

المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية في حماية المستهلك: بين الوقاية والملاحقة Criminal Liability of E-Commerce Companies in Consumer Protection: Between Prevention and Prosecution.

ط/د حاج ايوب احمد¹، د/ وردة بن موسى².

¹ جامعة البليدة 02 (البلد)، ea.hadj-youb@univ-blida2.dz

² جامعة البليدة 02 (الجزائر)، ward73.b@gmail.com

تاريخ القبول: 2025/04/21

تاريخ الإرسال: 2025/02/13

الملخص:

تتمثل مسؤولية الشركات الإلكترونية في حماية المستهلك من خلال ضمان الامتثال للمعايير القانونية والوقائية التي تهدف إلى تجنب الممارسات الضارة أو المضللة في البيئة الرقمية، والشركات ملزمة باتخاذ تدابير وقائية تشمل الشفافية في تقديم المنتجات والخدمات، وحماية بيانات المستخدمين، وتوفير آليات فعالة للتعامل مع الشكاوى والمخالفات، هذه التدابير تهدف إلى حماية حقوق المستهلك وتقليل المخاطر التي قد يتعرض لها. وفي حالة الإخلال بهذه المسؤوليات، تتدخل الملاحقة لأية أضرار قد تنشأ عن المعاملات الإلكترونية كآلية رادعة لضمان محاسبة الشركات التي تنتهك حقوق المستهلك أو تخالف القوانين، بما يساهم في تحقيق العدالة وحماية المستهلك، وفي نفس الوقت تعزيز الثقة في البيئة الرقمية، من هنا تبرز أهمية التنسيق بين الوقاية والملاحقة الجزائية لضمان حماية فعالة للمستهلك في ظل النمو المستمر للتجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، المسؤولية الجزائية، الشركات الإلكترونية، التدابير الوقائية، الملاحقة الجزائية.

Abstract:

The responsibility of e-commerce companies in consumer protection lies in ensuring compliance with legal and preventive standards aimed at avoiding harmful or deceptive practices in the digital environment, Companies are required to take preventive measures, including transparency in offering products and services, protecting user data, and providing effective mechanisms for handling complaints and violations , These measures are designed to safeguard consumer rights and reduce the risk of harm resulting from e-commerce transactions.

In the event of a breach of these responsibilities, criminal prosecution serves as a deterrent mechanism to hold companies accountable for violating consumer rights or breaching laws, contributing to justice and consumer protection, while also enhancing trust in the digital environment, From here, the importance of coordinating between prevention and criminal

prosecution arises to ensure effective consumer protection in light of the ongoing growth of e-commerce.

Key words: consumer, criminal liability, e-commerce companies, preventive measures, criminal prosecution.

مقدمة

مع التطور التكنولوجي السريع الذي يشهده العالم اليوم، أصبحت التجارة الإلكترونية أحد المكونات الرئيسية للاقتصاد العالمي، وقد ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط التفاعل بين الأفراد والشركات، حيث وفرت منصات إلكترونية تتيح عمليات الشراء والبيع بسهولة غير مسبوقة، إلا أن هذا التطور صاحبه ظهور تحديات قانونية معقدة، أبرزها حماية حقوق المستهلكين في البيئة الرقمية، التي تتسم بغياب الحدود الجغرافية وسرعة التطورات التقنية.

من هنا تبرز أهمية المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية كآلية قانونية ضرورية لحماية المستهلكين من المخاطر التي قد يتعرضون لها، مثل الاحتيال الرقمي، تسريب البيانات الشخصية، أو استغلال الثغرات التعاقدية، فالمسؤولية الجزائية هنا لا تقتصر على معاقبة مرتكبي الجرائم بعد وقوعها، بل تمتد إلى إلزام الشركات باتخاذ تدابير وقائية تمنع حدوث هذه الجرائم من الأساس، وهو ما يعكس اتساع نطاق المسؤولية الجزائية اليوم ليشمل الوقاية والملاحقة القانونية.

إن هذا المفهوم الحديث للمسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية يجد أساسه في القوانين الوطنية والدولية التي تنظم العلاقة بين المستهلكين والشركات، فمثلاً تنص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري على أن "الشخص المعنوي مسؤول جزائياً عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين"، مما يعكس تطور التشريعات لتشمل مساءلة الأشخاص المعنوية في الجرائم ذات الطابع الاقتصادي.

ورغم وضوح الإطار القانوني، إلا أن تطبيق هذه المسؤولية في الواقع العملي يواجه العديد من التحديات، خاصة في ظل الطبيعة العابرة للحدود للتجارة الإلكترونية، فغياب التشريعات الموحدة عالمياً وضعف التعاون الدولي في مكافحة الجرائم الإلكترونية يطرح تساؤلات حول مدى فعالية هذه القوانين في حماية المستهلكين.

وعليه، تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تتعلق بفهم وتحليل دور الشركات الإلكترونية في حماية المستهلك من منظور جزائي، سواء من خلال التدابير الوقائية أو من خلال مساءلتها قانونياً عند الإخلال بتلك الالتزامات، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف، كان لا بد من التعمق في النصوص القانونية الوطنية والدولية، ودراسة مدى كفايتها لمواكبة تحديات البيئة الرقمية

المعاصرة، بالإضافة إلى استعراض النماذج العملية والتحديات التي تواجه تطبيق المسؤولية الجزائية على الشركات الإلكترونية، كل ذلك يُفضي إلى التساؤل الجوهرى الذي تسعى الدراسة للإجابة عليه، وهو: إلى أي مدى تلتزم الشركات الإلكترونية بحماية المستهلك جنائياً من خلال اتخاذ التدابير الوقائية والخضوع للمساءلة القانونية عند الإخلال بتلك الالتزامات؟

للإجابة على الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج التحليلي الوصفي باعتباره المنهج الرئيسي، حيث يركز على دراسة النصوص القانونية المنظمة لمسؤولية الشركات الإلكترونية في حماية المستهلك وتحليلها بهدف فهم كيفية تطبيق هذه النصوص في الواقع العملي، كما تم توظيف المنهج الاستقرائي لاستنتاج النتائج من الأمثلة العملية والقضايا المرتبطة، مما يساعد على ربط الجوانب النظرية بالتطبيقات العملية.

وبالإضافة إلى ذلك، تم الاستعانة بالمنهج المقارن بشكل محدود لاستعراض تجارب دولية مختارة في تنظيم المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية، بهدف الإشارة إلى أفضل الممارسات التي يمكن أن تعزز الأطر القانونية الوطنية.

للإجابة على الإشكالية المطروحة، والاعتماد على المنهج التحليلي الوصفي والمنهج الاستقرائي، مع استثمار المنهج المقارن بشكل جزئي، كان لا بد من تنظيم الدراسة بشكل منهجي يتناسب مع طبيعة الموضوع وأبعاده، ومن هنا جاءت خطة الدراسة متضمنة لمبحثين رئيسيين كما هو مبين في الآتي:

المبحث الأول: المسؤولية الوقائية للشركات الإلكترونية في الحماية الجزائية للمستهلك

قيل "درهم وقاية خير من قنطار علاج"، فالوقاية هي إحدى أهم السبل المتبعة في حماية المستهلك من حوادث الاستهلاك، فقبل أن تطرأ أية أضرار على حقوق المستهلك، يجب على الشركات الإلكترونية اتخاذ التدابير الوقائية اللازمة لضمان بيئة آمنة ومستدامة، لذا فإن دراسة المسؤولية الوقائية للشركات الإلكترونية في الحماية الجزائية للمستهلك تعد خطوة أساسية في فهم كيفية منع وقوع الانتهاكات وحماية المستهلك قبل حدوث أي أذى، وفي هذا الإطار سنتناول الأسس القانونية والآليات التي تلتزم بها الشركات لضمان حماية فعالة ووقائية للمستهلكين.

المطلب الأول: الأسس القانونية لالتزام الشركات الإلكترونية بتوفير الحماية الوقائية

لحماية المستهلك في البيئة الرقمية، يتعين على الشركات الإلكترونية الالتزام بأسس قانونية تستند إلى مبادئ عامة وتشريعات خاصة تفرض عليها مسؤوليات وقائية تجاه المستهلك، ويمكن تقسيم دراسة هذا المطلب إلى الفروع التالية:

الفرع الأول: مفهوم الحماية الوقائية وأهميتها القانونية

يتناول هذا الفرع تعريف الحماية الوقائية كإجراء استباقي يهدف إلى حماية المستهلك قبل وقوع الضرر، كما يوضح أهميتها القانونية في تعزيز الثقة بين الأطراف المتعاملة إلكترونياً، ويبرز دورها في تقليل النزاعات وتحقيق الأمان في التعاملات الرقمية.

أولاً: تعريف الحماية الوقائية للمستهلك

تُعد الحماية الوقائية أحد الأعمدة الأساسية التي تقوم عليها حماية حقوق المستهلك، حيث تهدف إلى اتخاذ التدابير اللازمة لمنع وقوع الأضرار قبل حدوثها، ومع تطور التعاملات الإلكترونية برزت أهمية هذا المفهوم كوسيلة لتعزيز ثقة المستهلك في السوق الرقمية، ولإدراك دور الحماية الوقائية بشكل أعمق، يصبح من الضروري توضيح معناها لغةً، واصطلاحاً، وقانوناً.

1- لغة:

الحماية مشتقة من الجذر "حَمَى" بمعنى الدفاع عن الشيء وصونه، يقال: حم الشيء يحميه أي منعه وصانه عن الأذى¹، أما الوقائية فهي مشتقة من الفعل "وَقَى"، ويقال حمى الشيء يقيه وقاية، أي حماه وصانه من الضرر أو الأذى²، وعليه فإن الحماية الوقائية لغوياً تعني: اتخاذ التدابير التي تمنع وقوع أي ضرر أو أذى مسبقاً.

2- اصطلاحاً:

الحماية الوقائية تعني في الاصطلاح القانوني مجموعة التدابير والإجراءات القانونية أو التقنية التي يتم اتخاذها مسبقاً لضمان حماية المستهلك من أي ضرر محتمل قد ينشأ عن استخدام المنتجات أو الخدمات المقدمة من الموردين، سواء في السياقات التقليدية أو الرقمية، وتقوم هذه الحماية على مبدأ الاستباقية، حيث تسعى إلى تقليل المخاطر وتحقيق الأمان قبل وقوع الأضرار، مثل ضمان سلامة المنتجات و الخدمات أو الالتزام بالإفصاح عن المعلومات الضرورية... الخ.

وهو تعريف نتاج تحليل واستنتاج من عدة تعريفات لباحثين مثل تعريف الدكتور محمد حسن قاسم أين عرفها على أنها: إطار قانوني استباقي يضمن عدم تعرض المستهلك للممارسات الضارة التي قد تنشأ عن التعاملات التجارية، سواء التقليدية أو الإلكترونية³، وتعريف الدكتور عبد الفتاح بيومي حجازي بأنها: الالتزامات القانونية التي تهدف إلى منع المخاطر قبل وقوعها، بما يضمن للمستهلك أمان التعاملات التجارية وسلامة المنتجات والخدمات⁴.

وكذا نتيجة استنباط من عدة مصادر قانونية ودولية تتعلق بحماية المستهلك وإن كانت لم تردها كمفهوم صريح وإنما نقهم ضمناً من القواعد القانونية التي تنظم العلاقة بين المورد والمستهلك، كالمبادئ

التوجيهية للأمم المتحدة المتعلقة بحماية المستهلك لعام 2015، والتي جاء فيها ان الحماية الوقائية تتضمن "ضمان سلامة المنتجات والخدمات، وتوفير المعلومات الكافية قبل بيعها أو تقديمها للمستهلك"⁵.

أما في القانون الفرنسي لحماية المستهلك (Code de la consommation)، فتتص المادة L.221-1 على أن الحماية تشمل "ضمان أمن المستهلك وتوفير المعلومات اللازمة لحمايته قبل التعاقد"⁶.

كما هو الحال في القانون الفرنسي والقانون النموذجي للأمم المتحدة لحماية المستهلك، يمكن استنباط مفهوم الحماية الوقائية في القانون الجزائري من النصوص التي تلزم الشركات بتدابير استباقية تتعلق بسلامة المنتجات وتوفير المعلومات الضرورية، ورغم أن القانون الجزائري لا يقدم تعريفاً اصطلاحياً أو شاملاً للحماية الوقائية، إلا أن النصوص من المواد (4، 13، 17، 19)⁷ من القانون رقم 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁸ تعكس تبنيه لمبدأ الوقاية كجزء من حماية المستهلك، ويمكن القول ان لحماية الوقائية في القانون الجزائري تعني: مجموعة التدابير القانونية والتنظيمية التي تلزم الموردين والشركات باتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان سلامة المنتجات والخدمات، وتوفير المعلومات الكافية للمستهلك، بهدف منع وقوع الأضرار وحماية حقوقه بشكل استباقي.

ثانياً: الأهمية القانونية للحماية الوقائية للمستهلك

تجلى الأهمية القانونية للحماية الوقائية في دورها المحوري في ضمان الأمن والسلامة، تعزيز الشفافية في التعاملات، تقليل النزاعات القانونية، ومواكبة المعايير الدولية، ويمكن دراسة هذه الأهمية من خلال تحليل مجموعة من الجوانب المتصلة بحقوق المستهلك، والتي يمكن عرضها كما يلي.

1- حماية حقوق المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة التعاقدية: الحماية الوقائية تُعنى بمعالجة الخلل في التوازن بين المستهلك والمورد، فالمستهلك غالباً ما يكون الطرف الضعيف نظراً لغياب الخبرة الفنية أو القانونية في التعامل مع الموردين الذين يتمتعون بقدرات اقتصادية وفنية تفوقه⁹.

2- تحقيق الأمن والسلامة: تسعى الحماية الوقائية إلى ضمان أن تكون المنتجات والخدمات التي تُقدم للمستهلك مطابقة لمعايير السلامة والجودة، مما يقلل من المخاطر التي قد تهدد صحة المستهلك أو أمانه¹⁰.

3- تعزيز الشفافية والثقة في التعاملات التجارية: تشجع الحماية الوقائية على الشفافية في إمداد المستهلك بالمعلومات الضرورية عن المنتجات والخدمات، مما يزيد من الثقة بين المستهلكين والموردين¹¹.

4-تقليل النزاعات التجارية: من خلال منع الأضرار قبل وقوعها عبر التوعية والرقابة المسبقة، تقل الحماية الوقائية من عدد النزاعات القانونية بين المستهلكين والموردين، مما يخفف العبء على القضاء.

5-مواءمة التشريعات الوطنية مع المعايير الدولية: تُعد الحماية الوقائية جزءًا من التزامات الدول تجاه الاتفاقيات الدولية المعنية بحقوق المستهلك، مثل المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة لحماية المستهلك (2015)، مما يُظهر انسجام التشريعات الوطنية مع هذه المعايير¹².

الفرع الثاني: نطاق التزام الشركات الإلكترونية بتوفير الحماية الوقائية

تلتزم الشركات الإلكترونية باتخاذ مجموعة من التدابير الوقائية التي تهدف إلى حماية حقوق المستهلك وتعزيز سلامته في التعاملات التجارية، وتُعد هذه الالتزامات محورًا أساسيًا في القوانين الوطنية والدولية المتعلقة بحماية المستهلك، حيث تنظم هذه القوانين العلاقة بين المستهلك والشركات لضمان الشفافية والجودة والسلامة، وفيما يلي أبرز الالتزامات :

1-الالتزام بالإعلام والشفافية:

تلتزم الشركات الإلكترونية بتوفير معلومات دقيقة وشفافة عن المنتجات والخدمات التي تقدمها، بما في ذلك وصف المنتج، السعر، شروط الاستخدام، وسياسات الاسترجاع...الخ، كما تفرض القوانين ضرورة إبلاغ المستهلك بأي مخاطر محتملة أو قيود تتعلق باستخدام المنتجات أو الخدمات، وهذا ما تم إيرادها في نص المادة 4 من القانون رقم 09-18 (السالف الذكر)، والتي تحث على إلزامية تزويد المستهلك بمعلومات واضحة ودقيقة عن المنتجات والخدمات لضمان اتخاذ قرارات واعية.

2-الالتزام بضمان الجودة والسلامة:

تتحمل الشركات الإلكترونية مسؤولية ضمان أن المنتجات والخدمات المقدمة مطابقة للمعايير الوطنية والدولية للجودة والسلامة، مما يقلل من المخاطر المحتملة التي قد تنجم عن استخدامها، كما تلتزم الشركات بسحب المنتجات غير المطابقة أو التي قد تشكل خطرًا على سلامة المستهلك، وهذا ما تم إيرادها في نص المادة 17 من القانون 09-18 (السالف الذكر) والتي تحث على ضرورة توفير منتجات وخدمات تضمن سلامة المستهلك، مع التأكيد على سحب المنتجات غير الآمنة من السوق.

3-حماية البيانات الشخصية والخصوصية:

تلتزم التشريعات الشركات الإلكترونية بجمع البيانات الشخصية للمستهلكين ومعالجتها بما يتماشى مع القوانين واللوائح الخاصة بحماية البيانات، ويجب على الشركات أن توفر أنظمة أمان متطورة لحماية البيانات من الاختراق أو التسريب، إضافة إلى استخدام البيانات فقط للأغراض المصرح بها، وذلك وفقًا

للمادة 5 من القانون 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص فيما يخص معالجة البيانات الشخصية¹³، التي تحت على معالجة البيانات بموافقة صاحبها ووفق مبدأ الشفافية.

4- الرقابة المسبقة على المنتجات والخدمات:

تلزم القوانين الشركات بإجراء رقابة مسبقة على المنتجات والخدمات قبل طرحها في السوق لضمان مطابقتها للمعايير القانونية، ويتضمن ذلك التعاون مع السلطات الرقابية وتقديم جميع المعلومات المطلوبة لضمان الامتثال، وهذا ما اورده المادة 19 من القانون 09-18 التي تنص على إلزامية التعاون بين الشركات الإلكترونية والجهات الرقابية لضمان التحقق من جودة المنتجات.

ومنه يمكن القول ان نطاق التزام الشركات الإلكترونية بتوفير الحماية الوقائية يشمل مجموعة واسعة من التدابير القانونية التي تهدف إلى حماية المستهلك من المخاطر المحتملة، وتستند هذه الالتزامات إلى قوانين وطنية مثل القانون 09-18 في الجزائر، وكذلك إلى معايير دولية تعزز شفافية التعاملات الإلكترونية وضمان جودة وسلامة المنتجات والخدمات.

المطلب الثاني: الدور الوقائي للشركات الإلكترونية في الحماية الجزائية للمستهلك

تمثل الشركات الإلكترونية إحدى أهم الفاعلين الاقتصاديين في العصر الرقمي، حيث تعد منصات لتقديم الخدمات وعرض المنتجات، ومع التطور السريع في التجارة الإلكترونية، برزت تحديات تتعلق بحماية حقوق المستهلك، خصوصاً في مجال سلامة المنتجات والخدمات المقدمة، وضمان التزام هذه الشركات بالمعايير والمواصفات القانونية المقررة.

إن لالتزام الشركات الإلكترونية بتطبيق التدابير الوقائية أهمية كبرى، لا تقتصر فوائدها على ضمان سلامة وأمان المستهلك فحسب، بل تمتد أيضاً إلى حماية الشركة نفسها من الملاحقات الجزائية، وذلك في حال تقيدها بالمعايير والإجراءات الوقائية المفروضة، فالشركة الإلكترونية كونها المطلع الوحيد على تفاصيل منتجاتها وخدماتها الرقمية، تتحمل المسؤولية الأكبر في الوقاية من الأضرار التي قد تلحق بالمستهلكين، إلا أن تحقيق هذا الدور يتطلب إطاراً قانونياً وتنظيماً فعالاً يضبط عمل هذه الشركات، ويضعها تحت رقابة مستمرة لضمان الامتثال للمعايير الوطنية والدولية ذات الصلة.

في هذا السياق، نسعى إلى تحليل هذا الدور من خلال التطرق إلى الالتزام بالمواصفات والمعايير المرعية الإجراء (الفرع الأول)، ثم استعراض الآليات الوقائية التي يمكن أن تعتمد عليها الشركات الإلكترونية لتقاضي الملاحقة الجزائية وضمان حماية حقوق المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: التزام الشركات الإلكترونية بالمواصفات والمعايير المرعية الإجراء

تعد المواصفات والمعايير من أهم أدوات الحماية الوقائية للمستهلك، حيث تلزم الشركات الإلكترونية بضمان أن السلع والخدمات التي تقدمها تتوافق مع معايير الجودة والسلامة الوطنية والدولية، وفي هذا السياق يُعتبر المحترف الإلكتروني مسؤولاً عن تطبيق معايير الأمان والجودة على جميع المنتجات والخدمات الرقمية التي يقدمها، فعلى سبيل المثال إذا كانت الشركة تقدم خدمات التجارة الإلكترونية، فعليها ضمان سلامة المعاملات المالية، وأمان المنتجات المباعة، وتوافقها مع المتطلبات الصحية والقانونية، لكن ما مدى التزام الشركات الإلكترونية بالمواصفات والمعايير المرعية للإجراء؟ وما هو وضعها القانوني في هذا السياق؟ وهل توجد جهات رقابية تنظم عمل هذه الشركات وتضبط إنتاجها لضمان التزامها بمعايير السلامة والجودة، بما يحقق حماية المستهلك ويجنبها الملاحقة القانونية؟

أولاً: المرجع الوطني في تحديد المواصفات والمعايير

تعد قوانين حماية المستهلك الركيزة الأساسية لفرض الالتزامات الوقائية على الشركات الإلكترونية، حيث تحدد هذه القوانين واجبات الشركات تجاه المستهلكين، وفي الجزائر يشكل القانون رقم 09-03، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 (السالف الذكر)، الإطار الأساسي لحماية المستهلك من المخاطر المرتبطة بالتعاملات التجارية بما فيها الإلكترونية¹⁴، وكذا قانون التجارة الإلكترونية (القانون رقم 18-05)¹⁵ الذي ينظم العلاقات التجارية عبر الوسائط الإلكترونية ويلزم الشركات بضمان الشفافية وحماية المستهلك.

إضافة الى الهيئة الجزائرية للاعتماد (ALGERAC)¹⁶ وهي الجهة الوطنية المسؤولة عن ضمان نزاهة وكفاءة أنشطة التقييم المطابقة للمواصفات والمعايير في الجزائر، تتمثل مهامها الرئيسية في اعتماد هيئات التقييم مثل مختبرات الفحص والمعايرة، وهيئات إصدار الشهادات، وجهات التفتيش، بما يضمن توافق عملها مع المعايير الوطنية والدولية، وتعمل الهيئة على تعزيز الثقة في نتائج الفحوصات والتقارير والشهادات الصادرة عن هذه الهيئات، مما يساهم في تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة في السوق الوطنية، كما تضطلع بدور أساسي في تحسين تنافسية المنتجات الجزائرية على المستوى الدولي، من خلال التأكد من أن عمليات التقييم والاعتماد تلبي المتطلبات العالمية، إضافة إلى ذلك، تساهم الهيئة في دعم الاقتصاد الوطني عبر ترقية الممارسات الصناعية والتجارية وضمان مطابقة المنتجات والخدمات لمعايير الجودة والسلامة، بما يعزز حماية المستهلك والبيئة¹⁷.

هنالك ايضا المعهد الجزائري للتوحيد القياسي (IANOR)¹⁸ وهو الجهة المسؤولة عن وضع وتطوير المواصفات والمقاييس الوطنية، ويهدف إلى ضمان جودة المنتجات والخدمات وحماية المستهلك وتعزيز التنافسية الاقتصادية، يقوم المعهد بوضع المواصفات القياسية الوطنية وتطويرها بشكل دوري بما يتماشى مع التقدم التكنولوجي واحتياجات السوق، كما يضطلع بدور هام في الإشراف على تطبيق

المواصفات، من خلال دعم المؤسسات في تبني المعايير والتأكد من الالتزام بها، ومن بين مهامه الرئيسية منح شارة المطابقة للمنتجات والخدمات التي تستوفي المواصفات القياسية، مع الإشراف على استخدامها لضمان المصادقية، إلى جانب ذلك يعمل المعهد على نشر المواصفات وتوعية الفاعلين الاقتصاديين بها، من خلال تنظيم دورات تدريبية وورش عمل¹⁹.

ثانيا: المرجع الدولي في تحديد المواصفات والمعايير

تعتبر المنظمة الدولية للتوحيد القياسي (ISO) من أبرز المراجع الدولية التي تساهم في تحديد المواصفات والمقاييس التي تضمن سلامة وجودة المنتجات والخدمات على مستوى عالمي، تعمل المنظمة على وضع معايير تهدف إلى تحسين الجودة والسلامة وحماية البيئة، مما يعزز ثقة المستهلك في السلع المتداولة في الأسواق العالمية²⁰، من خلال معاييرها مثل ISO 9001 لإدارة الجودة²¹، و ISO 22000 للسلامة الغذائية²²، تساهم ISO في تحسين الأداء الصناعي والخدماتي وضمان التزام الشركات بتقديم منتجات تلبي أعلى معايير الجودة، كما تساهم معايير ISO 14001 في تعزيز المسؤولية البيئية²³، مما يساهم في تقليل التأثيرات السلبية على البيئة، بالإضافة إلى ذلك، فإن الالتزام بهذه المعايير يسهل التجارة الدولية من خلال توفير أسس عادلة للمنافسة بين الشركات، ويعمل على مكافحة الغش والتلاعب في المنتجات، مما يحمي المستهلكين من المخاطر المحتملة²⁴. وفي الجزائر تساهم ISO في تحديث القطاع الصناعي وضمان جودة المنتجات المحلية والدولية، مما يعزز فرص التصدير ويساهم في تحسين سمعة الصناعة الجزائرية.

الفرع الثاني: اليات الحماية الوقائية للمستهلك في البيئة الالكترونية

تعد الرقابة الوقائية وآليات الامتثال القانوني من الأدوات الأساسية التي تعتمد عليها الدول لضمان حماية المستهلك وتعزيز ثقته في المعاملات التجارية، لا سيما في ظل تزايد النشاط التجاري الإلكتروني، فمع التطور السريع للتجارة الإلكترونية، برزت الحاجة إلى آليات فعالة لمراقبة نشاط الشركات الإلكترونية والتحقق من امتثالها للأنظمة والقوانين ذات الصلة، بما يضمن سلامة المنتجات والخدمات المقدمة وحماية حقوق المستهلكين.

ومن هذا المنطلق، تبنت الدولة الجزائرية على غرار الدول الاخرى مجموعة من الآليات الوقائية التي تهدف الى حماية المستهلك، وضمان سلامة المحتوى والخدمات المقدمة في البيئة الرقمية، ومهما تعددت هذه الهيئات وتنوعت اختصاصاتها سواء كانت هذه الهيئات استشارية تقدم التوصيات والاقتراحات للسلطات العامة²⁵، أو إدارية ذات طبيعة تنفيذية، تعمل على مراقبة بالالتزام بالقوانين²⁶، فإن دورها

الأساسي يبقى واحداً، وهو تعزيز الرقابة الوقائية على الشركات الإلكترونية لحماية المستهلك، وذلك من خلال ما يلي:

1- مراقبة الامتثال القانوني والتنظيمي:

تعمل الهيئات الرقابية على متابعة التزام الشركات الإلكترونية بالقوانين الوطنية، مثل قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-2005²⁷، الذي يلزم الشركات بتسجيل أنشطتها قانونياً والحصول على التراخيص اللازمة، وتشمل هذه الرقابة التحقق من صحة المعلومات التي تعرضها الشركات عن منتجاتها وخدماتها، مثل الأسعار، المواصفات، وشروط البيع، كما تسعى لضمان أن تكون هذه اللوائح مطبقة بفعالية عبر متابعة مستمرة لأنشطة الشركات والمؤسسات الرقمية.

2 - مراقبة الشركات والمنصات الرقمية:

الرقابة الإلكترونية تستلزم وجود آليات متابعة دقيقة للشركات والمنصات العاملة في المجال الرقمي، حيث لا يكفي وضع القوانين فقط، بل يجب التأكد من تطبيقها عبر آليات مراقبة مثل التحقيقات، والتقارير الدورية، والتفتيش²⁸، فعندما تقوم شركة بجمع بيانات المستخدمين دون الحصول على إذن صريح مثلاً، تتدخل الهيئات الرقابية للتحقق من هذا السلوك واتخاذ الإجراءات اللازمة لتصحيح الوضع.

3- فرض العقوبات على المخالفين:

لضمان الجدية في الالتزام بالقوانين، تمنح الأنظمة الهيئات الرقابية سلطات واسعة تشمل فرض غرامات مالية، ووقف النشاط، وحتى سحب التراخيص من الشركات المخالفة²⁹، هذا الدور الردعي يُعتبر أداة رئيسية للحفاظ على النظام في الفضاء الإلكتروني، فمثلاً إذا ما اثبت أن منصة إلكترونية تستغل بيانات المستخدمين لأغراض تجارية غير مشروعة، يمكن أن تُفرض عليها عقوبات كبيرة تشمل الغرامات وإزالة المحتوى المخالف.

4- تعزيز الشفافية والثقة في البيئة الرقمية:

الهيئات الرقابية تساهم في بناء بيئة رقمية تعتمد على الشفافية، من خلال فرض القواعد التي تلزم الشركات بالإفصاح عن سياساتها المتعلقة بجمع البيانات، وأسعار الخدمات، وأي شروط أخرى³⁰، هذا الدور يعزز من ثقة المستهلكين في التعامل مع المنصات الرقمية، ويجعل الفضاء الإلكتروني أكثر أماناً للجميع.

5- متابعة ومعالجة الشكاوى والمخالفات:

تتيح الهيئات الرقابية قنوات مخصصة لتلقي شكاوى المستهلكين بخصوص المخالفات التي قد يرتكبها التجار الإلكترونيون، مثل التلاعب بالأسعار أو الاحتيال³¹، بعد تلقي الشكاوى، تقوم الهيئات بإجراء تحقيقات شاملة واتخاذ الإجراءات القانونية بحق الشركات المخالفة، مثل فرض الغرامات أو تعليق الأنشطة التجارية³².

6- نشر التوعية والتثقيف:

تلعب الهيئات الرقابية دوراً وقائياً يتمثل في تحسيس و توعية المستهلك بحقوقه وكيفية التعامل الآمن مع المواقع الإلكترونية، ويتم ذلك من خلال تنظيم حملات إعلامية وبرامج تثقيفية لزيادة الوعي حول أهمية قراءة شروط البيع، والتحقق من مصداقية المواقع الإلكترونية قبل إجراء المعاملات³³، هذا الجانب الوقائي يساعد المستهلكين على اتخاذ قرارات شراء مستنيرة، مما يساهم في تقليل التجاوزات.

من خلال هذه الأدوار، تعمل الهيئات الرقابية على تنظيم السوق الإلكتروني، حماية حقوق المستهلكين، وتعزيز الثقة في التعاملات التجارية عبر الإنترنت، مما يضمن استدامة النشاط التجاري الإلكتروني في بيئة آمنة ومنظمة.

المبحث الثاني: المسؤولية الجزائية للشركات الالكترونية في حالة الاخلال بحماية المستهلك

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية في حالات الإخلال بحماية المستهلك، حيث سيتم تناول في المطلب الأول الأحكام المتعلقة بإسناد هذه المسؤولية، مع تحديد الشروط القانونية التي تترتب عليها، أما في المطلب الثاني، فسوف نناقش الآثار القانونية الناجمة عن قيام هذه المسؤولية، بما في ذلك العقوبات والإجراءات المقررة قانوناً

المطلب الاول: احكام اسناد المسؤولية الجزائية للشركات الالكترونية

تعتبر الشركات الإلكترونية من أبرز فئات الشركات التي ظهرت مع التطور التكنولوجي والرقمي، وتلعب دوراً مهماً في الاقتصاد العالمي والمحلي، ومع هذه الأهمية يظهر التحدي في مواجهة الجرائم التي قد ترتكبها الشركات الإلكترونية، سواء كانت تتعلق بالتجارة الإلكترونية أو بانتهاك حقوق المستهلكين، لذا فإن دراسة أحكام إسناد المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية تتطلب التعرف على الإطار القانوني الذي يحدد كيفية تحميل المسؤولية الجزائية لهذه الشركات، إلى جانب الشروط اللازمة لقيام هذه المسؤولية .

الفرع الاول: المرجع القانوني لإسناد المسؤولية الجنائية للشركات الالكترونية

كما هو الحال مع الشركات التجارية التقليدية، فإن المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية تعتمد على القواعد القانونية المنظمة للشخص المعنوي في النظام الجزائري، ورغم أن المشرع الجزائري لم يتناول في نصوص صريحة الشركات الإلكترونية، إلا أن نفس المبادئ التي تحكم الشركات التجارية قابلة

للتطبيق على الشركات الإلكترونية، استناداً إلى قانون العقوبات الجزائري 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004³⁴ حين اقر بالمسؤولية الجزائية للأشخاص المعنوية بموجب المادة 51 مكرر من قانون العقوبات، والتي تنص على أن الشخص المعنوي يكون مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين. ورغم ان نص المادة جاء عاماً، ولم يميز بين أنواع الشركات التجارية، ما يعني أن الشركات الإلكترونية يمكن أن تندرج تحت هذا الإطار إذا كانت تتمتع بالشخصية المعنوية.

ويستند في ذلك ايضا ان الأنشطة الإلكترونية جزء من النشاط التجاري فالشركات الإلكترونية هي شركات تجارية تمارس أنشطتها عبر الوسائط الرقمية، وبالتالي تُخضعها القوانين ذاتها التي تنظم الشركات التجارية التقليدية، اضافة الى ان البيئة القانونية الحديثة و مع التطور الرقمي، من المنطقي قانونياً أن تمتد المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية، خاصة في الجرائم المتعلقة بحماية البيانات، الاحتيال الإلكتروني، أو انتهاك حقوق المستهلك.

ومن ثم يمكن القول انه على الرغم من غياب نصوص صريحة بشأن الشركات الإلكترونية، فإن الأحكام المتعلقة بمسؤولية الأشخاص المعنوية في القانون الجزائري تشملها ضمناً، ما لم يكن هناك تمييز في النصوص أو تطورات تشريعية تستثنيها أو تحدد نظاماً خاصاً بها.

وفي سياق تنظيم المسؤولية الجزائية للشركات التجارية أصدر أيضا في الوقت ذاته القانون رقم 04-14 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم لقانون الإجراءات الجزائية³⁵، ووضع من خلاله الشروط والكيفيات والإجراءات الواجب إتباعها في سير الدعوى الجزائية في حق الشخص المعنوي من خلال المواد 65 مكرر 1 و 65 مكرر 2، وبإقراره لهذا المبدأ يكون المشرع قد سلك نهج المشرع الفرنسي تماما، وبهذا فإن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي تتقرر للأشخاص التي تتمتع بالشخصية المعنوية³⁶، مع استثناء الأشخاص الخاضعين للقانون العام، مثل الدولة والجماعات المحلية، ليصبح المخاطبون هنا هم الأشخاص المعنوية الخاضعة للقانون الخاص، بغض النظر عن أهدافها الربحية أو الخيرية³⁷.

أما فيما يتعلق بالشركات الإلكترونية التي لا تتمتع بالشخصية المعنوية، كالمشاريع الفردية عبر الإنترنت أو المواقع في مرحلة الإنشاء، فقد استُبعدت من نطاق تطبيق المادة 51 مكرر، فلا يمكن إسناد المسؤولية الجزائية لشركة إلكترونية لم تكتسب الشخصية المعنوية بعد، وفي المقابل إذا ارتكبت جرائم باسم الشركة الإلكترونية خلال فترة التصفية أو أثناء استمرار شخصيتها المعنوية، فإن المسؤولية الجزائية تبقى قائمة وفقاً للمادة 51 مكرر، إذ تحتفظ الشركة في هذه المرحلة بوضعها القانوني كشخص معنوي³⁸.

الفرع الثاني: شروط قيام المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية

حددت المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري الشروط الأساسية لانعقاد المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي، وهي شروط يمكن إسقاطها على الشركات الإلكترونية، وتشمل هذه الشروط:

أولاً: ارتكاب الجريمة من طرف أحد أجهزة الشركة الإلكترونية أو ممثليها الشرعيين

تشير المادة 51 مكرر بوضوح إلى أن الجريمة المنسوبة للشركة التجارية يجب أن تكون قد ارتكبت من أحد أجهزتها أو ممثليها الشرعيين، أما الأشخاص الآخرون العاملون في الشركة، بما فيهم الموظفون العاديون، فلا تسأل الشركة عن الجرائم التي يرتكبونها حتى لو كانت لحسابها، ويحاسبون عنها شخصياً³⁹.

في هذا السياق، يعتبر ممثلو الشركات الإلكترونية من بين الفئات الأساسية الخاضعة لأحكام المسؤولية الجزائية، ويشمل ذلك المدير التنفيذي أو من يتمتع بالتفويض القانوني لتمثيل الشركة، وتنص الفقرة الثانية من المادة 65 مكرر 2 من قانون الإجراءات الجزائية الجزائري على تعريف الممثل القانوني بأنه: "الشخص الطبيعي الذي يخوله القانون أو القانون الأساسي للشخص المعنوي تفويضاً لتمثيله"، وبذلك تشمل الصفة القانونية المدير التنفيذي، المسؤول التقني، أو أي مسؤول آخر مفوض بمهام الإدارة في الشركة الإلكترونية، وعليه لا يمكن تحميل الشركة الإلكترونية المسؤولية الجزائية عن الجرائم التي يرتكبها الأشخاص غير المفوضين بتمثيلها، على سبيل المثال إذا ارتكب أحد مديري الفرق أو المشرفين في الشركة الإلكترونية أفعالاً غير قانونية، فلا تسأل الشركة إلا إذا كان هذا الشخص يتمتع بالتفويض القانوني أو الاتفاقي لتمثيلها.

ثانياً: ارتكاب الجريمة لحساب الشركة الإلكترونية

لتقوم المسؤولية الجزائية عن الشركات الإلكترونية، يجب أن يكون الفعل الجرمي قد ارتكب لحساب هذه الأخيرة، وفقاً لما نصت عليه المادة 51 مكرر ق.ع: "...يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي ترتكب لحسابه..."، بمعنى أن تُرتكب الجريمة لصالح الشركة بهدف تحقيق منفعة مادية أو معنوية لها. وإذا كانت الجريمة تهدف لمصلحة شخصية أو للإضرار بالشركة، فلا يمكن تحميلها المسؤولية الجزائية، حيث يُشترط أن تكون الأفعال المرتكبة ضمن نطاق عملها وموجهة لخدمتها.

ويقصد بعبارة "لحساب الشخص المعنوي" أن تكون الجريمة قد ارتكبت بهدف تحقيق مصلحة للشركة الإلكترونية، سواء أن يكون الجرم المرتكب موجهاً لتحقيق منفعة أو مصلحة تعود عليها بشكل مباشر أو غير مباشر، يمكن أن تتجسد هذه المصلحة في زيادة أرباح الشركة⁴⁰، تحسين أدائها في السوق الرقمي، أو تحقيق مكاسب معنوية كتعزيز سمعتها أو تقوية حضورها الإلكتروني، ويشترط أن تكون الجريمة مرتبطة بنشاط الشركة الإلكتروني أو أهدافها التجارية، مثل التوسع في الخدمات الرقمية أو تجاوز قيود تؤثر على أعمالها عبر الإنترنت، أما إذا كان الفعل الجرمي يهدف إلى تحقيق مصالح شخصية

للفاعل، كتوظيف موارد الشركة لتحقيق أغراض فردية، فإن الشركة تُعتبر ضحية وليست مسؤولة⁴¹، وبالتالي فإن وجود علاقة واضحة بين الجريمة والمصلحة التي تعود على الشركة الإلكترونية يشكل الأساس لتحديد مسؤوليتها الجزائية.

المطلب الثاني: اثار قيام المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية

عندما تثبت المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية بصفاتها كيانًا معنويًا واقتصاديًا، تظهر آثار قانونية متعددة يمكن توضيحها كالتالي:

الفرع الاول: ازدواج المسؤولية الجزائية بين الشركة الإلكترونية وممثلها القانونيين

تشير المادة 51 مكرر من قانون العقوبات الجزائري إلى أن المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تُعفى الشخص الطبيعي من المساءلة عن الأفعال ذاتها، سواء كفاعل أصلي أو شريك، يعني هذا أن الشركات الإلكترونية باعتبارها أشخاصًا معنويين، قد تُحاسب جزائيًا إلى جانب الأفراد الذين يمثلونها قانونيًا، والسبب يعود إلى أن قيام المسؤولية الجزائية للشركة يتطلب تدخل شخص طبيعي لارتكاب الفعل لصالحها، لذلك لا يُعفى الشخص الطبيعي من المسؤولية حتى لو ارتكب الفعل لحساب الشركة⁴².

المشرع الجزائري لم يُميز بين الجرائم العمدية وغير العمدية، وأقر مبدأ الازدواجية كقاعدة عامة، ومع ذلك قد تتحمل الشركة وحدها المسؤولية في حالات استثنائية، مثل وفاة الشخص الطبيعي، أو استحالة تحديد الفاعل، أو وجود موانع قانونية تحول دون ملاحقة الشخص الطبيعي⁴³.

الفرع الثاني: النظام العقابي المطبق على الشركات الإلكترونية

فرض المشرع الجزائري عقوبات على الشركات التجارية، تنقسم إلى عقوبات أصلية وأخرى تكميلية، ويمكن توضيحها كالتالي:

اولا: الغرامة كعقوبة أصلية الغرامة

هي العقوبة الأساسية المفروضة على الشركات الإلكترونية، وتتمثل في غرامة مالية تهدف إلى تقويض الذمة المالية للشركة ومنعها من الاستفادة من الجرائم الاقتصادية، وقد وضع القانون حدودًا دنيا وعليا للغرامات، حيث تصل إلى 2,000,000 دينار جزائري ف الجنايات المعاقب عليها بالإعدام أو السجن المؤبد، وحد أقصى يبلغ 1,000,000 دينار جزائري للجنايات التي يُعاقب عليها بالسجن المؤقت، وحد أقصى يبلغ 500,000 دينار جزائري للجرح⁴⁴.

وفي جرائم خاصة مثل إصدار شيك بدون رصيد⁴⁵ أو تبويض الأموال⁴⁶، يتم تحديد الغرامة بمقادير معينة، حيث يجب ألا تقل عن قيمة معينة مرتبطة بخطورة الجريمة أو نوعها.

ثانيا: العقوبات التكميلية

تتضمن العقوبات التكميلية إجراءات تؤثر على الذمة المالية أو نشاط الشركة، منها مصادرة الأموال والممتلكات، إغلاق الموقع الإلكتروني أو حجب أحد فروع النشاط لفترة لا تتجاوز 5 سنوات، منع الشركة من ممارسة النشاط الإلكتروني أو التجاري لمدة تصل إلى 5 سنوات، وكذلك الإقصاء من الصفقات العمومية لفترة ذاتها.

الفرع الثالث: النظام الإجرائي الخاص بالشركات الإلكترونية

يُعتبر النظام الإجرائي للشركات الإلكترونية محورياً مهماً في تنظيم التعامل مع الجرائم المرتبطة بها، حيث يتناول الجوانب المتعلقة بتحديد قواعد الاختصاص المحلي، وكيفية تحريك الدعوى العمومية، وآليات تمثيل هذه الشركات أثناء المحاكمة، بما يضمن التوازن بين حماية الحقوق ومساءلة الكيانات الرقمية.

أولاً: قواعد الاختصاص المحلي

وفق المادة 65 مكرر 1 من قانون الإجراءات الجزائية، تُحدد الجهة القضائية المختصة بمحاكمة الشركة الإلكترونية بناءً على مكان ارتكاب الجريمة أو مقر الشركة، وإذا كانت الشركة متهمّة إلى جانب أشخاص طبيعيين، تُحال القضية إلى الجهة القضائية التي يتبعها مكان إقامة الشخص الطبيعي أو مكان إلقاء القبض عليه.

ثانياً: طرق تحريك الدعوى العمومية

بخصوص آليات تحريك الدعوى العمومية ضد الشركات كشخص معنوي فإنها تشابه الطرق المطبقة على الأشخاص الطبيعيين، حيث تختلف تبعاً لنوع الجريمة المرتكبة، سواء كانت جنابة أو جنحة، ويلاحظ أن حق تحريك الدعوى العمومية في التشريع الجزائري لا يقتصر فقط على النيابة العامة، كما يمكن للطرف المتضرر رفعها ضمن شروط محددة في قانون الإجراءات الجزائية.

وقد نص القانون على أن النيابة العامة تُباشر الدعوى لتحقيق العدالة⁴⁷، كما يمكن تحريكها تلقائياً في بعض الجرائم، مثل المضاربة غير المشروعة عبر المنصات الرقمية⁴⁸، بالإضافة إلى ذلك يجوز للجمعيات الوطنية الناشطة في حماية المستهلك أو المتضررين من الجرائم الإلكترونية اتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة⁴⁹.

ثالثاً: تمثيل الشركة الإلكترونية أثناء المحاكمة

يتطلب القانون تمثيل الشركات الإلكترونية أثناء الدعوى العمومية من قبل شخص طبيعي، سواء كان ممثلاً قانونياً أو قضائياً.

أ- الممثل القانوني :

وفقاً للمادة 65 مكرر 2 من قانون الإجراءات الجزائية، يتولى الممثل القانوني تمثيل الشركة إذا كان يحمل هذه الصفة عند بدء الدعوى، بغض النظر عن وقت وقوع الجريمة، ويُعتبر الممثل القانوني أي شخص طبيعي يُفوضه القانون أو النظام الأساسي للشركة بذلك⁵⁰، وإذا تغيّر الممثل خلال الإجراءات، يُبلغ خلفه الجهة القضائية بالتغيير⁵¹.

ب- الممثل القضائي:

تُعين المحكمة ممثلاً قضائياً للشركة في حالتين وفق المادة 65 مكرر 3:

1- إذا كانت الشركة وممثليها القانوني متهمين معاً، مما يؤدي إلى تضارب المصالح.

2- في حالة غياب الممثل القانوني، كفراره أو عدم وجوده .

في هذه الحالات، يُعين ممثل من مستخدمي الشركة بناءً على طلب النيابة العامة، بخلاف القانون الفرنسي الذي يسمح بتعيين ممثل من خارج الشركة، وتضمن هذه الأحكام تمثيلاً قانونياً للشركات الإلكترونية أمام القضاء، مما يحفظ مصالحها وحقوقها⁵².

الخاتمة

في الختام، يمكن القول إن الشركات الإلكترونية ملزمة ليس فقط بالامتثال للمعايير الوقائية، بل أيضاً بتحمل المسؤولية الجزائية عند الإخلال بها، وبالتالي ينبغي إرساء توازن دقيق بين الإجراءات الوقائية والملاحقة القانونية، بما يعزز حماية المستهلك ويضمن استدامة التجارة الإلكترونية في بيئة آمنة وعادلة.

النتائج:

1- المسؤولية الجزائية للشركات الإلكترونية تعد أداة حاسمة لضمان حماية المستهلك، خاصة في ظل المخاطر التي قد تنشأ من المعاملات الرقمية.

2- تفعيل الوقاية من خلال التزام الشركات بالشفافية وحماية بيانات المستهلك يشكل خط دفاع أساسي ضد المخالفات.

3- الملاحقة الجزائية لا تقتصر على معاقبة الشركات المخالفة، بل تساهم في تعزيز الثقة في البيئة الرقمية.

4- ضرورة تنسيق الجهود بين المشرعين، الهيئات التنظيمية، والشركات الإلكترونية لضمان فعالية حماية المستهلك.

5-التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية ما تزال في حاجة إلى التحديث بما يتماشى مع التطور السريع في مجال التكنولوجيا.

التوصيات:

1-تحسين الإجراءات الوقائية من خلال: -تعزيز الشفافية في السياسات والشروط، تطوير أنظمة حماية البيانات الشخصية، تبني إجراءات لتقييم المخاطر والامتثال، بالإضافة الى تدريب العاملين وتنظيم حملات توعية للمستهلكين.

2-تعزيز الملاحقة الجزائية من خلال: توسيع نطاق المسؤولية الجزائية لتشمل منصات الوساطة، فرض عقوبات رادعة ومرنة تتناسب مع حجم المخالفة، تعزيز التنسيق بين الهيئات القضائية والتنظيمية، تشديد الرقابة على الشركات الأجنبية، وايضا استخدام التكنولوجيا في التحقيقات والملاحقة.

3- إنشاء إطار قانوني متكامل من خلال: تحديث التشريعات بانتظام لتواكب تطور التجارة الإلكترونية، وكذا إنشاء محاكم مختصة للقضايا الإلكترونية وحماية المستهلك.

4-تعزيز الثقافة القانونية لدى المستهلكين من خلال: إطلاق حملات توعية حول حقوق المستهلكين في التجارة الإلكترونية

الهوامش:

¹-ابن منظور، لسان العرب، ط.1، ج 14، دار صادر، بيروت، 1955، ص161.

²-مرجع نفسه، ج15، ص403

³- محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد- قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع الاشارة لقواعد القانون الأوروبي، ط.1، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2005، ص55.

⁴-عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، ط.1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2006، ص182.

⁵-المبادي التوجيهية لحماية المستهلك، مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، نيويورك وجنيف، 2015،

<https://unictad.org>

⁶ -L'article L.221-1 du Code de la consommation français stipule que les dispositions du chapitre Ier, relatives à la protection des consommateurs dans le cadre des contrats conclus à distance et hors établissement, s'appliquent aux contrats conclus entre des professionnels et des consommateurs. Ces dispositions visent à garantir les droits des consommateurs lors de la conclusion de tels contrats,

en imposant notamment des obligations d'information précontractuelle et en prévoyant un droit de rétractation.

Pour consulter le texte intégral et à jour de cet article, vous pouvez vous référer au site officiel de Légifrance : [Article L.221-1 du Code de la consommation](#).

- ⁷-تنص المادة 4 من القانون 18-09 على حق المستهلك في الحصول على معلومات دقيقة وواضحة بشأن المنتجات والخدمات التي يشتريها، وكذلك الحق في أن يكون على علم بكل المعلومات التي تهمه عند إتمام عملية شراء أي منتج أو خدمة.
- وتؤكد المادة 13 على أن السلطات المختصة والهيئات الرقابية يجب أن تتدخل مسبقاً لضمان حماية المستهلك من الممارسات التجارية الضارة.
- اما المادة 17 تم التأكيد على ضرورة أن تكون المنتجات والخدمات آمنة وقابلة للاستخدام من دون تعريض صحة المستهلك للخطر، هذا يتم تحديده من خلال فحص وتقييم المنتجات وفقاً للمعايير المعتمدة.
- اما تشير المادة 19 إلى أهمية التوعية المستمرة للمستهلك حول حقوقه وطرق الحماية المتاحة له.
- ⁸-المؤرخ في 10 يونيو 2018، يعدل ويتم القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ع.35، المؤرخة في 13 يونيو 2018.
- ⁹-عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الاول، ط.1، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1981، ص117.
- ¹⁰-المواد 17 و18 من القانون 18-09 السالف الذكر.
- ¹¹- المادة 4 من نفس القانون.
- ¹²- المبادئ التوجيهية للأمم المتحدة لحماية المستهلك، الجمعية العامة للأمم المتحدة، القرار 70/186، المؤرخ في 22 ديسمبر 2015.
- ¹³-المؤرخ في 10 يونيو 2018، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 34، الصادر بتاريخ 20 يونيو 2018.
- ¹⁴- المادة 3: تنص على أن المورد ملزم بضمان سلامة المستهلك وحمايته من أي ضرر يمكن أن ينشأ عن المنتجات أو الخدمات المقدمة.
- المادة 4: تؤكد على إلزامية تقديم المعلومات الدقيقة حول المنتجات والخدمات.
- المادة 17: تلزم الموردين بضمان جودة المنتجات ومطابقتها للمعايير القانونية.
- ¹⁵-المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر.ع.28، المؤرخة في 16 مايو 2018.
- ¹⁶-انشتت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-466 المؤرخ في 4 ذو القعدة 1426 الموافق لـ 6 ديسمبر 2005، وهي مؤسسة عامة ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تخضع تحت وصاية وزارة الصناعة، بحث بعنوان الهيئة الجزائرية للاعتماد الجبراك، منشور على الموقع: <https://www.industrie.gov.dz>، تاريخ الاطلاع عليه: 2025/01/10، على الساعة 11:44.

- ¹⁷ - الموقع الرسمي للهيئة الجزائرية للاعتماد، متاح على www.algerac.dz، تم الاطلاع عليه في 2025/01/10، على الساعة 12:35.
- ¹⁸ - انشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المؤرخ في 21 فبراير 1998 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 11-20 لعام 2011، وهو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي تجاري تحت اشراف وزارة الصناعة . بحث بعنوان: المعهد الجزائري للقياس IANOR ، منشور على الموقع: <https://www.industrie.gov.dz>، تاريخ الاطلاع عليه: 2025/01/10، على الساعة 11:55.
- ¹⁹ - الموقع الرسمي للمعهد الجزائري للتوحيد القياسي (ianor)، "المهام والأنشطة"، متاح على : www.ianor.dz ، تم الاطلاع عليه 2025/01/10، على الساعة 11:56. وتقارير وزارة الصناعة الجزائرية ، "التقرير السنوي للأنشطة المتعلقة بالتوحيد القياسي، متاح على الموقع: www.mdipi.gov.dz ، تم الاطلاع عليه في 2025/01/10، على الساعة 12:20. و المادة 3 من القانون 04-16 المؤرخ في 19 يونيو 2016، يعدل ويتم القانون 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والمتعلق بالقياس، ج.ر.ع 37، المؤرخة في 22 يونيو 2016.
- ²⁰ -جولي شاهين حصني، الحماية الجزائرية للمستهلك-السبل والحلول المستحدثة في القانون رقم 2005/659، ط.1، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2013، ص 64-65.
- ²¹ ISO 9001:2015 — Quality management systems — Requirements," International Organization for Standardization, available at: <https://www.iso.org/standard/62085.html>.
- ²² ISO 22000:2018 — Food safety management systems — Requirements for any organization in the food chain," International Organization for Standardization, available at: <https://www.iso.org/standard/65464.html>.
- ²³ ISO 14001:2015 — Environmental management systems — Requirements with guidance for use," International Organization for Standardization, available at: <https://www.iso.org/standard/60857.html>.
- ²⁴ - جولي شاهين حصني، مرجع سابق، ص 65-67.
- ²⁵ -قد تكون اجهزة الدولة استشارية عندما يكون دورها الاستشارة في المسائل القانونية، وحينها يتجسد دورها في ابداء الرأي سواء للمستهلكين أو للأجهزة الادارية عندما تمارس دورها في الحماية عن طريق إعلامه أو عن طريق الوسائل التقنية.
- ²⁶ - تشير إلى المؤسسات الرسمية التي تتمثل وظيفتها الأساسية في تطبيق قوانين حماية المستهلك، وضمان الامتثال للمعايير والشروط التي تحمي مصالح المواطنين، تقوم هذه الأجهزة بعدة مهام استباقية للحيلولة دون وقوع الضرر على المستهلك، منها الهيئات والمؤسسات التابعة لوزارة التجارة، وعادة ما يكون هناك تنسيق وتعاون في مجال حماية المستهلك وأمنه مع عدة هيئات تابعة لوزارات أخرى كوزارة الصحة، الداخلية، الدفاع.. الخ.
- ²⁷ -المؤرخ في 10 مايو 2018، الجريدة الرسمية العدد 28، المؤرخة في 16 مايو 2018.

- ²⁸-خلاف وردة، دور الرقابة الالكترونية في مكافحة الفساد، المجلة الجزائرية لدراسات التاريخية والقانونية، المجلد 6، العدد 3، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، الجزائر، 2021، ص 57-67.
- ²⁹-إحسان علي عبد الحسين، دور الأجهزة الرقابية في مكافحة الفساد، دائرة الشؤون القانونية، قسم البحوث والدراسات، www.transparency.kw.au-ti.or تاريخ الاطلاع: 2025/01/21، على الساعة: 8:36.
- ³⁰- خلاف وردة، مرجع سابق، ص ص 57-67.
- ³¹- وزارة التجارة الجزائرية، "حماية المستهلك"، تم الاطلاع عليه في 21 يناير 2025، على الساعة: 10:59، متاح على www.commerce.gov.dz
- ³²- مديرية التجارة لولاية بسكرة، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك"، تم الاطلاع عليه في 21 يناير 2025، متاح على : www.dcw.biskra.dz
- ³³-عبد الحفيظي احمد، خليف رزقي، حماية المستهلك من منظور تسويقي، مجلة البحوث والدراسات التجارية، مجلد 4، العدد 1، مارس 2021، ص 115.
- ³⁴-المعدل والمتمم للأمر 156/66 المتضمن قانون العقوبات، ج.ر. عدد 71، الصادرة في 2004/11/10.
- ³⁵-المعدل والمتمم للأمر رقم 66/155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية ج.ر. عدد 71 الصادرة 2004/11/10.
- ³⁶- المادة 417 من الأمر 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري "حيث تعتبر الشركة بمجرد تكوينها شخصا معنويا وتنص المادة 549 من الأمر 59-75 المؤرخ في المتضمن القانون التجاري الجزائري: "لا تتمتع الشركة بالشخصية المعنوية إلا من تاريخ قيدها في السجل التجاري".
- ³⁷- احسن بوسقيعة الوجيز في القانون الجزائري العام، الطبعة الخامسة عشر، دار هومة الجزائر 2016، ص 275.
- ³⁸- أنظر المادة 2/766 من الأمر 59-75 المتضمن القانون التجاري الجزائري سالف الذكر وتبقى الشخصية المعنوية للشركة قائمة لاحتياجات التصفية إلى أن يتم إقفالها....
- ³⁹- حسام بوججر الحماية الجنائية للشركات التجارية في التشريع الجزائري والمقارن أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 2017/2018، ص 120.
- ⁴⁰- محمد حزيب المسؤولية الجزائية للشركات التجارية في التشريع الجزائري والمقارن أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق. جامعة البليدة، 2012، ص 126، وشريف سيد كمال المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية دراسة مقارنة دار النهضة العربية، ط 1، 1997، ص 129-130.
- ⁴¹- زادي صفية جرائم الشركات التجارية مذكرة ماجستير كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، الجزائر، 2016/2015، ص 79.
- ⁴²- بلعيساوي محمد الطاهر مسؤولية مسيري الشركات التجارية - دراسة مقارنة - دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع الجزائر، 2020، ص 184-185.
- ⁴³- أحسن بوسقيعة، مرجع سابق، ص 213.

- 44-المادة 18 مكرر من القانون رقم 06-23 المعدل لقانون العقوبات.
- 45-انظر المادة 374 من قانون العقوبات.
- 46- انظر المادة 389 مكرر 7 من قانون العقوبات.
- 47-إذ نصت المادة الأولى من قانون الإجراءات الجزائية على أن الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها وببإشراف رجال القضاء والموظفون المعهود إليهم بها بمقتضى القانون، كما يجوز للطرف المضرور أن يحرك هذه الدعوى طبقا للشروط المحددة في هذا القانون"، فيما نصت المادة 29 من نفس القانون على أن: "تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع وتطالب بتطبيق القانون وهي تمثله أمام كل جهة قضائية...."
- 48-أنظر المواد 37 و 329 من قانون الإجراءات الجزائية.
- 49-المادة 08 من القانون رقم 21-15 مؤرخ في 28/12/2021، يتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة، ج ر، العدد 99 الصادرة 2021/12/29.
- 50-المادة 65 مكرر 2 فقرة 2 من قانون الإجراءات الجزائية.
- 51-المادة 65 مكرر 2 فقرة 3 من قانون الإجراءات الجزائية.
- 52-مزياني عمار المسؤولية الجزائية المسيري الشركات أطروحة دكتوراه كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بائنة، الجزائر، 2012/2013، ص 261.

المراجع

القوانين

- 1- القانون رقم 21-15 مؤرخ في 28/12/2021، يتعلق بمكافحة المضاربة غير المشروعة، ج ر، العدد 99 الصادرة 2021/12/29.
- 2- القانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، يعدل ويتم القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ع 35، المؤرخة في 13 يونيو 2018.
- 3- القانون 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص فيما يخص معالجة البيانات الشخصية المؤرخ في 10 يونيو 2018، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 34، الصادر بتاريخ 20 يونيو 2018.
- 4- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر.ع 28، المؤرخة في 16 مايو 2018
- 5- القانون 16-04 المؤرخ في 19 يونيو 2016، يعدل ويتم القانون 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والمتعلق بالتقييس، ج.ر.ع 37، المؤرخة في 22 يونيو 2016
- 6- القانون رقم 04-15 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم لقانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم للامر 66/156 المتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ع 71، الصادرة في 10/11/2004.

7- القانون رقم 04-14 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر رقم 155/66 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية ج.ر. عدد 71 الصادرة 2004/11/10.

الكتب

- 1- ابن منظور، لسان العرب، ط.1، ج 14، دار صادر، بيروت، 1955
- 2- احسن بوسقيعة الوجيز في القانون الجزائي العام، الطبعة الخامسة عشر، دار هومة الجزائر 2016.
- 3- بلعيساوي محمد الطاهر مسؤولية مسيري الشركات التجارية - دراسة مقارنة - دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع الجزائر، 2020.
- 4- جولي شاهين حصني، الحماية الجزائية للمستهلك-السبل والحلول المستحدثة في القانون رقم 2005/659، ط.1، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2013.

- 5- محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد- قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع الاشارة لقواعد القانون الأوروبي، ط.1، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2005.
- 6- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، ط.1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2006.
- 7- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الاول، ط.1، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1981.

الاطروحات والرسائل

- 1- حسام بوحجر الحماية الجنائية للشركات التجارية في التشريع الجزائري والمقارن أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 2017/2018.
- 2- محمد حزيط المسؤولية الجزائية للشركات التجارية في التشريع الجزائري والمقارن أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق. جامعة البليدة، 2012.
- 3 -مزياني عمار المسؤولية الجزائية المسيري الشركات أطروحة دكتوراه كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، 2013/2012
- 4- شريف سيد كمال المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية دراسة مقارنة دار النهضة العربية، ط1، 1997.

- 5- زادي صفية جرائم الشركات التجارية مذكرة ماجستير كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 2، الجزائر، 2016/2015.

المقالات

1- عبد الحفيظي احمد، خليف رزقي، حماية المستهلك من منظور تسويقي، مجلة البحوث

والدراسات التجارية، مجلد4، العدد1، مارس2021.

2-خلاف وردة، دور الرقابة الالكترونية في مكافحة الفساد، المجلة الجزائرية لدراسات التاريخية

والقانونية، المجلد6، العدد3، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، الجزائر، 2021

مواقع الانترنت

1-إحسان علي عبد الحسين، دور الاجهزة الرقابية في مكافحة الفساد، دائرة الشؤون القانونية، قسم

البحوث والدراسات، www.transparency.kw.au-ti.or

2-المبادي التوجيهية لحماية المستهلك، مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، نيويورك وجنيف،

2015، <https://unictad.org>

3- الهيئة الجزائرية للاعتماد أليجراك، متاح على الموقع: <https://www.industrie.gov.dz>

4- الموقع الرسمي للهيئة الجزائرية للاعتماد، متاح على www.algerac.dz ،

5- المعهد الجزائري للتقييس IANOR ، متاح على الموقع: <https://www.industrie.gov.dz>

6-الموقع الرسمي للمعهد الجزائري للتوحيد القياسي(ianor)،"المهام والانشطة"، متاح على

www.ianor.dz :

7-تقارير وزارة الصناعة الجزائرية ، "التقرير السنوي للأنشطة المتعلقة بالتوحيد القياسي، متاح على

الموقع: www.mdipi.gov.dz

8- وزارة التجارة الجزائرية، "حماية المستهلك"، متاح على www.commerce.gov.dz

9- مديرية التجارة لولاية بسكرة، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك"، متاح على :

www.dcw.biskra.dz

9- ISO 9001:2015 — Quality management systems — Requirements,"

International -Organization for Standardization, available at:

<https://www.iso.org/standard/62085.html>.

10- ISO 22000:2018 — Food safety management systems — Requirements for any organization in the food chain," International Organization for Standardization, available at: <https://www.iso.org/standard/65464.html>.

11- ISO 14001:2015 — Environmental management systems — Requirements with guidance for use," International Organization for Standardization, available at: <https://www.iso.org/standard/60857.html>.