور مهما كانت وسيلة هذا التأثير ، من خلال ذكر ايجابيات السلعة او الخدمة وصلا الي اقناع هذا الجمهور باقتناء هذه السلعة او تلك الخدمة "<sup>12</sup>

وفي قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05: عرف الاشهار وليس الاعلان بموجب المادة 6 الفقرة 6 على انه: " كل اعلان يهدف بصفة مباشرة او غير مباشرة الى ترويج بيع سلع او خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية<sup>13</sup>

**ثانيا: عناصر الاعلان التجاري الإلكتروني، فهي:**

- **العنصر المادي:** يتمثل العنصر المادي للإعلان الإلكتروني في استخدام أداة من ادوات التعبير اي كان شكلها او صورتها شفاهية او مكتوبة، سواء كانت سمعية او بصرية حتي ولو كانت في شكل رسم او صورة او موسيقي، الإشهارات المكتوبة تتمثل في الصحف والمجلات، والانترنت والإشهارات السمعية البصرية كالتلفزيون والسينما، كما توجد اللافتات الإشهارية و اللوح الضوئية والملصقات الجدرانية، واجهات المحلات وغيرها من الاساليب المستحدثة لجذب انتباه الجمهور<sup>14</sup>.

- **العنصر اللامادي "المعنوي":** العنصر المعنوي يتجسد في العامل النفسي المؤثر علي الجمهور المتلقي، وتستعمل فيه عدة عوامل علي غرار التكرار الذي يسمح بتثبيت موضوع الاشهار في ذهن المتلقي، ويجعل منقبلا للسلع والخدمات المعروضة عليه، بذلك يمكن القول بان العنصر المعنوي للإشهار يتمثل في استعمال العامل النفسي علي المستهلكين بهدف دفعهم للتعاقد<sup>15</sup>.

**الفرع الثاني: حماية المستهلك عن طريق الالتزام بالإعلام الإلكتروني:**

ان مصطلح الالتزام بالإعلام يقصد به بيان او اشارة او تعليمات يمكن ان تقدم توضيحا بشأن واقعة او قضية فالالتزام بالإعلام يفرض علي احد المتعاقدين (المدين) ان يعلم المتعاقد الاخر (الدائن) بكافة المعلومات والبيانات التي تساعد علي تنوير رضاه من اجل ابرام العقد او تنفيذه، وانه يجب علي المدين الالتزام بالإعلام بالإضافة الي المعلومات، والبيانات بمحل العقد التي يقدمها للدائن، اي ان يعلمه بكافة المعلومات التي من شأنها ان تضمن تنفيذ العقد بحسن نية، وعليه فان الالتزام بالإعلام يفرض الصدق والامانة وتجنب الخداع والغش وتضليل المتعاقد الاخر<sup>16</sup>

اما بالنسبة لقانون التجارة الإلكترونية رقم 18/05 نجد المشرع الجزائري حاول من خلال هذا القانون مواكبة التطورات التشريعية الحاصلة، بما ان المستهلك اصبح يقتني السلع والخدمات عبر مختلف وسائل الاتصال الإلكتروني، أي عن بعد دون امكانية من فحصها او علمه بمواصفاتها، فيصبح مجبر الوثوق في المورد الإلكتروني والذي يقع علي عاتقه الالتزام بإعلام المستهلك، فقد نص المشرع بموجب المادتين 11 و13 من القانون علي الحق في إعلام المستهلك بما يتوافق وخصوصيات هذا النوع من المعاملات<sup>17</sup>.

**المطلب الثاني: حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني بعد تنفيذ العقد:**

من اهم الاثار القانونية المترتبة علي العقد الالكتروني وهي مرحلة تسليم المبيع ,بحيث تقع علي عاتق المورد مسؤولية كبيرة ،وهي وضع المبيع تحت تصرف المستهلك فيمكنه من حيازته والانتفاع به دون اي عوائق .

ولحماية المستهلك من تقاعس المورد من تسليم مبيع مطابق للمواصفات القانونية والفنية والتقنية والتنظيمية فان معظم التشريعات الدولية وكذلك التشريع الوطني وضعت التزامات علي عاتق المورد الالكتروني بتسليم مبيع مطابق لما تم الاتفاق عليه وخالي من كل العيوب وضمان الانتفاع به من دون مخاطر تهدد صحة وحيلة المستهلك وفي حالة عدم التزام المورد بتنفيذ العقد كما يجب رتب له القانون عقوبات متفاوتة حسب درجة التخلي عن التزامه .

**الفرع الأول: حق المستهلك الالكتروني في المطابقة والضمان:**

ان عملية الشراء الانترنت تعتمد علي وصف السلعة او الخدمة فقط ،بحيث لا يمكن المستهلك من الاطلاع عن السلعة او الخدمة او تجربتها ،لأن العرض الذي يتم عبر الوسائل الالكترونية الحديثة يتمتع بنوع من الخصوصية ،فهو يعرض الصورة فقط ،فالمستهلك لا يمكنها التحقق من السلعة لا عن طريق اللمس ولا الرؤية ولا غيرها من الحواس .

لهذا يقع علي عاتق المورد الالكتروني عند تسليمه المبيع للمستهلك الالتزام بالمطابقة ،ان مطابقة السلعة للشروط و المواصفات التي تم الاتفاق عليها في العقد فمتي سلم المورد المبيع مطابقا لما اتفق عليه من وصف ونوع ومقدار ، ولتحقيق التوازن العقدي بين الطرفين باعتبار المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وتوفير الحماية اللازمة للمستهلك اصبح الالتزام بالمطابقة من مستلزمات العقد الالكتروني وفي هذه الحالة يثور التساؤل التالي فما هو مفهوم الالتزام بالمطابقة وما هو مضمونه؟

**أولاً: التزام المورد الالكتروني بالمطابقة:** لحماية المستهلك الالكتروني من غش وخداع المورد الالكتروني اثناء تسليمه المبيع محل العقد نجد ان المشرع فرض علي المورد الالكتروني مجموعة من الالتزامات التي لابد ان يتقيد بها اثناء تسليم المستهلك محل العقد، من بينها الالتزام بتسليم مبيع مطابق لما تم الاتفاق عليه، وكذلك مطابق للمقاييس ،والمواصفات القانونية والتنظيمية للمنتج ،الا ان المتدخل قد يعتمد الاخلال بهذا الالتزام بعد ابرامه للعقد لهذا فقد جرم المشرع هذا الفعل وافر عقوبات للمتدخل الذي يعتمد هذا الفعل ،فما هو الالتزام بالإعلام وماهي العقوبات المقررة في حق الورد المخالف للالتزام بالإعلام ؟

عرف البعض من الفقه الالتزام بالمطابقة علي انه " تعهد محله يلتزم به البائع بتقديم البضاعة والمستندات الخاصة بها وفقا لما يفرضه العقد والقانون".<sup>18</sup>، كما عرفه البعض الاخر بأنه " تعهد البائع بأن يكون المبيع وقت التسليم وافقا للشروط المتفق عليها فب العقد صراحة او ضمنا ،ومحتويا علي المواصفات التي تجعله صالحا للاستعمال بحسب طبيعته ووفقا لغرض المشتري بما يضمن حسن الانتفاع به وتوخي اضراره"<sup>19</sup>، الا ان المشرع الجزائري لم يعرف الالتزام بالمطابقة في القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية كما فعل في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 وانما ربط الالتزام بالمطابقة بالتزامات المورد الالكتروني ومن بينها الالتزام بالتسليم حيث نصت المادة 23 منه علي انه "يجب علي المورد الالكتروني استفاضة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية او في حالة ما اذا كان المنتج معيبا ."

### ثانيا: مضمون الالتزام بالمطابقة:

بالرجوع الي نص المادة 11 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد ان المشرع وسع في مفهوم المطابقة ،فأصبح يشمل المقاييس القانونية والتنظيمية كما يشمل ايضا المواصفات المشتركة من قبل المستهلك والمبينة علي رغباته المشروعة .

### الفرع الثاني: التزام المورد الالكتروني بضمان العيوب الخفية:

اختلف الفقهاء في الاتفاق علي تعريف موحد للعيوب الخفية فنجد عدة تعريفات للعيوب الخفية، عرفه الفقيه مازو بأنه " النقائص الخفية الموجودة في المبيع ولا يمكن رؤيتها عند الفحص كما انها تمنع المشتري من استعماله وفقا للغاية المعدة له " ، وعرف ايضا بأنه "الشائبة التي لا تظهر بالفحص المعتاد وتجعل الشيء المبيع غير صالح للاستعمال المخصص له".<sup>20</sup> وعرفه البعض الاخر من الفقه بأنه "حالة تظهر في المبيع لا تتوفر في مثله تؤدي الي الحط من قيمة الشيء او المنفعة المرجوة منه"<sup>21</sup> الفرع

### الثالث: حماية حق المستهلك الالكتروني في العدول:

لا يوجد تعريف في حق العدول عن العقد بصفة عامة ،والحق في الرجوع عن العقد الالكتروني بصفة خاصة فنجد له تعريفات متعددة مختلفة، من خلاله ظهرت اتجاهات فقهية متباينة تدور في نطاق المسمى الصحيح لهذا الحق وطبيعته ،هل هو حق في العدل ام حق في الروع ام حق في اعادة النظر؟ عرفه جانب من الفقه علي انه حق في الرجوع بأنه " ميزة قانونية اعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد ان تم ابرام اعقد صحيحا وقبل ابرامه ،دون ان تترتب علي ذلك مسؤولية المستهلك عن ذلك الرجوع او مسؤولية المتعاقد الاخر عما قد يصيبه من اضرار بسبب الرجوع"<sup>22</sup>، وهناك من عرفه

بالعدول عن العقد بأنه " اعادة النظر في العقد الذي ابرمه العدول عنه خلال مدة محددة تختلف باختلاف محل العقد , ويتم رد المبيع واسترداد الثمن " .

### خاتمة:

بعد الدراسة التحليلية الوصفية التي قمنا بها حول الحماية التشريعية المنوطة بالمستهلك في شكل العقود الالكترونية، نصل لمجموعة من النتائج كما يلي:

- تقوم العلاقة الاستهلاكية بين الطرفين ,احدهما في مركز القوة يعرف بالمورد الالكتروني والثاني في مركز الضعف ,وهو المستهلك الالكتروني الذي يفترق الي التنوير والعلم الكافي بمحل العقد (سلع او خدمات) لأن العقد الالكتروني الاستهلاكي هو من العقود التي تبرم عن بعد.
- تشابه العقد الالكتروني مع العقد التقليدي ويكمن الاختلاف بينهما في الوسيلة المستعملة للانعقاد، وهي شبكة الانترنت.

- يمكن لأي شخص الاقدام علي التعاقد الالكتروني لاقتناء حاجاته الشخصية او العائلية.
  - اختلال التوازن بين اطراف العقد الالكتروني ,فهو يعتبر من عقود الاذعان.
  - يتسم العقد الاستهلاكي الالكتروني بالسرعة في انعقاده ،الامر الذي جعل المستهلك يتخذ قراره باستعجال ،مما يشكك في ارادته.
  - الزم المشرع المورد الالكتروني بضرورة اعلام المستهلك الالكتروني ،وبموجب المرسوم التنفيذي 378/13 بين كفايات وشروط اعلام المستهلك ،لأن المستهلك دائما بحاجة للحماية.
  - تعتبر الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك اساس اعتباره عقد اذعان ,لانفراد المورد الالكتروني بإعداد محتوى العقد دون ان يكون للمستهلك الحق في مناقشة بنوده.
  - حق المستهلك في العدول كاستثناء علي مبدأ القوة الملزمة للعقد ,وقاعدة العقد شريعة المتعاقدين اضافة الي اعتبار العقد المتضمن حق العدول غير لازم ,بحيث يكون صحيحا ومنتجا لأثاره غير ان المستهلك يملك حق العدول عنه وفقا لنظرية العقد غير اللازم .
  - قام المشرع الجزائري بتنظيم العقد الالكتروني بموجب القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية.
- كما نشير لمجموعة من الاقتراحات كما يلي:

. العمل علي ترقية التجارة الالكترونية والنهوض بها من خلال توفير البنية التحتية للتجارة الالكترونية وعصرنة رق الدفع الالكتروني،

. انشاء اجهزة خاصة لمراقبة الإشهارات التجارية بغرض حماية المستهلك من مخاطر الاشهار المضلل والكاذب،

. ضرورة تأهيل اعوان متخصصين يمكنهم التعامل مع مستجدات التكنولوجيا عالية التقنية للكشف عن اي تجاوزات او مخالفات يمكن ان يمتلص مورد الخدمة الالكترونية من خلالها بذريعة التطور العلمي.

تنمية ورفع مستوى الوعي لدى المستهلك الالكتروني،

. معالجة النقص الواضح في مجال توعية المستهلك الالكتروني لدى الجهات الحكومية ذات العلاقة من خلال احدث وسائل الاتصال الجماهير،

. تطوير الحملات والبرامج التوعوية والخطط الاعلامية لرفع وعي المستهلك الالكتروني وتثقيفه بحقوقه.

عدم قصر خيار العدول علي عقود شراء السلع والخدمات، وتوسيع نطاقه ليشمل جميع عقود الاستهلاك التقليدية والالكترونية، لا سيما عقود الاشتراك او الانتساب والايجار والاعارة وتنفيذ الاعمال لصالح الغير وغيرها.

. مراجعة القوانين الخاصة بالاستهلاك التي لا تتماشى والتطور التكنولوجي.

. ضرورة تشكيل جمعيات خاصة بحماية المستهلك الالكتروني واعطائها صلاحيات واسعة، كما هو الشأن في المستهلك العادي.

#### الهوامش

- 1- خالد ممدوح إبراهيم، ابرام العقد الالكتروني، دار الفكر الجامعي مصر، 2006، ص 51.
- 2- اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الجامعة الجديدة 2005، ص 255.
- 3- احمد عبد الكريم سلامة، القانون الدولي الخاص النوعي، دار النهضة العربية، 2002، ص 69.
- 4- موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الاسلامي، المجلس الأعلى للشؤون الاسلامية، ج8، ص 124.
- 5- عبد الفتاح بيومي الحجازي ، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية ، الاسكندرية دار الفكر الجامعي ج1 ص138.
- 6- محمد احمد خالف، الحماية الجنائية للمستهلك ،في مجال عدم الاخلال بالأسعار وحماية المنافسة وضع الاحتكار ص.21.

7- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/07/22 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،الجريدة الرسمية عدد 41، الصادر في 2004/7/27 المعدل و المتمم

- <sup>8</sup>- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 فيفري 2009 المتعلقة بحماية المستهلك و قمع الغش ج.ر.ج.ج. المؤرخ في 8 مارس 2009، العدد 15، ص 13
- <sup>9</sup>- القانون رقم 18-05 المتعلق بتجارة الإلكترونيّة، المؤرخ في 10 ماي 2018، الجريدة الرسمية، العدد 28 بتاريخ 16 ماي 2018.
- <sup>10</sup>- عبد الله ليندة، حماية المستهلك من الاعلانات الالكترونية الكاذبة والمضللة، اكااديمية العربية، قسم العلوم القانونية والادارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل. الجزائر سنة 2023.
- <sup>11</sup>- بلعابد فاروق، النظام القانوني لحماية المستهلك المعلوماتي في ظل القانون 18-05 مذكرة ماستر في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد العربي بن مهيدي، ام البواقي ن سنة 2019-2020 ص 6-7
- <sup>12</sup>- خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك من المعاملات الالكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الاولى، مصر، الدار الجامعية، 2007، 136.
- <sup>13</sup>- القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية مرجع سابق
- <sup>14</sup>- عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان الالكتروني عن المنتجات والخدمات من الوجه القانوني، الطبعة الاولى، مكتبة الجلاء الجديدة، القاهرة، سنة 1991، ص 29.
- <sup>15</sup>- ط. د عبد الله صفيح، د. فتحي بن حديد، الاشهار الالكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الالكترونية 18-05، مجلة الدراسات القانونية، مجلة علمية دولية سداسية محكمة صادرة عن مخبر السيادة والعولمة -جامعة فارس بالمدينة -الجزائر - المجلد 07، السنة:
- <sup>16</sup>-حلا حمود شاكر، اثر الالتزام بالإعلام في حماية الطف الضعيف في عقود الاعلان، بحث مستل مقدم لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق -جامعة المنصورة -1443هـ/2021 م، ص 5.
- <sup>17</sup>- القانون رقم 18/05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مرجع سابق.
- <sup>18</sup> فتحي بن جديد، الالتزام بالمطابق كآلية حمائي للمستهلك الالكتروني 'مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، المجلد 15، العدد 02 (2022)، ص 219-234 المركز الجامعي نور البشير البيض (الجزائر)، ص 221.
- <sup>19</sup> - رباحي احمد، قلواز فاطمة الزهراء، علاقة الالتزام بضمان عيوب المبيع ببعض الالتزامات الحديثة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، العدد 03، جوان 2017، امعة الشلف، الجزائر، ص 284.
- <sup>20</sup> - حليلة كوسة، حق المستهلك الالكتروني في ضمان العيب الخفي، دراسة علي ضوء احكام القانون 18/05، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة باتنة 01، ص 125.
- <sup>21</sup> - سجي عمر شعبان ال عمرو، دعوي ضمان العيب المعلوماتي، دراسة مقارنة، كتاب الابحاث الكاملة للمؤتمر الدولي الثاني عشر للدراسات التاريخية والاجتماعية والقانونية، كلية الحقوق، جامعة الموصل 2007.
- <sup>22</sup> -احمد محمد صالح، حق العدول في التعاقد عن بعد، دراسة مقارنة. ملة بحث الشرق الاسط، ص 165.

## أولاً: الكتب

- 1- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي مصر، 2006.
- 2- اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة 2005.
- 3- احمد عبد الكريم سلامة، القانون الدولي الخاص النوعي، دار النهضة العربية، 2002.
- 4- موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الاسلامي، المجلس الأعلى للشؤون الاسلامية، ج8.
- 5- عبد الفتاح بيومي الحجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، ج1.
- 6- خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك من المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الاولى، مصر، الدار الجامعية، 2007.
- 7- عبد الفضيل محمد احمد، الاعلان الإلكتروني عن المنتجات والخدمات من الوجه القانونية، الطبعة الاولى، مكتبة الجلاء الجديدة، القاهرة، سنة 1991.

## ثانياً: المذكرات، الأطروحات والدوريات

- 1 - بلعابد فاروق، النظام القانوني لحماية المستهلك المعلوماتي في ظل القانون 18-05، مذكرة ماستر في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد العربي بن مهيدي ، ام البواقي سنة 2019-2020.
- 2-حلا حمود شاكر، اثر الالتزام بالإعلام في حماية الطف الضعيف في عقود الاذعان، بحث مستل مقدم لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة المنصورة -1443هـ/2021.
3. عبد الله صفيح، فتحي بن حديد، الاشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 18-05، مجلة الدراسات القانونية، مجلة علمية دولية سداسية محكمة صادرة عن مخبر السيادة والعولمة، جامعة فارس، المدينة، الجزائر، المجلد:07.
- 4- عبد الله ليندة، حماية المستهلك من الاعلانات الإلكترونية الكاذبة والمضللة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل . الجزائر سنة 2023.
- 5 - فتحي بن حديد، الالتزام بالمطابق كآلية حمائي للمستهلك الإلكتروني، 'مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، المجلد15، العدد 02 (2022)، ص219-234، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر.
- 6- رباحي احمد، قلواز فاطمة الزهراء، علاقة الالتزام بضمان عيوب المبيع ببعض الالتزامات الحديثة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، العدد 03، جوان 2017، جامعة الشلف، الجزائر.
- 7- حليلة كوسة، حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيب الخفي، دراسة علي ضوء احكام القانون 18/05، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01 .

8- سجي عمر شعبان ال عمرو، دعوى ضمان العيب المعلوماتي، دراسة مقارنة، كتاب الابحاث الكاملة للمؤتمر الدولي الثاني عشر للدراسات التاريخية والاجتماعية والقانونية، كلية الحقوق، جامعة الموصل، العراق، 2007

### ثالثا: النصوص القانونية

1 - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 04-02 المؤرخ في 22/07/2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادر في 27/7/2004.

2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجريدة الرسمية، العدد 15، المؤرخ في 8 مارس 2009.

3- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 18-05 المتعلق بتجارة الالكترونية، المؤرخ في 10 ماي 2018، الجريدة الرسمية، العدد 28 بتاريخ 16 ماي 2018.