

جامعة أحمد دراية - أدرار



كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم الحقوق

حماية المستهلك في ظل التجارة الإلكترونية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال

تحت إشراف :

- د/رحموني محمد

من إعداد الطالبين :

خويض كلثوم

-ديداوي محمد

لجنة المناقشة

أستاذ التعليم العالي جامعة ادرار رئيسا

أستاذ التعليم العالي.جامعة ادرار مشرفا ومقررا

أستاذ العليم العالي .جامعة ادرار عضوا مناقشا

أ.د :حاج سودي محمد

أ.د/رحموني محمد.

أ.د يامة ابراهيم

الموسم الجامعي :2021-2022

الإهداء

*** إلى من كان سببا في وجودي فهما فخري واعتزازي والديا الكريمين**

*** إلى رفيق دربي و شريكي في الحياة زوجي العزيز**

*** إلى من جعلهم الله زينة الحياة الدنيا فهم فلذة كبدي ريم و محمد عبد الرحمان**

*** إلى كل زملائي و زميلاتي في العمل و دون استثناء**

خويض كلثوم

الإهداء

* إلى اعز الناس وأقربهم إلى قلبي إلى روعي أبي الطاهرة رحمه الله وإلى والدتي العزيزة
أمد الله في عمرها بالصحة والعافية اللذان كانا عوناً وسنداً لي، وكان لدعائهما المبارك الأثر
الكبير في ما وصلت إليه .

* إلى إخوتي وأخواتي الأشقاء .

* إلى زوجتي العزيزة وإلى أبنائي عبد الرحمن وأحمد .

* إلى زملائي في الدراسة والعمل .

* إلى معلمي وأساتذتي من التعليم القرآني إلى التعليم الأكاديمي الذين غمروني
بالحب والتقدير والنصيحة والتوجيه والإرشاد.

* إلى كل هؤلاء نهدى هذا العمل المتواضع، سائلين من الله العلي القدير أن ينفعنا به
ويعمدنا بتوفيقه .

ديداوي محمد

الشكر

إنه لمن دواعي الاحترام و التقدير الاعتراف بجميل الشكر و العرفان لأستاذنا

الفاضل رحموني محمد الذي لم يبخل علينا بنصائحه و توجيهاته التي أنارت

دربنا، و رسمت لنا معالم دراستنا و إنجازنا لمذكرتنا.

كما لا ننسى جميع أساتذة قسم الحقوق و كل من ساعدني إنجاز هذا العمل من قريب أو

بعيد.

المقدمة

يعتبر المستهلك حجر الزاوية في النشاط التسويقي الناجح، حيث تتحدد رغباته و احتياجاته، و لقد أدى التقدم التكنولوجي السريع الذي شهده العالم خلال الفترة الأخيرة من القرن العشرين إلى إحداث ثورة علمية و تكنولوجية، ساهمت في ظهور العديد من التطبيقات و الأنشطة التسويقية الحديثة، مما أدى إلى إفراز ما يعرف بالتجارة الالكترونية، و التي تعتبر علما جديدا، نظرا لتطورها المستمر أمام ازدياد حجم المعاملات التجارية على الشبكة العالمية، و ظهور شبكات معلوماتية متطورة مكنت الشركات و المؤسسات التجارية من الاستجابة السريعة لطلبات عملائها، و بالتالي زيادة حدة المنافسة فيما بين الشركات . و الجزائر على غرار باقي الدول حاولت مواكبة التطور الحاصل في مجال التجارة الالكترونية، بحيث سعى المشرع الجزائري إلى إصدار بعض النصوص القانونية محاولة منه لتنظيم هذه المعاملات الالكترونية، و توفير الحماية اللازمة للمستهلك في حزمها، فمن هنا كانت انطلاقتنا و تعددت اسبابنا لاختيار هذا الموضوع فكانت هناك أسباب ذاتية تمثلت في :

1) الرغبة في إثراء الدراسات القانونية بصفة عامة و في مجال حماية المستهلك بصفة خاصة.

2) كون الموضوع جديد و مسجع، فقد أثار فضولنا بغية التعمق فيه أكثر و إضافة الجديد إليه.

في حين تمثلت أسبابنا الموضوعية في :

1) التوجه الاقتصادي الحالي للجزائر و ما تشهده من حرية لحركة السلع و الخدمات ، و التنوع الموجود في السوق من منتجات مستوردة محلية، مما فرض ضرورة حماية المستهلك جزائيا من مختلف الجرائم الضارة بمصالحه المادية و المعنوية.

2) محاولة إبراز أثر التجارة الالكترونية على السلوك الشرائي للمستهلك بوجود التكنولوجيا باعتبارها المحور الرئيس لهذه التجارة .

وهذه الأسباب لم تأتي من فراغ و إنما تعزى للأهمية الكبرى التي تكتسبها الموضوع، كون أن المستهلك هو أحد أطرافه الرئيسية في حزم تجارة جديدة، و مستحدثة مما جعلها تنطوي على عديد المزايا و المخاطر في آن واحد، و هذا ما أسال الكثير من الحبر في الموضوع و جعلنا أحد هؤلاء بغية التوضيح و التعمق أكثر في الموضوع، و الذي يعد من الموضوعات العامة في مجال الأعمال التسويقية و إدارة الأعمال تخصص دراستنا.

دافعنا في ذلك كله أن هذه الدراسة تهدف إلى بيان حاجة المستهلك إلى الحماية التي فرضت المستجدات الجديدة للتجارة الإلكترونية، و ذلك من خلال معرفة ما لديه و ما عليه أثناء التعاقد الإلكتروني ، و كيف أطر كل ذلك المشرع الجزائري. هذا إلى جانب تحديد المخاطر المحدقة بهذا النوع من التجارة، دون أن ننسى المزايا المحفزة فيها.

وبين كل هذا وذاك خالطنا في أذهاننا الإشكال التالي :

ما حدود الحماية التي أقرها المشرع الجزائري للمستهلك في ظل التجارة الإلكترونية ؟.

وللإجابة على الإشكالية و من أجل دراسة أكاديمية و أكثر دقة انهجنا المنهج الوصفي التحليلي ، قصد الوقوف على طبيعة القوانين و المواد التي وضعها المشرع لحماية المستهلك ، و وصفها وصفا دقيقا و تحليلها و تفسيرها بما يخدم موضوع الدراسة بكل استفاضة و توضيح . و قصد الإلمام و الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع و للإجابة على الإشكالية المطروحة أعلاه ، فقد قسمنا موضوع بحثنا إلى فصلين:

تطرقنا في الفصل الأول إلى التجارة الإلكترونية بين النشأة والتطور وفق مبحثين الأول جاء لمفهوم التجارة الإلكترونية و الثاني للتجارة الإلكترونية في الجزائر .

أما الفصل الثاني فقد خصصناه للتجارة الإلكترونية و المستهلك وفق مبحثين أيضا الأول خصصناه لمفهوم المستهلك و المورد الإلكتروني و الثاني فقد جاء لحماية المستهلك الإلكتروني مدنيا و جزائيا .

الفصل الأول

الفصل الأول: التجارة الالكترونية بين النشأة و التطور

إن التوسع الحاصل في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و كذا استخدام الانترنت من قبل الأفراد، و المؤسسات في مختلف المعاملات التجارية و الاقتصادية ، أظهر لنا ما يسمى بالتجارة الالكترونية، و التي سنحاول إعطاء صورة شاملة و كافية عنها من خلال التطرق إلى أهم المفاهيم المتعلقة بها ، مقسمين بذلك هذا الفصل إلى مبحثين أولهما للمفهوم و النشأة و الثاني للحدوث عن هذه التجارة في الجزائر.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الالكترونية

إن مفهوم التجارة الالكترونية جاء نتاج الثورة المعلوماتية الكبيرة ، و التطورات الحاصلة في مجال الانترنت و الاقتصاد الرقمي ، غير ان ضبط المفهوم ليس بالأمر الهين، وهذا ماسنوضحه في هذا المبحث

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية

الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية

بالرجوع إلى مصطلح التجارة الالكترونية يلاحظ أنه يتكون من لفظين التجارة، و هي تعد في مفهومها التقليدي المعروف لدى العام و الخاص بممارسة البيع و الشراء ، غير أن هذا التبادل يتم بواسطة وسيط ما، و تستخدم فيها العقود و الفواتير الورقية و الطرق اليدوية في التجارة ، لكن اقتران كلمة تجارة بلفظ الالكترونية يعني أن أسلوب ممارسة النشاط الاقتصادي يتم بين متعاملين باستخدام أجهزة ووسائل الكترونية مثل الانترنت و غيرها.¹

1 - محمد السيد عرفة، التجارة الالكترونية عبر الانترنت مفهومها و القاعدة القانونية التي تحكمها و مدى حجية المخرجات في الإثبات، مقدم على مؤتمر القانون و الكمبيوتر و الانترنت- كلية الشريعة و القانون، جامعة الامارات العربية المتحدة من 1-3 ماي سنة 2000 ص02.

فهي تعتمد على الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة وفق بروتوكولات للتحكم في النقل، و هي مؤمنة لعرض و تبادل البيانات على شبكة الانترنت من خلال وسائل عديدة كالتشفير، و فيها يتم كل مراحل التعامل بشكل الكتروني ابتداء من الإعلان عن السلعة التسوق، التعاقد وصولا إلى تسوية الدفع.¹

و نظرا لتعدد التقنيات المستخدمة في هذا النوع من التجارة ، فقد نجد صعوبة في تحديد المفهوم الحقيقي لها ،فقد عرفتها منظمة التجارة العالمية على انها: أنشطة انتاج السلع و الخدمات و توزيعها و تسويقها و بيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية (1)و تشمل هنا المعاملات التجارية عمليات ثلاث هي:

1)عمليات الإعلان عن المنتج و عمليات البحث عنه.

2)عمليات تقديم طلب الشراء و سداد ثمن المشتريات.

3)عمليات تسليم المشتريات.

أما منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية OCDE فقد رأت أن التجارة الالكترونية: هي التي تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات و الأفراد، و التي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات سواء كانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات و المعلومات التجارية الكترونيا، و مدى تأثيرها على المؤسسات و العمليات التي تدعم و تحكم الأنشطة التجارية.²

1 - السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، مصر ، سنة 2006، ص32.

2 - ابراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، مصر، السنة 2003، ص ص 11، 12.

في حين عرفها الاتحاد الأوروبي على أنها كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية، سواء تمت بين المشروعات التجارية و المستهلكين، أو بين كل منهما على حدة و بين الإدارات الحكومية.¹

في حين عرفتها الجمعية الفرنسية للتليماتيك و المالميتيديا AFTEL بأن التجارة الالكترونية هي مجموعة للمعاملات التجارية التي يتم الشراء فيها عن طريق وسائل الاتصال²

أما التشريعات العربية فنجد قانون التجارة ، الالكترونية الذي صدر في تونس بتاريخ 09 أوت سنة 2000 الذي أصدر تعريفا للتجارة الالكترونية في الفصل الثاني من هذا القانون على أنها : العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية، التي تتم باستعمال الوثائق الالكترونية³

أما الفقه المصري فقد رأى بأن التجارة الالكترونية هي : معاملة تجارية تتم عن طريق وسيط الكتروني⁴ في حين يرى المشرع الجزائري بأن التجارة الالكترونية تعني : النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان أو توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني ، عن طريق الاتصالات الالكترونية⁵

1 علاوي محمد لحسن، مولاي لحضر عبد الرزاق، مداخلة بعنوان آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية الملتقى الدولي الرابع عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانية 26-27 أبريل 2011 ص 04.

2 عبد الفتاح يومي حجازي، التجارة الالكترونية و حمايتها القانونية دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، سنة 2004، ص 45

3 عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع الأسبق، ص 96

4 لهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية، دار المناهج، بدون طبعة، بدون سنة، ص 22 .

5 المادة 6 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439هـ الموافق ل 10 ماي 2018 م المتعلق بالتجارة الالكترونية ل ج ر ج، العدد 28، المؤرخة في 2018/05/16، ص 05

و من خلال ما سبق من تعاريف يتضح ، لنا أن هناك من أعطى لمفهوم التجارة الالكترونية مفهوماً واسعاً تعداها إلى المعاملات الالكترونية، و اعتبر كل المعاملات التي يتم تنفيذها بأحد وسائل الاتصال الحديثة كالفاكس، التيلكس، التلفزيون، الهاتف تجارة الكترونية؛ في حين فسرها البعض على استخدام الانترنت فقط و أمام هذا الجدل القائم حول التعريف الدقيق لمفهوم التجارة الالكترونية ، فإننا نرى بأنها لم تصل إلى مرحلة النضج، غير أن المقصود بها: هو جميع المبادلات و المعاملات التي يستخدم فيها إنجازها و تنفيذها إحدى وسائل الاتصال الحديثة من جانب تاجر طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار نشاطه المهني الموجه إلى المستهلك طبيعي أو معنوي ، و تشمل إبرام العقود و الدفع و التسليم ، و كل ما يتعلق بالمعاملات التجارية حتى استخدمت الوسائل الالكترونية كلياً أو جزئياً في إبرامها¹ ، فهي تمتد إلى السلع غير المادية كالترويد بالمعلومات عن المنتجات ، و الخدمات كالحجز في الفنادق ، و حجز تذاكر السفر في الطائرات و مختلف المعاملات المصرفية و الخدمائية ، بل وحتى التعليم الالكتروني، مثلاً باستخدام تكنولوجية و غير شبكة الانترنت سواء على المستوى المحلي أو الدولي .

الفرع الثاني: الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية

إذا أردنا الحديث عن التجارة الالكترونية و ما يميزها عن التجارة التقليدية فإننا سوف نناول الفروق كالتالي:

أولاً: من حيث التكلفة: تعتبر التجارة الالكترونية فعالة للغاية من حيث التكلفة ، حيث لا توجد تكلفة للوسطاء ، إذ هناك ارتباط مباشر ما بين العميل و الشركة بينما في التجارة التقليدية، فإن هناك احتساب تكلفة دور الوسطاء عقد بيع المنتج.

¹ لزهري بن سعيد، المرجع السابق، ص 24

ثانيا: من حيث توفير الوقت: تستغرق المعاملة في التجارة التقليدية وقتا أطول لإتمامها، في حين المعاملة في التجارة الالكترونية، تتم في وقت وجيز و دقائق محدودة عبر الانترنت لأن الوقت ثمين لكل من المستهلكين و الشركات ،هذا إلى جانب أن الخدمة متوفرة 24 ساعة/24 سا عكسها في التجارة التقليدية والتي تكون فيها محددة .

ثالثا: من حيث الراحة:

توفر التجارة الالكترونية الراحة لكل من العملاء و العميل ،من خلال تصفح مجموعة من الكتالوجات، ومقارنة الأسعار و المنتجات و الاختيار المناسب في أي وقت و أي مكان وفي أي حين،عكس التجارة التقليدية، التي تستوجب الابتعاد عن مكان العمل أو المنزل لتحديد المطلوب و شرائه.

رابعا: من حيث الوصول الجغرافي :

في التجارة التقليدية قد يكون من السهل توسيع حجم السوق من المستوى الإقليمي إلى المستوى الوطني،ولكن يتعين على منظمات الأعمال تحمل الكثير من النفقات على الاستثمار لدخول السوق الدولية ، مما يجعل تجاوز الحدود الجغرافية هنا مقيد للتجارة التقليدية¹، أما بالنسبة للتجارة الالكترونية فمن السهل توسيع حجم السوق من المستوى الإقليمي إلى الدولي² من خلال وضع إعلانات على

¹ أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الالكترونية و عقودها و أساليب مكافحة الغش التجاري الالكتروني ، المكتب الجامعي الحديث ، سنة ، 2009 ص

² أمير فرج يوسف المرجع الأسبق، ص18

الانترنت، مع الالتزام بالمعايير القانونية المطلوبة ، و بالتالي ج ذب العملاء من الأسواق العالمية بأقل تكلفة .

من حيث التحقق المادي:

في التجارة التقليدية تتوفر إمكانية الفحص المادي للبضائع قبل الشراء ، مما يجعل إمكانية الاحتيال ضئيلة، أما في التجارة الالكترونية فإمكانية الفحص المادي غير موجودة ، بل تعتمد على الصور الالكترونية مما يجعل إمكانية الاحتيال كثيرة الحدوث.

من حيث الإجراءات:

في التجارة الالكترونية هناك آلية المعالجة للمعاملة التجارية مما يقلل الأخطاء الكتابية ، في حين تتم نفس العملية و لكن بطريقة يدوية في التجارة التقليدية ؛ مما يزيد من فرص حدوث الأخطاء الكتابية نتيجة تدخل العامل البشري.

من حيث التفاعل البشري:

ونقصد به عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العقد مما يقلل من التفاعل بينهما في التجارة التقليدية، فخاصية التفاعل وجها لوجه تزيد من الفعالية ، و بالتالي تحقيق نتيجة أفضل.

المطلب الثاني: نشأة التجارة الالكترونية و خصائصها

الفرع الأول: نشأة التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية ليست جديدة كما يعتقد العديد من الناس ، بل إن جذورها تعود إلى من نصف الأربعينيات حيث تم اكتشاف أول كمبيوتر كنتيجة للجهود الفكرية و العلمي الذي بذله العلماء في

الولايات المتحدة و بريطانيا خلال الحرب العالمية الثانية¹، فكانت تلك نقطة البداية ثم تلتها مرحلة في أواخر الخمسينيات سخرت فيها الشركات الكبرى للحاسبات لإيجاد نوع من التكامل نصف الآلي بينها و بين الموردين الرئيسيين لها ، وذلك عن طريق تركيب نهايات ظرفية للحاسب الرئيسي للشركة الكبيرة عند الموردين الأساسيين، بحيث يتاح للمورد الاطلاع على مستوى المخزون المتوفر لدى الشركة من الأصناف التي يقوم بتوريدها لها ، ثم يقوم بناء على ذلك بتلبية متطلبات الشركة من هذه المواد و تغذية الحاسب بالبيانات مباشرة ؛ وسميت هذه المرحلة بالارتباط بين الشركات الكبيرة و الموردين الرئيسيين لها²

و في منتصف الستينيات بدأت مرحلة جديدة سميت بالتبادل الالكتروني للوثائق (البيانات) باستخدام الشبكات الخاصة ، و قد لاحظت الشركات الكبرى إمكانية الاستفادة من التقدم التكنولوجي في مجال الحاسبات ، وبدأت بإنشاء نظام التبادل الالكتروني للبيانات EDI³ ، وهذا النظام يعتمد على برنامج خاص يقوم بتحويل نمط البيانات التي يتم إدخالها من قبل الأطراف المشتركة فيه، حيث يتم معالجتها إلى الأنماط المحددة بالنظام القياسي المستخدم أو العكس ، بناء على سير الرسالة كما تم الاتفاق عليها مسبقا من قبل الأطراف ، ويتم ذلك من خلال ربط الحاسبات ببعضها

¹ محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية -دراسة مقارنة -منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ط1
سنة 2009، ص 30

² رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، سلسلة بحوث و دراسات، العدد 348، سنة 1999، ص 126

³ electronic Data Inter change : EDI

البعض، لتبادل البيانات الالكترونية بين مجموعة المشتركين في الشبكة الخاصة المغلقة ،التي تم إنشاؤها فيما بينهم و تقتصر على طائفة محددة من العملاء¹.

أما في بداية السبعينيات من القرن 20 الميلادي،فقد اتجهت بعض الشركات الأمريكية إلى استخدام شبكات الكترونية خاصة في روابط الشركات بالعملاء، كما ظهرت التحويلات الالكترونية للأموال كأسلوب م سحدث في المعاملات المالية ،واقترن انتشار البريد الالكتروني باستخدام الشبكات الالكترونية ،وازداد هذا الانتشار في الأنشطة التجارية منذ بداية الثمانينيات من القرن العشرين الميلادي،كبديل يتسم بسرعة فائقة متميزا عن البريد التقليدي العادي ، وعن الفاكس؛وأقبل كل من التجار،الأفراد، الشركات التجارية والصناعية على استخدام البريد الالكتروني في المعاملات²

و قد نجحت مجموعة من الشركات الانجليزية بعد ذلك بإنشاء أول شبكة الالكترونية لخدمات نقل و تبادل الوثائق سميت بـ Trade Net ،ثم قامت بإنشاء شبكات القيمة المضافة (VANS)³،التي كان لها دور كبير في تحقيق الارتباط بين الشركات التجارية ،غير أن استخدام شبكة الانترنت كوسيط لنقل رسائل التبادل الالكتروني للبيانات ،عن طريق البريد الالكتروني ،وملفاتها المرفقة بعد تشفيرها، أو من خلال المواقع الالكترونية للمتاجر الافتراضية ،والتي يطلق عليها EDIOVER THE WEB كانت المرحلة الأهم ،لأنها نقلت التجارة من مفهومها التقليدي إلى مفهومها الواسع ألا وهو العالم

¹ محمد مدحت عزمي، المعاملات التجارية الالكترونية -الأسس القانونية و التطبيقات -مركز الإسكندرية للكتاب،الازارطة،الإسكندرية،بدون طبعة ، سنة 2009، ص 41

² المرجع نفسه ،نفس الصفحة

³ VANS و هي اختصار Value Added Networks

الافتراضي؛ لتكون الشكل الحالي للتجارة الالكترونية¹، والذي أعطى للتجار المبتدئين ولصغار رجال الأعمال الفرصة الذهبية للبروز، وتحقيق طموحاتهم، حيث لم يعد ممارسة بعض أوجه النشاطات التجارية حكراً على الشركات الكبيرة، بل تعدتها لتكون حالياً أكثر من 100 منطقة حرة منتشرة عبر العالم، تمارس داخلها هذا النوع من التجارة، وهو وإن دل على شيء، فإنما يدل على مدى الاهتمام بهذا النوع الجديد من النشاط التجاري.²

الفرع الثاني: خصائص التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية تميز بمجموعة من الخصائص و التي يمكن إبرازها فيما يلي:

أولاً: الطابع العالمي أو الدولي للتجارة الالكترونية:

تتميز أنشطة التجارة الالكترونية بطابع العالمية، فهي لا تعرف الحدود الجغرافية أو المكانية، بحيث تتيح للشركات عرض المنتجات و الخدمات في موقعها الالكتروني على الشبكة العالمية، التي تتخطى الحدود الجغرافية، ويتم ذلك طيلة ساعات اليوم و في كل أيام السنة دون انقطاع؛ وتصل هذه الخدمات إلى مختلف دول العالم في نفس الوقت و يستطيع المستهلك التحول في الأسواق الالكترونية بكل حرية، مع توفرهم هائل من المعلومات كالمواصفات، الأسعار عن المبلغ و الخدمات³ المطلوبة، وهذا ما يقدم للمستهلكين خدمات أفضل وبتكاليف أقل مما يجوز على رضا الزبون.

¹ محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع الأسبق، ص 33

² عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب- دراسة مقارنة - دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، ط1، سنة 2008، ص32

³ محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع الأسبق، ص 66

ثانيا: غياب المستندات الورقية لمعاملات التجارة الالكترونية:

يطلق بعد الفقهاء الأمريكيين على التجارة الالكترونية و نظام التبادل الالكتروني للبيانات تعبيرا بديلا هو التجارة اللاورقية paperless trading ،وقد أصبح المصطلح شائعا في التجارة الأمريكية¹ ، بحيث يتم إتمام الصفقة التجارية كاملة بدءا من التفاوض على الشراء و التعاقد و دفع قيمة البضاعة و استلامها الكترونيا ،دون تبادل المستندات الورقية، مما يخفض التكاليف الناتجة عن إنشاء و معالجة و توزيع و حفظ و استرجاع المعلومات الورقية ،بحيث قدرت تكلفة إنتاج و معالجة الأوراق في الصفقات التجارية بـ 10% من قيمة المنتجات أو البضائع؛ غير أن هذه الخاصية خلفت لنا مشكلة الإثبات في التعاملات و العقود و توثيق الحقوق و الإجراءات ،وإثبات صحة التوقيعات الالكترونية، مما دفع بعض المنظمات الدولية و الحكومات إلى محاولة وضع قانون خاص بهذه التجارة يضيفي الصبغة القانونية على المحررات الالكترونية ،والعقود والتوقيعات والوفاء بالنقود الالكترونية .

ثالثا: تطوير الأداء التجاري و الخدمي:

أتاحت التجارة الالكترونية الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين ، مما خلق بيئة تنافسية شديدة بين الشركات و المؤسسات ، وهذا ما أدى إلى رفع كفاءة الإنتاج و التوزيع و انخفاض الأسعار على المستهلكين ، و إيجاد قنوات جديدة لبيع المنتجات و الخدمات ، و أشهرها تلك التي تسمى بمزادات الانترنت² .

رابعا: الارتقاء بمستوى الفرد و المجتمع : و يقصد بها أن التجارة الالكترونية تسمح للفرد بالعمل من المنزل ، مما يقلل من الوقت المتاح للتسوق ، وهذا يعني ازدحام مروري أقل في ال شوارع ، مما يخفض

¹ المرجع نفسه ، نفس الصفحة

² محمد سعيد أحمد إسماعيل ، المرجع الأسبق ، ص 67

من التلوث الهوائي ، و يحسن البيئة ، و يحد من استهلاك الطاقة، كما أن التجارة الالكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة مثل : الصحة، التعليم، الخدمات الاجتماعية بسعر منخفض ، و بكفاءة أعلى ، و هي تسمح للأفراد الذين يعيشون في دول العالم الثالث بالحصول على السلع والخدمات غير المتوفرة في بلدانهم الأصلية¹ .

المبحث الثاني: التجارة الالكترونية في الجزائر:

ازداد اهتمام العالم بالتجارة الالكترونية بشكل ملحوظ خاصة مع تطور التقنيات في العالم، و الازدياد الكبير لمستخدمي الانترنت ، و الشبكات الاجتماعية، و ظهور الهواتف الذكية ، و سرعة الاتصال، بحيث أصبحت التجارة الالكترونية مجالا لا يمكن للأفراد و لا الشركات تجاهله، بل عليهم مسايرة التطورات الحديثة في مجالات التكنولوجيا ، و الجزائر كغيرها من الدول العربية تحاول مواكبة التغييرات في مجالات التكنولوجيا و المعلومات و الاتصالات ، من خلال تحديث اقتصادياتها بما يتلاءم و تطور هذه التكنولوجيات، لذا انطلقت في الاعتماد على الأعمال الالكترونية ، و التجارة الالكترونية كأداة للتعامل للشركات و الأفراد في الأسواق ، و هذا كله مرهون بمؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و هذا ما ستعرض له الدراسة في المطالب التالية :

المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر:

الفرع الأول: استخدام شبكة الهاتف: يتميز جهاز الهاتف بسرعة الاتصال و سهولة الاستخدام و يكون التعاقد عن طريقة فوريا و مباشرة، حيث أن الإيجاب يعقبه مباشرة قبول من الطرف الآخر ، و

¹ المرجع نفسه، نفس الصفحة

ذلك في حالة الموافقة¹، فإلى غاية 2020/06/31 بلغ عدد مشتركى الهاتف الثابت 4709374، أما مشتركى الهاتف النقال فقد بلغ 44411730 مشترك²، و من خلال هذه الأرقام يتضح لنا جليا أن مشتركى الهاتف الثابت قليل جدا مقارنة بالهاتف النقال، و هذا ما يفسر ضعف البنية التحتية للخطوط الهاتفية، نظرا لتعرضها للأعطاب المتكررة، هذا إلى جانب طول مدة الانتظار للحصول على خط هاتفي، أما من جهة أخرى فنرى العدد الكبير لمشاركى الهاتف النقال نظرا لعدد لمزايا التي ينفرد بها الهاتف النقال بسبب انخفاض تكلفة الاتصال و التكنولوجيات الجديدة التي تغري الجزائريين، بالإضافة إلى امتلاكهم لأكثر من شريحة، ولعل هذا ما سوف يفتح المجال أمام التجارة الالكترونية نظرا لارتباطها الوثيق بالانترنت.

الفرع الثاني: استخدام شبكة الانترنت:

دخلت خدمة الانترنت للجزائر سنة 1994 عن طريق مركز CERIST و هو مركز للبحث و الإعلام العلمي و التقني، و الذي أنشئ شهر أفريل سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي و البحث العلمي، و الذي كانت مه مته آنذاك إقامة شبكة وطنية و ربطها بشبكات إقليمية و دولية، غير أن سرعة التدفق آنذاك كانت ضعيفة لارتباطها بإيطاليا في إطار مشروع مع منظمة اليونسكو سي RINAF لم تتجاوز سرعتها ko 9,6، ثم بعد سن يتق ارتفعت لتصل - ko 64 و في نهاية سنة 1998 تم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الاصطناعي لترتفع سرعة الربط إلى 1 ميغابايت في الثانية ثم إلى 2 ميغابايت في الثانية، و تم إنشاء أكثر من 30 خط جديد من خلال نقاط الوصول المنتشرة عبر الوطن (الجزائر العاصمة، سطيف، ورقلة، وهران، تلمسان)، و المرتبطة كلها بنقطة وحيدة

¹ لزهري بن سعيد، المرجع الأسبق، ص 52

² WWW.mpt.dz/ar consulte a 19/03/2022 à 16:00

هي الجزائر العاصمة و في سنة 2000 قررت الجزائر إصدار مرسوم تنفيذي 98-257 بتاريخ 25 أوت 1998 و المعدل بمرسوم تنفيذي آخر تحت رقم 307-2000 المؤرخ في 14 أكتوبر 2009 و الذي حرر سوق مزودي خدمات الانترنت ، بحيث ظهر مزودون جدد خواص و عموميين ، إلى جانب مركز البحث و الإعلام العلمي و التقني و تم منح 65 رخصة حتى نهاية 2001.

و لتدعيم و تطوير البنية التحتية للاتصالات¹، قامت وزارة الاتصال بإقامة مشروع انطلاق شبكتين عن طريق الساتلين Immarsat و VSAT ، مما عمل على تقوية عمليات ربط المواقع مع المشتركين بشبكة الانترنت، كما عملت الوزارة على كوفير خط اتصال أساسي Back boné من الألياف البصرية قدرته 3,4 ميغابايت/ثا قابل للتوسع 144 ميغابايت/ثا، لتمكين موزعي خدمات الانترنت و بعض المؤسسات من الارتباط بالشبكة الدولية على أحسن وجه ، و في أواخر سنة 2017 تم ربط كل البلديات بشبكة الألياف البصرية ، و من أجل خدمة ذات نوعية فقد بلغ النطاق الدولي الانترنت أواخر سنة 2017 810155 جيجا بايت/ثا .

و بحسب الإحصائيات الأخيرة لـ 2020/06/31 فقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت الثابت 3675926 مشترك أما عدد مشتركى الجيل الثالث: 10637991 مشترك أما مشتركو الجيل الرابع فقد بلغ 26329792 مشترك²

و نظرا لتعدد وسائل التعاقد من خلال شبكة الانترنت إما عن طريق المراسلة بالبريد الإلكتروني أو ما يعرف بـ Email و قد يتم التعاقد عن طريق المحادثة أو المشاهدة عبر موقع ويب web (2)، و يسمح البريد الإلكتروني Email بتبادل المراسلات من وثائق ، و مطبوعات ، و أفلام أيا كان حجمها

¹ www.mpt-gov-dz/ar consulté le 19/03/2022

² www.mpt.gov.dz/consult le 19/03/2022 à 17:00

، و يتم ذلك بتخصيص صندوق بريد الكتروني ، و هو عبارة عن ملف وحدة أقراص مضغوطة تستخدم لاستقبال الرسائل لكل شخص خاص به ، بحيث ترسل إلى الشخص ، وهو الوحيد المخول لفتحه عبر كلمة السر الخاصة به ، بحيث تقوم الشركات بإرسال رسائل عادية لنوع معين من السلع أو الخدمات في البريد الإلكتروني الخاص بالشخص ، فإذا اطلع و رغب في السلعة أو الخدمة قام بمراسلة الشركة للتعاقد معها في هذا الشأن، و ذلك بالنقر على مفتاح الموافقة على نحو ما سيرد من بعد.

و هناك طريقة أخرى تسمى التخاطب أو المحادثة chatting عبر شبكة الانترنت ، و يتحقق هذا بأن يفتح كل من الطرفين صفحته على جهازه في ذات التوقيت ، باستخدام وسائط الاتصال الصوتية و المرئية ميكروفون، كاميرا، فيديو مثبت على جهاز كل متخاطب ، بأن يسمح بأن يرى كل منهما الآخر بحيث يتم تبادل البيانات و التعاقد فيما بينهما بالصوت و الصورة.

أما الطريقة الأخرى أيضا فهي شبكة الويب web¹ ، و يتم فيها ممارسة التجارة الإلكترونية أيضا من خلال زيارة العميل للموقع الإلكتروني للبائع أو مقدم الخدمة و إتمام التعاقد، حيث يتم إنشاء الموقع site عن طريق الاشتراك في خدمة إنشاء صفحة خاصة بالعميل home page ، بحيث يضع فيه ما يرغب من بيانات مكتوبة/ مصورة داخل الموقع بهدف نشر المعلومات و ترويج البضائع والخدمات و هو متاح لكل من يرغب في الدخول إليه (الموقع) دون حاجة إلى استخدام كلمة المرور او كلمة السر²

بحيث تكون السلع مصورة بصور ثلاثية الأبعاد ، مع تسجيل كافة المعلومات و البيانات الخاصة بها ، كل سلعة على حدى مع المواصفات المميزة لها ، و أحيانا يكون التصوير مصحوبا بأفلام مصورة

¹ لزهري بن سعيد ، المرجع الأسبق ، ص 56

² حسن عبد الباسط جمعي ، إثبات التصرفات القانونية التي تتم إبرامها عن طريق الانترنت ، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2000 ، ص 09

تعرض السلعة أثناء التشغيل ببيان علمي لأدائها ، و مميزاتا و في المقابل يقوم الراغب في التعاقد بالبحث عن السلعة أو الخدمة التي يريدتها ، و عند اقتناعه بالسلعة ، و بالشركة العارضة و بالسعر يقوم بالتعاقد على الشراء ، و ذلك بالنقر على مفتاح الموافقة ، حيث يظهر العقد المتعلق بالشراء و الذي يتضمن آلية الدفع و شروط التعاقد و مكان و كيفية التسليم و القانون الذي يحكم العقد ، و غيرها من الشروط و المعلومات ¹ ، و هذا ما يوضح لنا جليا أن ظهور شبكة الانترنت و انتشار استعمالها في كل الميادين أدى إلى ارتفاع و توسع التجارة الالكترونية ، بحيث أصبحت من بين الركائز الرئيسية لنمو هذا النوع من التجارة ، و بظهورها ظهرت العديد من المفاهيم الجديدة كظهور الصيرفة الالكترونية ، و خدمات البنوك الالكترونية في أي وقت و أي مكان.

الفرع الثالث: الصيرفة الالكترونية :

إن أهم عنصر لتحديث الخدمة المصرفية في الجزائر ، هو تحديث وسائل الدفع بمختلف أنواعها و جعلها وسائل دفع الكترونية ، حتى يسهل اعتماد الصيرفة الالكترونية في الجزائر ، بحيث أصبحت وسائل الدفع الالكترونية شرطا جوهريا و أساسيا لنجاح التجارة الالكترونية ² ، و هذا ما أدى ببعض المؤسسات المصرفية و المالية لتطوير شبكات الكترونية للدفع ، و التسديد من خلال إصدار بطاقات السحب مثل:

1) بطاقة السحب بريد الجزائر و هي بطاقة مجانية مرتبطة بالحساب الجاري للزبون و هي تمكن حاملها من إجراء عمليات سحب من الشباك الآلي للأوراق النقدية .

¹ زهر بن سعيد، المرجع الأسبق، ص 56

² محمد سعيد أحمد إسماعيل المرجع الأسبق، ص 307

لمبالغ تصل إلى عشرين ألف دينار في اليوم عبر 1160 موزع آلي للأوراق النقدية¹، ليلعب عدد حاملي بطاقات السحب البريدية 7492508، و قد عملت وزارة البريد والاتصالات السلكية و اللاسلكية، على تطوير هذه البطاقة لتمكن حاملها من سحب أموالهم من الأجهزة الآلية المتواجدة عبر مختلف البنوك، التي لها علاقة بريد الجزائر على أن تمكن زبائنهم في المستقبل من شراء حاجياتهم عبر الانترنت.

2) البطاقة البنكية: و هي بطاقة للسحب و الدفع يستخدم منها كل شخص لديه حساب بنكي، باعتبارها تتعامل مع بريد الجزائر، و هي تسمح للعميل بتحديد قيمة مشترياته مباشرة من المخرج الذي يقبل التعامل معها، بحيث تسعى غالبية المحلات إلى تقديم الخدمات باستعمال هذه البطاقة، و ذلك سيؤدي حتما إلى زيادة مبيعاتها و من أمثلها الصيدليات، المطاعم، الفنادق.

و تتميز هذه البطاقة² بأن إمكانية الخطأ فيها ضئيلة، و أنها تتيح تتبع كل العمليات التي تمت حيث أن التعامل بالبطاقة يمكن البنك من معرفة من دفع لمن و في أي وقت و أي زمان و قيمة المعاملة، هذا إلى جانب زيادة مداخيل البنك من خلال رسوم إصدار البطاقة، و كذا التعامل بها كما أنها تفتح المجال للشراكة بين البنوك و المؤسسات من خلال تسيير حساباتها سواء الخاصة بالموظفين بتزويدهم بالبطاقات البنكية، من خلال تخفيض أسعار المنتجات التي تم اقتنائها بواسطة البطاقة البنكية عن طريق التخفيض في العمولة المفروضة من قبل البنك.

¹ www.mpt.gov.dz.consult le 19/03/2022 à 18 :22

² بواربو هاجر اميرة، مجلة الأبحاث الاقتصادية بجامعة البليدة -مقال "واقع استخدام البطاقات البنكية في الجزائر"-دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية الجزائرية- العدد 18، جوان 2008، صادر بتاريخ 2018/05/06، ص 372

3) البطاقات العالمية كفيزا و ماستركارد و هي متاحة الآن من خلال البنوك الجزائرية ، فمثلا بنك القرض الشعبي الجزائري يمنح بطاقة CPAVISA و هي على نوعين: CPAVISA gold و cpavisa classic بحيث أن بطاقة CPAVISA gold تسمح بإجراءات السحب عبر 940000 موزع للنقود عبر العالم ، و هي أيضا تسمح بالادخار و الشراء عبر 24 مليون محل تجاري عبر العالم و هي بطاقة تتوافق و معايير الأمن العالمية فهي تحتوي على كود شخصي للعميل¹

و لإنجاح نظام الدفع الإلكتروني وحب الحفاظ على توازن المدفوعات من السيولة النقدية و المسحوبات من السيولة النقدية ، مما يعطي آمالا بالائتمان للتجارة الإلكترونية، و من خلال ما ذكرناه من أعضاء الصيرفة الإلكترونية في الجزائر الذي يعد فتيا و يمشي بخطوات متباطئة، لكن لا ننكر الجهود المبذولة من أجل تطويره كإنشاء بعض المصارف لشبكات الإلكترونية خاصة بها، فضلا عن إدخال بعض التكنولوجيات الحديثة، ملم من شأنه تشجيع الاستثمار أكثر في هذا الميدان.

المطلب الثاني: استخدامات التجارة الإلكترونية في الجزائر .

لقد ساهمت الانترنت في تنامي حجم التجارة الإلكترونية عالميا، ما أكد لمعظم الدول عبر العالم مدى أهمية الانترنت في انتعاش هذا النوع من التجارة ،والجزائر كغيرها من هاته الدول و اكبت التطورات الحاصلة في مجال التجارة الإلكترونية ، من خلال تهيئة اقتصادها و بيئتها، لا بل وحتى مؤسساتها للتحول إلى الاقتصاد الرقمي المبني على الانترنت و التجارة الإلكترونية، و هذا ما سنوضحه في هذا المطلب من خلال الحديث على استخدامات التجارة الإلكترونية وفق ثلاثة فروع أولها خصص للتجارة الإلكترونية بين الشركات و المستهلكين و الثاني جاء لمختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر بينما جاء الفرع الثالث متحدثا عن معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

¹ <http://www.cpa-bank.dz>

الفرع الأول: التجارة الالكترونية بين الشركات و المستهلكين

لقد كان لتوسع استخدام شبكات الانترنت في الآونة الأخيرة من قبل الأفراد و الشركات على نطاق واسع أثره البالغ، فبناء على عالمية هذه الشبكة و انتشارها الواسع بين جميع شرائح المجتمع بكافة دول العالم، و اعتبارها الوسيلة الأفضل للتواصل، مما أدى إلى سهولة الوصول إلى المعلومات و المنتجات و حتى الخدمات، إذ قام الأفراد بطلب المنتجات و الخدمات التي يرغبون فيها من مواقع الشركات العارضة مباشرة، و بالتالي تكثيف الجهود من قبل الشركة المصنعة إلى امتلاك مواقع على شبكة الانترنت فيها تلك الخدمات و المنتجات باستغلال القاعدة العريضة من المستهلكين الموجودة على الشبكة الالكترونية¹

فالتجارة الالكترونية اليوم هي بمثابة لغة عالمية جديدة بمختلف الاقتصاديات ؛ و الجزائريون ليسوا بجاهلين لأبجديات هذه اللغة، فامتداد رقعة استعمال الانترنت من المحيط الجامعي إلى أوساط مختلف فئات المجتمع، أحدث تغييرا كبيرا في التعاملات التجارية للجزائريين ، و قد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني أنماط حديثة لتسويق منتجاتها عبر الانترنت و إيصالها للمستهلكين . مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الانترنت و إيصالها للمستهلكين و هو ما يعرف بتجارة التجزئة الالكترونية " B2c " و التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا لحرية الاختيار و اقتصاد الوقت و التكاليف.

و في دراسة بعنوان ويب ديالنا " webdialna " التي قامت بعد كل مؤسسة ايديانك وميدياتك Ideatic et Mediatik سنة 2021 و التي جاءت بنتائج هامة حول استعمال الانترنت، و كذا عدد المشتركين

¹ مصطفى موسى العطيّات، الجوانب القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية- حماية العلامة التجارية الكترونيا، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، ط1، سنة 2011 ص 223

في الشبكة خاصة و أن البيوت تجهزت في معظمه ا بوسائل الإعلام الآلي و التقنيات الالكترونية الحديثة¹، حيث بلغ عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر 26,35 مليون شخص بنسبة 59,6% من العدد الإجمالي للسكان و يستخدم 88,3% من الجزائريين عبر هواتفهم المحمولة أرصدة الانترنت ذات الدفع المسبق و 11,7% منهم الانترنت بالدفع البعدي (الاشتراك) في حين يجوز 42,8% منهم من يفوق سنهم 15 سنة على حساب بإحدى المؤسسات المالية و 3,2% على بطاقة ائتمان 5,1% ذكور و 1,3% إناث و يقوم 4,6% منهم بعمليات الشراء عبر النت (1) و لعل هذا ما أوجد ضرورة ضبط الإطار القانوني للتجارة الالكترونية حتى تؤدي الحذر المنوط بها، و ذلك من خلال خلق نصوص قانونية و تماشى وقائع هذا النشاط التجاري و لعل القانون رقم 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية² نظم هذا النوع من المعاملات التجارية الالكترونية من خلال اشتراطه أن يحترم التاجر بما يلي :

1- أن يجوز التاجر سجلا تجاريا الكترونيا ضمن هذا المسعى، فقد أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 112/18 المؤرخ في 15 افريل سنة 2018 المحدد لنموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء الكتروني³، و تبعا لذلك فقد عمد المشرع إلى إصدار المرسوم التنفيذي السالف الذكر قبل إصدار قانون التجارة الالكترونية بغرض تهيئة الأرضية القانونية و المادية لتسهيل عملية التجارة الالكترونية، لأن هذا الأمر من شأنه قطع الطريق على الأشخاص غير المعنيين بممارسة التجارة الالكترونية، ما يجعل المستهلك في مأمن من أي احتيال أو نصب .

¹ www.echoroukonline.com

² www.echoroukonline.com مقال هذه آخر احصائيات مستخدمي الانترنت التواصل بالجزائر بتاريخ 2021/02/11 a
consulté a 26 /03/2022 a 9 :48H

³ www.echoroukonline.com مقال هذه آخر إحصائيات مستخدمي الانترنت و شبكة التواصل بالجزائر ،بتاريخ 2021/02/11 شوهد 13/10/2022 على الساعة 10:13

هذا و لا بأس أن نوضح بأن السجل التجاري الالكتروني يتضمن منح التاجر الالكتروني رمزا الكترونيا يسمى باختصار (س ت إ)¹ و قد بينت المادة 04 من المرسوم رقم 18-112 السالف الذكر معايير طبع الرمز الالكتروني (س ت إ) و هي بحسب المادة 04 كما يلي:²

1-مكان وضع الومز على الوجه، يمين الجهة العليا لمستخرج السجل التجاري.

2-اللون: رمز مطبوع بالأسود على خلفية بيضاء محاط بإطار أسود.

3-أن يحوز التاجر موقعا الكترونيا: إذ لا بد أن ينشئ التاجر موقعا الكترونيا لنشاطه التجاري ، و يكون خاصا به يعرض فيه خدماته أو منتجاته الالكترونية للمستهلكين الم تصفح للمواقع الالكترونية؛ في نفس السياق على التاجر وضع خطوات التعاقد على مستوى الموقع الالكتروني ، مع إرفاقها بكل متطلبات المصارحة و المكاشفة ضمن إطار الرضائية في إبرام العقود، و بعد إبرام العقد و تحضير الوثيقة على المستهلك أن يلتزم بدفع الثمن بعد إعداد وثيقة العقد الالكتروني، و هنا على التاجر وضع نافذة تسمح بالدفع الالكتروني في حسابه التجاري البنكي من أجل تسهيل عملية التبادل التجاري.

و هنا ما يمكنها القول بأن هذا النوع من التجارة يسمح لنا بتوفير مساحة عمل افتراضي لعدد لا بأس به من الأشخاص الراغبين في ممارسة التجارة غير الحائزين على محل للقيام بذلك ما عدا سكناتهم ، بحيث أن التاجر الذي لا يملك محلا تجاريا يضم عنوانه الشخصي كبديل من أجل تحقيق

¹(س ت إ)اختصار بعارة سجل تجاري الكتروني

² القانون رقم 18/112 المؤرخ في 15 ابريل سنة 2018 المتضمن نموذج مستخرج لسجل التجاري الصادر بواسطة إجراء الكتروني ، ج ر ج ، الصادرة بتاريخ 11 أبريل سنة 2018، العدد 21، ص 07

الضمان في المعاملات التجارية بحيث يسمح هذا النوع من التجارة لبعض التجار ب و حتى الحرفيين من التسويق .

لمنتجاتهم بطريقة سهلة و سريعة و دون أعباء اقتصادية ، خاصة للأشخاص الذين هم في بداية مساهمهم التجاري، إذ أن ذلك يجنبهم المعدات المادية و التكاليف الباهضة.

كما أن هذا النوع من التجارة مكن الأشخاص الساكنين في المناطق النائية من التسويق لمنتجاتهم من أماكن إقامتهم ؛ دون الحاجة للتنقل بصفة شخصية و نفس الشيء للأشخاص المعاقين و ذوي الاحتياجات الخاصة.

أما بالنسبة للمؤسسات و الشركات فإن استعمالها للانترنت في التجارة محشم بالنسبة لمثيلاثها في الدول الأخرى نظرا لعدم وجود جاهزية رقمية¹، و التي تقاس بجاهزية الدول للاندماج في المجتمع المعرفي، و تقوم على أساس المحيط السياسي و الاقتصادي للبلد، و مستوى التطور التكنولوجي بمعنى مدى استعمال التكنولوجيات الحديثة من طرف الأفراد و المؤسسات و الحكومة و رغم كل هذا و ذاك نجد هناك مؤسسات قررت خوض غمار هذه التجارة الالكترونية، نذكر على سبيل المثال لا الحصر شركة الخطوط الجوية Air Algerie، و التي تعرض خدماتها عبر شبكة الانترنت من خلال تقديم التذكرة الالكترونية، و التي يتم التوصل إليها بمجرد التسجيل عن طريق البريد الالكتروني في موقع الشركة، ثم اختيار طريقة الدفع الالكتروني عبر البطاقات البنكية، البطاقة الزرقاء، بطاقة فيزا كارد، أو بطاقة ماستر كارد، و بعد الدفع تحصل على تذكرة الالكترونية، و ما عليك إلا طباعتها بعد ذلك، و تتميز هذه التذكرة بأنها منخفضة التكاليف و تقلل من فترة الانتظار في مصالح المطار للتأكد من المعلومات، و هي تضم المعلومات حول الرحلة و الزبون، و لا يمكن استخدامها من قبل

¹ 34 :23 a 04/04/2022 consulté a html article-22 56871 2022/02/04 .algt.com

الغير في حالة الضياع و قد بيع ما يفوق 5500 تذكرة الكترونية في الأشهر الأولى من فيفري سنة 2008¹ و هو ما يؤكد نجاح هذه العملية عبر موقع طيران الجزائر .

الفرع الثاني: تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر

أمام التطور الحاصل في مجال التجارة الالكترونية ، فقد ازدهرت التعاملات في هذا المجال و انتعشت ، و ما عززها أكثر هو انتشار عديد المواقع عبر الانترنت و التي يعتمد عليها في مجال البيع و الشراء ، و اعتبرت مقصد العدي من الناس و نعدد أفضلها²:

أولا: موقع جوميا : و يعتبر موقعا ضخما للغاية في مجال التجارة الالكترونية ، و يحتوي على آلاف السلع و الخدمات و البضائع المختلفة مثل الأدوات الالكترونية و الهواتف المحمولة و غيرها الكثير، و لقد ظهر لأول مرة عام 2014 و بدأ بتقديم خدماته المتنوعة لمختلف الزبائن، و يمكن التسوق من خلال الموقع الرسمي ، أو من خلال تحميل تطبيق جوميا لهواتف الاندرويد ، أو تحميل تطبيق جوميا لهواتف الأيفون العاملة بنظام IOS .

ثانيا: موقع علي اكسبرس: يعتبر موقعا ناشئا في مجال التجارة الالكترونية ، حيث دخل عالم المنافسة سنة 2010 بصفته تابعا لشركة علي بابا الصينية الرائدة في مجال التسوق العالمي ، و يمكن التسوق من خلاله باستخدام الطرق التالية:

¹ داود علي بوجمة ، تقنيات التجارة الالكترونية و تطبيقاتها في المؤسسة الجزائرية، دار الغرب للنشر و التوزيع، الجزائر، سنة 2008 ،ص 91

² à consulter le 02/04/2022 à 12 :40 www.Tigaratuna.com/article أفضل تطبيقات التسوق بالجزائر و أشهرها

-التسوق عبر الموقع الرسمي أو تحميل تطبيق علي اكسبرس للهواتف العاملة بنظام الاندرويد، أو تنزيل التطبيق على هواتف أيفون العاملة بنظام IOS .

ثالثا: موقع Achago: و يعتبر التطبيق الأول من نوعه بحيث يسمح للعملاء و المتسوقين بتحميله مجانا عبر شبكة الانترنت، و يتميز بلوحة استخدام مرنة و سهلة للتسوق مع إمكانيات شحن المنتجات بسرعة و بتكاليف منخفضة و يمكن التسوق من خلال التطبيق، أو من خلال الموقع مباشرة أو بتحميله.

رابعا: موقع Shein: وهو موقع متخصص بمواد التجميل و الإكسسوارات و الأزياء النسائية، ويزود العملاء بخدمة التسوق، بعدة لغات مختلفة كما يقدم خدمات شحن المنتجات .
الاستبدال و الإرجاع و دفع ثمن المنتجات عن طريق بطاقات الفيزا كارد ، أو حسابات بلبي بال، و يمكن استخدامه إما بالتسوق مباشرة من الموقع ، أو تحميل التطبيق بشكل مجاني على الهواتف الـمحملة بنظام الاندرويد، و كذا تنزله في هواتف الأيفون العاملة بنظام IOS.

خامسا: موقع Namshi: و هو موقع إماراتي عامل في الجزائر يقدم خدمات الشراء والشحن للبضائع المتنوعة النسائية والرجالية بطرق دفع مختلفة من فيزا كارد إلى باي بال ، و يتيح للعملاء خدمة الاستبدال و الإرجاع للبضائع ، ويعمل إما بالتسوق مباشرة من الموقع NAMSHI ، وبتحميل التطبيق على هواتف الأندرويد، أو تنزيل التطبيق على هواتف الأيفون العاملة بنظام IOS.

سادسا: تطبيق JAMALON: وهو الموقع الأكثر تخصصا في بيع الكتب الالكترونية في الجزائر يقدم خدماته طوال 24 ساعة/7 أيام، و يتيح للعملاء الدفع بطرق مختلفة و يزودهم بميزات الاستبدال الإرجاع

للبضائع بعد الشحن، و يعمل إما بالتسوق مباشرة للموقع JAMALON، وبتحميل التطبيق على الهواتف الاندرويد أو بتنزيل تطبيق على هواتف الأيفون العاملة بنظام IOS.

سابعا: موقع واد كنيس¹ وهو من أشهر المواقع انتشارا وسط مستعملي الأنترنت، وقد تأسس سنة 2006 من قبل 05 شبان، وهو يقدم خدمات عدة كتصميم المواقع بأنواعها، منها دعم المواقع بالبرامج و الأفكار اللازمة، توفير فرص الإعلان لكل من يريد عرض سلعته وخدماته ويوفر مساحات اشهارية للشركات و المؤسسات الاقتصادية في موقع مزود بتقنيات و برمجيات تسمح بالتواصل بين المعلنين و المطلعين على الإعلانات عن طريق محادثات نصية عبر الموقع، وإمكانية التواصل وتبادل الخبرات عبر البريد الالكتروني و يصل عدد الإعلانات في اليوم إلى 7500 إعلان .

أما السلع المعروضة في الموقع فهي سيارات، عقارات، أجهزة إعلام آلي، هواتف، ملابس، إعلان توظيف، أجهزة الكترونية، أدوات رياضية ،وهي معروضة من قبل مؤسسات جزائرية و مستهلكين جزائريين ، كما يعرض سلع لمغربيين جزائريين يعرضون سلعهم من خارج الوطن ،لابل حتى مؤسسات أجنبية مثلا و كالات عقارية اسبانية لعرض عقاراتها على الموقع.

و يتم الدفع عن طريق الحساب الجاري أو عن طريق الشيك أو نقدا في مكتب واد كنيس.

الفرع الثالث: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر

إن استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر شابه العديد من العقبات التي كانت حجر عثرة له ،ومن خلال هذا الفرع سنقوم بعملية تتبع تلك العقبات و هي:

¹ صراع كريمة، واقع و أمن التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير ،علوم تجارية ،تخصص إستراتيجية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية ،جامعة وهران، سنة 2013-2014، ص 159

أولاً: العقوبات التقنية و التكنولوجيا:

إن ضعف البنية التحتية للاتصالات في الجزائر، و عدم مواكبتها للتطورات التقنية العالمية، والتي تشمل على الاتصالات و ما يرتبط بها من برامج و تجهيزات وأنظمة يعد عائقاً كبيراً أمام التجارة الالكترونية، فهناك نقص واضح¹ في الاعتمادية و الأمان و المعايير و البروتوكولات التي تنظم عمل التجارة الالكترونية عبر الانترنت، ولا يوجد حيز حتمي Band width كافي للاتصالات السلكية، و اللاسلكية، كما أن عدم وجود أنظمة و تقنيات كافية لحماية تبادل المعلومات و البيانات بسرية تامة و الحفاظ على الخصوصية جعل الكثير من الأفراد يخشون القيام بأعمال تجارية الكترونية خشية تسرب المعلومات الشخصية الخاصة بهم، أو المتعلقة بالشركات التي يديرونها مما يجعلها اداة في أيدي المنافسين و المتربصين.

ثانياً: العقوبات القانونية:

بالرغم أن الجزائر سنت عدة قواعد قانونية تمس بشكل أو بآخر بعض الجوانب في التجارة الالكترونية كقانون الجريمة الالكترونية، و بعض القوانين الأخرى إلا ان هذا لا يعد كافياً أمام الرغبة في النهوض بهذه التجارة و تطويرها و الاعتماد عليها في الاقتصاد الوطني و لعل أهم ما يعيقها هو: (أ) عدم الكشف عن هوية المتعاملين أو التأكد من صحة البيانات الشخصية الخاصة بهم مما يولد عدم الثقة بين الأطراف المعنية.

(ب) وجود مواقع وهمية أو ذات محتوى غير مشروع و منافية للأخلاق و النظام العام مما يخلق لنا اللاحماية للمستهلك .

¹ محمد سعيد أحمد اسماعيل، المرجع الأسبق، ص 68

ج) حجية العقد الالكتروني في غياب وثائق ورقية لإثبات الصفقات التجارية الالكترونية بالنسبة للدول التي تعترف بحجية مخرجات الوسائل الالكترونية الحديثة.

ح) إشكالية وسائل الدفع الالكتروني و تأمين الحماية القانونية و التقنية للمتعاملين من الاعتداء غير المشروع على بطاقات الائتمان و الحسابات البنكية و غيرها من المعاملات المالية الالكترونية¹

د) تطور نظام الدفع الالكتروني و الصرفة الالكترونية بغية إنجاح هذه التجارة رغم كل الجهود الحثيثة في مجال إلا أن الجزائي لا تزال بعيدة عن المستوى المطلوب ، خاصة بعد تقييد مبلغ الدفع الالكتروني بقيمة 10.000,00 دج ما يعد ضريبة قاضية على التجارة الالكترونية .

ثالثا: العقبات الاجتماعية: إن المجتمع بكل هيئاته و مؤسساته و أفراداه مطالب بتوفير مناخ ثقافي و بيئة قانونية مناسبة للتجارة الالكترونية، فأمام محدودية الوعي بهذه التجارة و افتقارهم إلى الحد الأدنى من المعرفة بهذا المفهوم للتجارة و كيفية الاستفادة منها، و عدم المعرفة الأكيدة بأصولها و فنونها و محدودية تفعيلها و ربطها بالأسواق الفلاحية² كلها عوامل من شأنها تثبيط هذا النوع من التجارة و جني خسائر مالية كبيرة في الاقتصاد الوطني .

¹ محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع الأسبق، ص 70

² المرجع نفسه، ص 69

الفصل الثاني

الفصل الثاني: التجارة الالكترونية وحماية المستهلك الالكتروني

إن ظهور التجارة الالكترونية أثر بشكل كبير على النظام القانوني للعقود التقليدية ، فظهر ما يسمى بالتسوق عبر الانترنت، و الذي يكون فيه المستهلك في الغالب أحد أطرافه الأساسية، بحيث يقوم بطلب السلع و الخدمات عن طريق شبكة الانترنت بكل سهولة و يسر، لاولي يدفع ثمنها الكترونيا ، و يتلقى بياناتها و مواصفاتها و كل ما يتعلق بها عن بعد، عبر وسائل الاتصال الحديثة و دون مغادرة مكانه، غير أن هذا كله، و بالنظر إلى مزايا التسوق عبر الانترنت الإيجابية الكثيرة، نجد بالمقابل مزايا أخرى سلبية أوجدتها بعض الأمور المستجدة، كظهور بعض المتعاملين الذين يعهدون الغش و التدليس، و يستعملون طرقا و أساليب من شأنها الإضرار بالمستهلك و سلامته، و لعل هذا ما سنحاول التطرق إليه و اثراخه من خلال هذا الفصل الذي قسمناه الى مبحثين خصصنا الأول لمفهوم المستهلك و المورد الالكتروني والثاني خصصناه للحماية التي كفلها المشرع للمستهلك في التجارة الالكترونية .

المبحث الأول: مفهوم المستهلك و المورد الالكتروني

إن ظهور التجارة الالكترونية افرز لنا مفاهيم جديدة للوجود ،أصبحنا نتعامل بها في حياتنا اليومية ،نذكر منها مايعرف بالمستهلك الالكتروني و المورد الالكتروني، واللذين سنوضحهما بالشرح المستفيض من خلال هذا المبحث الذي قسمناه الى مطلبين،الأول لتعريف المستهلك و الثاني لتعريف كل من المستهلك الالكتروني و المورد الالكتروني .

المطلب الأول: تعريف المستهلك

تعددت التعاريف التي خصت المستهلك ما بين الفقه و التشريع وهذا ماسنوضحه في التالي :

الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك

اختلف الفقه في إعطاء تعريف للمستهلك، حيث انقسم إلى قسمين: اتجاه ضيق و آخر متوسع و هذا ما سنوضحه فيما يلي:

الاتجاه الضيق: عرف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يجوز أو يملك أو يستعمل سلعة أو خدمة معروضة في السوق، عرضاً مهرباً، بحيث لا يكون هو الذي صنعه أو حولها أو وزعها أو عرض الخدمة ضمن إطار مهني أو تجاري¹

في حين عرفه الأستاذ كورن CORUN بأن المستهلك هو كل مشتر غير مهني لأموال الاستهلاك، والتي تخصص لاستعماله الشخصي²

أما الأستاذ قيسنن GHESTIN فقد عرفه بأنه الشخص الذي من أجل حاجاته الشخصية غير المهنية يصبح طرفاً في عقد توريد أموال أو خدمات³

و عرفه أيضاً الفقيه الفرنسي calais-Auloy بأنه شخص طبيعي أو معنوي يحصل أو يستعمل السلع أو الخدمات لغرض غير مهني⁴

الاتجاه الموسع: و قد ساد هذا الاتجاه مع بداية ظهور الدعوى إلى حماية المستهلك الذي تجسد في نداء الرئيس الأمريكي كندي Kennedy من أن المستهلكين هم نحن جميعاً¹

¹ خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، سنة 2008، ص 23

² أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة دار الجامعة الجديدة النشر، بدون طبعة، الإسكندرية، سنة 2005، ص77

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة

⁴ Galais-Auloy (j) et steinmetz (F) Droit de la consommation , 5^e édition ,Dalloz 200 ,P7 au 10

بحيث أدخل أنصار هذا الاتجاه المهني أو المتخرف ضمن فئة المستهلكين، بحيث رأوا بأن المستهلك هو كل من يرم تصرفاً قانونياً من أجل استخدام المنتج أو الخدمة في أغراضه الشخصية، وأغراضه المهنية²

و بالتالي يمكن الإجماع على أن الفقه رأى بأن المستهلك هو الشخص الذي يتعاقد من أجل الحصول على ما يلزمه من سلع و خدمات، لاستخدامها في غير مجال نشاطه المهني، أي لاستخدامها في مجال منبت الصلة عن هذا النشاط³ بشرط أن تتوفر فيمن يكتسب صفة المستهلك أموراً ثلاثة هي:

1- أن يكون من الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع و الخدمات.

2- أن يكون محل الاستهلاك السلع أو الخدمات.

3- أن يكون الغرض من الحصول على السلعة أو الخدمة لأغراض شخصية أو عائلية و ليس لأغراض تجارية .

الفرع الثاني: التعريف التشريعي للمستهلك

تباينت التعريفات بشأن المستهلك وفق التشريعات الدولية و العربية، فقد عرف القانون

الفرنسي الصادر في: 26 يوليو 1993 المستهلكين بأنهم الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني⁴

أما السوق الأوروبية المشتركة فقد رأت بأن المستهلك ليس فقط مشتري أو مستخدم سلع أو خدمات لاستعماله الخاص و العائلي، بل كل شخص تمسه مختلف مظاهر الحياة الاجتماعية بطريقة

¹ محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة و مرتفقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة، العدد 24، سنة 2005، ص 20

² خالد ممدوح ابراهيم: المرجع الأسبق، ص 24

³ المرجع نفسه، ص 24-25.

⁴ خالد ممدوح ابراهيم، المرجع الأسبق، ص 27

مباشرة أو غير مباشرة باعتباره مستهلكاً¹

أما القانون اللبناني الخاص بحماية المستهلك رقم 13068 لسنة 2004 فقد عرف المستهلك في المادة الثانية، بأنه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، و ذلك لأغراض مرتبطة بنشاطه المهني² في حين عرفه القانون المصري رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بحماية المستهلك في مادته الأولى بأنه كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات، لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص.

أما في الجزائر فنجد القانون المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 315-01 المؤرخ في 16 أكتوبر سنة 2001 و الذي يعرفه في المادة الثانية منه بأن المستهلك : هو كل شخص يقتني بئمن أو ملجأ منتجاً أو خدمة .
معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو راحة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.

بينما عرفته المادة (03) في فقرتها الأولى من القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش بأن المستهلك هو: كل شخص طبيعي أو معنوي، يقتني بمقابل أو ملجأ سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي، من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به، و من خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن مفهوم المستهلك تطور شيئاً فشيئاً لدى المشرع و أجمعت كل التعريفات إلى أن المستهلك هو الشخص الذي تنتهي عنده عمليّة التداول.

المطلب الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني و المورد الإلكتروني

يعتبر مفهوم المستهلك من المفاهيم الجديدة ضمن الفقه القانوني، وقد واکب ظهوره العديد من التشريعات، التي تناولت المفهوم بإسهاب ، و أمام التطور التكنولوجي الجديد وما فرضته التقنيات

¹ المرجع نفسه، ص26

² المرجع نفسه، ص31

العصرية ، والثورة العلمية برزت مفاهيم جديدة متداخلة مع مفهوم المستهلك ، كبروز مفهوم المستهلك الإلكتروني و المورد الإلكتروني ، و هذا ما سنتناوله من خلال هذا المطلب بفرعيه .

الفرع الأول: تعريف المستهلك الإلكتروني

لقد عرف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني في نص المادة 03/06 من القانون رقم 18-05 بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتقني بعوض ، أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي¹ ؛ فالمشرع هنا أسقط عبارة من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به ، والتي جاءت في القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش عند تعريفه للمستهلك، بحيث اشترط في المستهلك الإلكتروني تجريده من كل ما هو ذو طابع مهني ، و أن تكون نيته الانتفاع بهذه السلعة أو الخدمة تلبية لحاجاته الشخصية بعيدا عن الأغراض المهنية.

الفرع الثاني: تعريف المورد الإلكتروني:

عرفه المشرع الجزائري في نص المادة 04/06 من القانون رقم 18-05 المورد الإلكتروني: بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق ، أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

وللإشارة فإن المشرع الجزائري ضيق مفهوم المورد الإلكتروني الذي يستعين في تسويقه للسلع أو الخدمات بأشخاص يساهمون في التحكم في المحتوى المعلوماتي للعملية الاستهلاكية الإلكترونية .

نذكر مثلا المواقع الإلكترونية المخصصة لعرض المنتجات الخاصة بالموردين و التي تعد متاجرا افتراضية، فالمورد هنا هو صاحب السلعة تجاه المستهلك الإلكتروني.

¹ القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ج، العدد، 28، ص04

إذ يعد اقتصار المشرع في تعريفه للمورد على أنه صاحب السلعة أو الخدمة المعروضة للتسويق يجعل باقي الأشخاص المتدخلين في عملية التوريد خارج الإطار ولا مركز قانوني لهم تجاه المستهلك الإلكتروني، فهم يعتبرون بالنسبة له مركز عبور للوصول إلى المورد الإلكتروني. غير أن المشرع و مع تضييقه من جهة، إلا أنه وضع شروطا لممارسة نشاط التجارة الإلكترونية وأضفى حماية أكبر للمورد الإلكتروني وهو ما جاء في نصوص المواد 08-09 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية هي:

- القيد في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية و الحرفية حسب الحالة و لنشر موقع الكتروني، أو صفحة الكترونية على الانترنت مستضاف في الجزائر بامتداد " Com .dz " .
- أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.
- إنشاء بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية .

المبحث الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني

أمام انتشار التعامل بالتجارة الإلكترونية ، و المزايا العديدة و الكثيرة لها ظهر بالمقابل هاجس الجرائم التي استهدفت المستهلك الإلكتروني باعتباره محور هذه التجارة ، و باعتباره الحلقة الأضعف أمام لوبيات هذه التجارة ، مما استوجب تدخل المشرع بغية توفير الحماية اللازمة له ، وهذا وماستطرق إليه من خلال هذا المبحث ، و الذي قسمناه إلى مطلبين ، الأول خصص للحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية ، و الثاني خصص للحماية الجزائية للمستهلك في التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول : الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية

تعني قوانين الدول بحماية المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في معاملات التجارة الإلكترونية ، و تشكل حمايته هما رئيسيا في هذه الدول ، ليس فقط للحكومات و الهيئات التابعة لها ، وإنما للجمعيات ومنظمات المجتمع المدني، و الجزائر على غرار هذه الدول سعت إلى حماية المستهلك ، من

خلال سن مختلف التشريعات و القوانين ، و اتخاذ مختلف التدابير الإجرائية لتفعيل هذه الحماية ، وهذا ماسنوضحه في هذا المطلب بفرعيه، أثناء قيام العقد و أثناء تنفيذ العقد

الفرع الأول: حماية المستهلك أثناء قيام العقد

أولاً: حق المستهلك في الإعلام

من حق المستهلك أن يبصر بالمعلومات الجوهرية الخاصة بالمنتج أو السلعة أو الخدمة ، ولعل هذا ما جاء به المشرع في نفس المادة 4 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بقولها: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات و بشروط البيع"¹

و يعتبر الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الالكتروني التزام سابق على التعاقد الالكتروني ، يتعلق بالالتزام المورد بإعلام و تبصير المستهلك بمعلومات شاملة في كل ما يتعلق بعملية البيع عبر شبكة الانترنت أو أي وسيلة إلكترونية، حتى يكون المستهلك على دراية تامة بكل تفاصيل عملية التعاقد، لم يحقق الأمان للمستهلك الالكتروني، و يمنحه حماية شفافة وفعالة، ليست أقل من الحماية الممنوحة له في الأشكال الأخرى من التجارة.²

و لبيان كيفية إعلام المستهلك و خاصة المستهلك الالكتروني يجب تحديد أطراف عملية الإعلام، و هم كئ من :

1- المنتج: و هو كل شخص معنوي او طبيعي يقوم في إطار نشاطه المعتاد بإنتاج مال منقول، معد للتسويق سواء في شكل منتج نهائي أو مكونات أي عمل آخر³ و يعتمد المنتج في إنتاجه الصناعي

¹ المادة 04، القانون رقم 02-04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق لـ 22 يونيو سنة 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر. ج العدد 41 ص 03.

² محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع الأسبق ، ص 362.

³ علي فيلاي، التزامات- الفعل المستحق للتعويض -موقف للنشر، الجزائر، ط2، سنة 2007، ص270.

على مهاراته الشخصية، و قوته البدنية، و يقع عليه الالتزام بالإعلام في كل سلعة تطرح على جمهور المستهلكين و خاصة السلع المعقدة و الحديثة التي تجهل خصائصها و مكوناتها .

2-التاجر الالكتروني : وهو الوسيط بين المنتج و المستهلك فهو يشتري السلع من المنتج و يقوم بإعادة بيعها للمستهلك ، و يقوم على عاتقه الالتزام بتبصير المستهلك حول ماهية السلعة المتعاقد عليها.

3-المستورد: و هو من يشتري السلع من أجل إعادة بيعها و يحترف ذلك بحيث يلتزم هو الآخر بتبصير، و إعلام المستهلك حول السلعة المطروحة ، وهذا ما جاءت به المادة 10 و المادة 11 من قانون التجارة الالكترونية موضحة إياه، فالمادة 10 قالت : بأنه يجب أن تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبقة بعرض تجاري الكتروني و أن توثق بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الالكتروني ، أما المادة 11 في جزئها الأول فقد أشارت إلى ضرورة أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري الالكتروني ، بطريقة مرئية و مقرررة و مفهومة ، و ذلك كله يتم بموجب الإعلان الذي يكون مطابقا للحقيقة تماما و قابلا للتجديد و يحتوي على المعلومات التالية:¹

-طبيعة السلعة و نوعها: وذلك ببيان عناصرها مع تركيبها أو مكوناتها، وكذلك الوزن الصافي للسلعة، وحجمها، العدد الموجود فيها، صلاحية السلعة و المدة التي يستطيع من خلالها المستهلك استعمالها بشكل يضمن فعالية تلك السلعة و بحسب طبيعتها، ذكر بلد المنشأ إضافة اسم المصنع و عنوانه بحيث يمكن الاتصال به و إثبات مسؤوليته.

هذا إلى جانب تحديد شخصية البائع الالكتروني ، و بياناته التجارية من أرقام و هواتف وتحديد مركز النشاط ،وكذا الموقع و البريد الالكتروني و هذه الإجراءات كلها تهدف إلى حماية المستهلك من المخاطر التي تواجهه عن طريق الموقع الالكتروني تفاديا للنصب والاحتيال .

¹ عثمان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، المبادئ الوسائل الملاحقة مع دراسة مقارنة -منشورات زين الحقوقية و الأدبية، بيروت، لبنان، ط2 سنة 2011 ص 109-110

ثانيا: حماية المستهلك من عيوب الرضا و الشروط التعسفية

أصبح المستهلك في ظل تزايد الإقبال على إبرام العقد ، و المعاملات الالكترونية، عرضة للتلاعب بمصالحه و ضماناته، و محاولة غشه و خداعه، إذ أن المورد الالكتروني في سبيل رغبته في تسويق منتجاته و توزيعها، قد يسعى بوسائل غير مشروعة إلى تضليل المستهلك و خداعه عن طريق إيهامه بوجود مزايا غير حقيقية في تلك السلع ، أو عدم الاهتمام بتوفير متطلبات الأمن و السلامة في منتجاته¹، و حماية للمستهلك و جب التأكيد على أن الرضا له أثره البالغ في التعاقد الالكتروني، كون الرضا صادر من ذي أهلية و غير مشوب بأي عيب من عيوب الرضا، فلا يقصد بكبسة زر الماوس على وجه المفاتيح موافقة المستهلك و قبوله بشروط العقد الالكتروني ، فمقتضى إعلام المستهلك يحقق رضاه الكامل و الموضوعي² لكل بند من بنود العقد تضمنه الإيجاب، و من ثم لا يجب أن يحتوي هذا الإيجاب على شروط تحمل الانحراف بها عن محلها بم يعد تعسفا. و كأثر للواقع الالكتروني لا يتمكن المستهلك من مناقشة شروط العقد و بحثها بحرية³ ، بحيث يكون في مركز متساو مع المهني و المورد الذي ينفرد بتحرير شروط العقد و الذي يتخذ غالبا صورة نم اذج، مطوييت تحتوي على شروط العقد المزمع إبرامه ، و الذي يكون خلاصة لخبرة فنية و قانونية، لا و بل عملية ذات سوابق⁴

و عليه فإن عقود التجارة الالكترونية عقود إذعان استنادا إلى حقائق موضوعية .

إذ أن المهني (المورد) في مركز اقتصادي و معلوماتي قوي ، و أن العقد يتعلق بمبلغ أو خدمات لا غنى

للمستهلك عنها، و الذي يسعى لتلبية حاجياته الشخصية ، أو حاجيات أسرته، فهي ضرورة إذن لا

¹ خالد ممدوح ابراهيم، المرجع الأسبق ، ص 64

² أسامة احمد بدر، المرجع الأسبق ، ص 190

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

⁴ رباحي احمد، أثر التفوق الاقتصادي للمخزن في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري و القانون المقارن، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، العدد

الخامس ، كلية الحقوق، جامعة حسينية بن بوعلوي الشلف، سنة 2008 ، ص 350

يمكنه الاستغناء عنها¹، وأمام كل هذا يذعن المستهلك للإيجاب بما يتضمنه من شروط مطبوعة لا يملك إمكانية تعديلها، مما يخلق لنا عدم التوازن بين طرفي العقد من حيث الحقوق و الالتزامات، ويكون ضد مصلحة المستهلك من جهة و من جهة أخرى يخدم مصلحة المهني (المورد).

و أمام هذه الأضرار التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني، سعى المشرع الجزائري إلى التصدي إلى هذه الظاهرة من خلال إقراره لجملة من الضمانات المنصوص عليها في ضوء الأحكام و القواعد العامة التي جاء بها القانون المدني، كمبدأ سلطان الإرادة، مبدأ حسن النية، إضافة إلى النظريات العامة في التعاقد كنظرية الغبن، الاستغلال... الخ، غير أن هذه الضمانات لم توفر الحماية اللازمة للمستهلك الإلكتروني، كونها تخاطب هذا الأخير على أساس متعاقد لامستهلك، و لهذا عمد المشرع إلى استحداث تقنيات جديدة لمكافحة هذه الممارسات التعسفية، من خلال تنصيبه أجهزة إدارية في صورة لجنة البنود التعسفية إضافة إلى جمعيات حماية المستهلك، كما أجاز المشرع للقضاء التدخل لتفسير تعديل و إلغاء الشروط العقدية ذات الطابع التعسفي، بالإضافة إلى توقيع الجزاء على من يمارس هكذا ممارسات تعسفية و المتمثل في الغرامات المالية حسب نص المادة 38 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

الفرع الثاني: حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد

حلقة المستهلك هناك عدة طرق ووسائل قانونية مستحدثة سنتناولها كالتالي :

أولاً: طرق الدفع الحديثة:

تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية عاملاً خاصاً ذو إستراتيجية و أهمية، و بشكل خاص فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، كونه يدمج تنوعاً غنياً ووفيراً للتسهيلات الوظيفية، و مثال ذلك في أنظمة

¹ أسامة أحمد بدر، المرجع الأسبق، ص 191

الفهوض و الترخيص (تبادل الشيكات و تصفية الحسابات بين مختلف البنوك)، و أنظمة التسوية و التسديد ، و أي منها ربما تعالج البيع بالتجزئة أو تجارة البيع بالجملة عن طريق نقل البضائع و غيرها¹ و قد جاءت المادة 27 من القانون 18-05 موضحه ذلك بقولها: " يتم الدفع في المعاملات التجارية الالكترونية إما عن بعد ، أو عند تسليم المنتج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به، عندما يكون الدفع الالكتروني فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، منشأة و مستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر ، و بريد الجزائر و موضوعه بأي نوع من أنواع الدفع الالكتروني، عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية، و يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود عن بعد عبر الاتصالات الالكترونية "

و تتعدد طرق الدفع أو الوفاء الالكتروني بحيث نجد بطاقات الدفع الالكتروني ، و الشيكات الالكترونية ، و التي تعد من الوسائل التي تم تطويرها بما يتلاءم مع أنظمة الدفع الالكترونية، بحيث تعتبر التزاما قانونيا بسداد مبلغ معين في تاريخ يحدد لصالح شخص أو جهة معينة، و يتم تحريره بواسطة أداة الكترونية، و يتم تذييله بتوقيع الكتروني، و يتمتع الشيك الورقي في الدول التي تعترف بصحة التوقيع الالكتروني بحجته²، ويعتمد الشيك الالكتروني على وجود وسيط يقوم بعملية التحقق والدفع الالكتروني للشيك و غالبا ما يكون هذا الوسيط هو البنوك الالكترونية، التي تعمل من خلال شبكة الانترنت .

هذا إلى جانب الكمبيالة الالكترونية و السند لأمر الالكتروني ، كما أن ظهور النقود الالكترونية التي تحول الوحدات النقدية الالكترونية بشكل رقمي عبر شبكة الانترنت ، و كذا ظهور محفظة النقود الالكترونية، التي تعتمد على نظام القيمة المخزنة للبطاقات الذكية ، والتي يتم التعبير عنها كوحدة

¹ محمد سعيد أحمد إسماعيل ، المرجع الأسبق ، ص 302

² محمد سعيد أحمد إسماعيل ، ص 322

الكثرونية خاصة بالعملة¹، فهي تعتبر مؤمنة كلياً إذ تكفل سرية العقود، و تسمح بمعرفة مقدار المال المتاح بواسطة نظام مصرفي يسمح بمقتضاه للأطراف بالوفاء²

ثانياً: مخاطر الوفاء و كيفية حماية المستهلك:

بالرغم من مميزات وسائل الدفع الالكثرونية الحديثة في تسهيل عمليات التبادل التجاري، إلا أن هناك مخاطر تعتري المستهلك الالكثروني، نظراً لعدم درايته بطرق استخدامها أو لنقص خبرته، و لعل أهم المخاطر التي يمكن ذكرها:

1. المخاطر الأمنية: و هي متعلقة بالمستهلك و التاجر على حد سواء، و هي تتمثل في حالة

فقدان أو سرقة أداة الدفع الالكثرونية، أو قيام الغير باستخدامها بصورة غير شرعية، حيث أن هناك إمكانية اختراق أنظمتها من قبل أشخاص غير مرخص لهم بالمرور، و الوصول إلى المعلومات الخاصة بالعملاء و كشف حساباتهم و الأرقام السرية التي يحتفظون بها³

المخاطر القانونية: و تنشأ نتيجة لانتهاك القوانين المنظمة للعمليات المصرفية الالكثرونية، أو عدم

وضوح القواعد القانونية في بيان حقوق و التزامات الأطراف، أو لعدم وجود اتفاقيات دولية تنظم المعاملات المصرفية الدولية⁴، مما يؤدي بالجرمين المتخصصين في القرصنة على شبكة الانترنت، و كذا مجرمو غسيل الأموال إلى زيادة نشاطهم الإجرامي، مما يستدعي تضافر الجهود من أجل إصدار قوانين أكثر صرامة في المجال .

¹ المرجع نفسه، ص 336

² كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكثروني، دار الجامعة الجديدة مصر، سنة 2012، ص 579

³ محمد سعيد أحمد إسماعيل، المرجع الأسبق، ص 342-343

⁴ المرجع نفسه، ص 345

3-المخاطر الصادرة عن المؤسسات التجارية:

و هي تلك التي تنتج عن انحراف التجار الذين يتعامل معهم المستهلك ببطاقة الائتمان الالكترونية، بحيث يتحصل التاجر على الرقم السري الخاص ببطاقة الائتمان للمستهلك ،ويمكن من سحب الأموال بصورة غير شرعية، و بشكل خاص في حالة عدم إتباع المستهلك لإجراءات الحماية المقررة من البنوك المصدرة لهذه البطاقة، و عليه ينبغي للمستهلك التمسك بطلب الفاتورة الموقعة من التجار الذين يتعامل معهم، و كذلك الاحتفاظ بالإشعار الالكتروني الخاص بالصفقات المنفذة على شبكة الانترنت¹ ،مما من شأنه التصدي لمثل هذه التجاوزات ، و استرداد المبالغ التي يمكن أن تكون اقتطعت من حسابه بشكل خاطئ.

و حماية للمستهلك من مخاطر الوفاء و يجب تأمين وسائل و طرق الدفع الالكتروني، من أجل بعث الثقة لدى المستهلك في استخدام هذه الوسائل، و قد سعت كل من شركتي فيزا و ماستركارد لذلك،من خلال نظام الصفقات الالكتروني SET، و الذي يركز على الاستخدام الآمن لبطاقة الدفع الاعتيادية² ، كما يعتبر التشفير أحد وسائل الحماية أيضا، و الذي يقوم على مبدأ تشفير الأرقام السرية وقت تبادلها عن بعد، و يقيم علاقة ثلاثية ما بين التاجر شركة الخدمات و الهيئة التي تتولى عملية الدفع³، مما يجعله نظاما واقيا من مخاطر سرقة الرقم السري لبطاقة الانترنت، كما يعد

¹ محمد سعيد أحمد اسماعيل، مرجع سابق، ص 344

² بركات كريمة، حماية المستهلك في عقد البيع الالكتروني - دراسة مقارنة - محاضرات لطلبة أولى ماستر تخصص عقود و مسؤولية، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة السنة 2016-2017، ص 128.

³ و لقد يوسف، النظام القانوني للدفع الالكتروني مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ،فرع القانون العام، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2011 ص 154

التوقيع الالكتروني أحد ضمانات حماية المستهلك من مخاطر الوفاء، و الذي يعني بيانات في شكل الكتروني مدرجة في رسالة بيانية أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا، بحيث يجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات، و لبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات¹، فالتوقيع الالكتروني يضمن التحقق من شخصية الموقع، مما يضفي عليه القيمة القانونية، فهو بذلك يفيد في علم كل من الطرفين المستهلك و المورد بأهلية الآخر لضمان صحة العقد، فضلا عن إرادة كل منهما بالتعبير عنها، و ما يحمله ذلك من معلومات عن قدرة كل منهما على الوفاء بالتزاماته من واقع الرصيد البنكي²

د) حماية حق المستهلك في العدول

إن العدول عن العقد حق شخصي مقرر للمستهلك يخضع لمطلق تقديره، و يمارسه وفقا لما يراه محققا لمصلحته، فهو ليس ملزما بإبداء أسباب معينة لهذا العدول، فاستعمال المستهلك لهذا الحق لا يؤدي إلى قيام مسؤوليته، و يعكس الحق في العدول عن التعاقد قدرة المستهلك بعد إبرام العقد على الاختيار بين الخزي في العقد أو الرجوع عنه³، و قد نص المشرع الجزائري على حق العدول بموجب المادة 13 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و المتعلق بحق الضمان بالقول: "يجب على المتدخل خلال فترة الضمان في حالة ظهور عيب استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديله على نفقته"، أما قانون التجارة الالكترونية لم يعرف حق العدول، و إنما نص على حق المستهلك الالكتروني في المادة 22 القانون 18-05 في حالة عدم احترام المورد الالكتروني

¹ محمد سعيد أحمد إسماعيل، مرجع سابق، ص 249

² أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص 213-214

³ خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 225

لأجل التسليم ،اذ يمكن للمستهلك الالكتروني إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعل للمنتج دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر. و في هذه الحالة يجب على المورد الالكتروني أن يرجع للمستهلك الالكتروني المبلغ المدفوع و النفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال أجل 15 يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتج ،و يهدف الحق في العدول إلى حماية رضا المستهلك و تقنيته، ما قد يقربه من عوامل المجازفة المؤدية إلى الندم من خلال إعطائه مهلة إضافية للتروي و التدبر في أمر العقد الذي أبرمه، تفاديا للأخطار المتعلقة بتسارعه في التعاقد خاصة ما تتميز به المعاملات التجارية الحالية من دعاية و إغراء و يتخذ حق العدول صورتان :

الأولى: حق الانسحاب خلال مهلة التفكير السابقة على التعاقد ،وهي إلزامية ينبغي فواتها لإركان انعقاد العقد¹

الثانية: حق النقض خلال مهلة التفكير اللاحقة على التعاقد أي بمعنى حق المستهلك في نقض العقد الذي أبرمه،أي فسخه بإرادته المنفردة ومن تم التحلل من إلتزمه بمقتضى هذا العقد²

وعلى الرغم من أن القانون كفل للمستهلك حقه في العدول ،إلا أنه يتوجب عليه إعلام الطرف الآخر (المورد) بالعدول عن طريق رسالة إلكترونية معلن عليها في العقد ، أو أي وسيلة أخرى متفق عليها ، كما لا يجوز للتاجر أو المورد أن يحمل المستهلك أية مصروفات أخرى سوى مصروفات الرجوع ،ولا يجوز مطالبته بالتعويض، فالحق في العدول هو حق يخول للمستهلك طبقا للقواعد العامة

¹ خالد ممدوح إبراهيم ،المرجع الأسبق، ص 239

² نفس المرجع، نفس الصفحة.

المستحدثة من أجل إحاطته بالحماية اللازمة وفقا لشروط ومدة زمنية محددة منها لت عرف التاجر (المورد) ، و تحقيقا للتوازن في العلاقة بينهم ا فلا يتضرر أي منهما .

و بالتالي فإن خيار المستهلك في العدول عن التعاقد الالكتروني يعتبر حقا تقديريا يخضع لتقريره، فإذا لم يمارس المستهلك خياره في العدول خلال المدة المقررة قانونا، صار العقد الالكتروني عقدا لازما وواجب التنفيذ من قبل طرفيه ،أما في حالة ممارسة المستهلك لخيار العدول وفق الشروط و الضوابط المنصوص عليها في قانون التجارة الالكترونية، فعندئذ يترتب على المورد، التزام رد ما حصل عليه من ثمن بمقتضى العقد الذي أبرمه مع المستهلك كاملا .

الفرع الثالث: ضمانات المورد الالكتروني وحماية حقوق المستهلك في ضمان الأمن

والسلامة و مواجهة العيوب الخفية.

أولا: الالتزام بضمان الأمن و السلامة

أكد القانون الجديد 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية على ضمان المورد لجودة السلعة أو الخدمة موضوع العقد مع المستهلك ،خاصة عندما تناول تعريف التجارة الالكترونية في مادته السادسة 6 بقوله: " التجارة الالكترونية النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح، أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني ،عن طريق الاتصالات الالكترونية"¹

فبمجرد إبرام العقد يصبح المورد الالكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الالكتروني ،فيما يتعلق بحسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد ، وهذا ما أكدته المادة 18 من القانون 18-05 ،مما يرتب ضمنيا ضمان المورد لحيازة السلعة أو الخدمة المطلوبة، من المستهلك شريطة أن تكون متوفرة

¹ المادة 06 من القانون 05/18 مرجع سابق ص 05

بحوزته كما جاءت به صراحة المادة 24 من قانون 05-18: "على المورد الإلكتروني عدم الموافقة على طلبية منتج غير متوفر في مخزونه"، ولعل هذا النموذج عشناه خلال فترة الكورونا، حيث ازدهر التعامل بالتجارة الإلكترونية، بالنظر لمزايا هذه المهمة كونها توفر ما يريد المستهلك عن بعد، غير أن هناك بعض الأمور والتجاوزات التي شابتها، مما أدى إلى تدخل المشرع لضبطه نذكر من تلك الضوابط .

الالتزام بضمان السلامة وهو التزام حديث النشأة، وذو طبيعة خاصة، فهو يعني أن يتوافر في كل منتج ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك و أمنه أو تضر بمصالحه المالية¹ بمعنى ما يلحقه المنتج من أضرار بالمستهلك سواء ذلك راجع لوجود عيب فيه أولئكونه يسبب خطرا².

فقد تناولت المصطلح المادة 140 مكرر من قانون المدني الجزائري³ و اعتبرت الضمان هو ضمان السلامة، و الذي لا يلتم في المستهلك بإثبات الخطأ و لا بشروط العيب، بل عليه إثبات الضرر، و هذا يقوم كقرينة على تعيب المنتج، فمسؤولية المنتج بناء على هذه المادة تقوم على العيب أي انعدام السلامة في المنتج، فإذا تحقق الضرر فهذا يعتبر كأثر لوجود العيب في المنتج، و هذا ما جاءت به المادة 23 من القانون 05-18 بقولها: "يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية، أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا"، فالمسؤولية هنا قائمة على أساس العيب، أحكامها من النظام العام و موحدة بمعنى الاتمير بين المتعاقد و غير المتعاقد.

¹ خالد ممدوح ابراهيم مرجع سابق ص 193

² على فتاك حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، سنة 2014، ص 196

³ الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر.ج، العدد 78، ص 25.

ثانيا: الالتزام بضمان العيوب الخفية.

إن المستهلك الذي يتعاقد عن طريق الانترنت مع المورد لشراء سلعة أو خدمة، يتوقع أن يحصل على سلعة خالية من العيوب، وصالحة للغرض الذي قصده من عملية الشراء، إذ ينشأ التزام على البائع بضمان العيوب الخفية في حالة وجود عيب خفي بالشيء المبوع، مما يؤدي إلى عدم صلاحية المبيع للأغراض التي أعد من أجلها أو المتفق عليها، أو إلى إنقاص قيمة هذا المبيع، و يفترض في التزام البائع بضمان العيوب الخفية في المبيع وفقا للنصوص القانونية أن يكون العيب خفيا لأنه إذا كان ظاهرا فإن ظهوره هو قرينة دامغة على أن المشتري قبله، و بالتالي لا يمكن أن يتضرر من وجوده بعد إبرام العقد.¹

وفي حالة اكتشاف عيب بالسلعة مكن المشرع الجزائري المستهلك من إرجاع السلعة الى المورد وهذا ما اشارت إليه المادة 2/23 من القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية بقوله ا: "يجب على المستهلك الالكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع الإشارة إلى سبب الرفض و تكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد و يلزم المورد الالكتروني بما يلي:

-تسليم جديد موافق للطلبية أو

-إصلاح المنتج المعيب أو

-استبدال المنتج بآخر مماثل أو

¹ غسان رباح المرجع الأسبق، ص 143.

-إلغاء الطلبية و إرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر.

يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشرة (15) يوما من تاريخ استلامه المنتج".

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك في التجارة الإلكترونية.

إن حاجة الشخص سواء كان مستهلكا تقليديا أو الكترونيا هي التي تدفعه إلى التعامل مع غيره لاقتناء مختلف السلع و الخدمات ، التي تلي رغباته فمع التطور التكنولوجي الحاصل و ما يعرف بعصر السرعة، أصبح من الأهمية بمكان أن يقوم المستهلك بإبرام تصرفات في إطار عقود التجارة الإلكترونية خاصة في هذه السنوات الأخيرة، وما شهده العالم من نقلة نوعية في مجال التجارة خاصة، بعد الذي فرضته جائحة كورونا من ظروف استوجبت اقتناء الأشياء و المستلزمات و السلع و الخدمات ، عن بعد لكن غالبا ما يفتقد هذا المستهلك إلى المعرفة و الخبرة ، مما يخلق تفاوتات كبيرا في المعرفة الفنية ، والمركز الاقتصادي بينه و بين المورد الإلكتروني ، وبالتالي يسبب إضرارا بمصلحته الشيء الذي، استوجب تدخل المشرع لإضفاء الحماية القانونية ، و الجزائية للمستهلك و منحه الحق في رفع دعوى قضائية ، و المطالبة بالتعويض عن الضرر من المتسبب في الجرم.

الفرع الأول: الحماية الجزائية للمستهلك قبل قيام العقد

لحماية المستهلك من مختلف الجرائم التي تطاله أثناء تعاقد في إطار التجارة الإلكترونية ، اعتمد المشرع قوانين مستحدثة من شأنها ضمان الحماية اللازمة للمستهلك، و إيقاع الجزاء المستحق لكل من تسول له لنفسه إلحاق الضرر بالمستهلك ، وهذا ما سيوضح لنا من خلال هذا المبحث بفروعه الاثنان .

أولاً: الجريمة الالكترونية و علاقتها بالإعلان التجاري الكاذب

1: تعريف الجريمة الالكترونية:

إن وضع تعريف للجريمة الالكترونية كان محل اجتهادات فقهية فهناك من عرفها على أنها جريمة ذات طابع مادي، تتمثل في كل سلوك غير قانوني من خلال استخدام الأجهزة الالكترونية ينتج منها حصول المجرم على فوائد مادية أو معنوية، مع تحميل الضحية خسارة مقابلة و غالباً ما يكون هدف هذه الجرائم هو القرصنة من أجل السرقة أو إتلاف المعلومات الموجودة في الأجهزة و من ثم ابتزاز الأشخاص باستخدام تلك المعلومات.¹

و هناك من عرفها من الجانب التقني و الفني فالبعض استند إلى موضوع الجريمة و البعض الآخر إلى وسيلة الجريمة²

أما أنصار الجانب الفقهي فقد اعتبروا هذه الجريمة ليست بالجريمة التي يستخدم فيها الحاسب الآلي كأداة في ارتكابها، بل تقع على الحاسب الآلي أو في داخل نظامه فهي إذن نشاط غير مشروع لنسخ أو تغيير أو حذف أو الوصول إلى المعلومات المخزونة داخل الحاسب الآلي أو التي تحول عن طريقه³

¹ بوضياف أسمهان، الجريمة الالكترونية و الإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية و السياسية - جامعة محمد بوضياف، المسيلة، نشر بتاريخ: 2018/05/09.

² فضيلة عاقل، الجريمة الالكترونية و إجراءات مواجهتها من خلال التشريع الجزائري، المؤتمر الدولي الرابع عشر للجرائم الالكترونية طرابلس بتاريخ 24-25 مارس 2017، ص 118

³ عادل يوسف عبد النبي الشكري، الجريمة المعلوماتية و أمة الشرعية الجزائرية، مجلة مركز و دراسات الكوفة، جامعة الكوفة، كلية القانون، العدد السابع سنة 2008، ص 113

في حين عرفها المشرع الجزائري بأنها جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات المحددة في قانون العقوبات، و أي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام للاتصالات الالكترونية¹

و يتخذ الركن المادي في هذه الجريمة عدة صور بحسب كل فعل إيجابي مرتكبا مثلا جريمة الغش المعلوماتي ركنها المادي هو تغيير الحقيقة في التسجيلات الالكترونية أو المحررات الالكترونية²

أما الركن المعنوي فيها هو العلم و الإرادة ، فالعلم و إدراك الفاعل للأمر ، أما الإرادة فهي اتجاه السلوك الإجرامي لتحقيق النتيجة.

في حين أن القصد الجنائي يرجع للسلطة التقديرية للقاضي³

و تتميز الجريمة الالكترونية بخصائص نذكر منها:

1- جريمة عابرة للحدود الدولية كونها تنفذ عبر الشبكة العنكبوتية.

2- جريمة صعبة الإثبات و الاكتشاف لافتقار الآثار التقليدية وغياب الدليل .

المادي و سهولة محو الدليل و تميزه في وقت قصير⁴

¹ خلا عبد القادر المومني، الجرائم المعلوماتية، دار الثقافة للنشر و التوزيع ط1، الأردن 2008، ص 52

² فضيلة عاقل، المرجع السابق، ص 119، 120

³ المرجع نفسه، ص 120

⁴ ذياب موسى البدانية، الملتقى العلمي "الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات و التحولات الإقليمية و الدولية خلال الفترة من 2-3/09/2014" ورقة

علمية بعنوان الجرائم الالكترونية: المفهوم و الأسباب، كلية العلوم الإستراتيجية عمان 2014، ص 20

3- شرط وجود جو الكتروني و المعرفة بتقنيات الاستخدام فكلما زادت خبرة الأفراد بمعرفة تقنية الحاسوب كلما زاد احتمال استخدام خبرتهم بشكل غير مشروع.

2- الإعلان التجاري الكاذب

عرف التوجيه المجلس الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 في مادته الثانية منه الإعلان التجاري الكاذب أو المخادع، بأنه أي إعلان بأي طريقة كانت تحتوي في طريقة تقديمه على أي تضليل، أو قد يؤدي إلى تضليل لهؤلاء الذين يوجه، أو يصل إليهم الإعلان، كما نصت المادة الثانية منه على أن الإعلان المضلل يقع عن طريق إغفال إحدى الخصائص الجوهرية للسلعة المعلن عنها¹

و قد عرفه القانون الجنائي بأنه الإعلان الذي يتم بأية وسيلة كانت و يتناول سلعة أو خدمة، و يتضمن عرضاً أو بياناً أو ادعاء كاذباً أو أنه مصاغ بعبارات من شأنها تؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خداع أو تضليل المستهلك، كما عرفه بعض الفقهاء أيضاً بأنه كل إعلان من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك² و تعود عدم مشروعية الإعلان المضلل إلى خداع المستهلك، وما يرتبه ذلك من آثار سلبية و هذه الجريمة لا تقوم إلا إذا توافر لها ركنا ن أساسيان و هما : الركن المادي ويعني التضليل³ في كل ما من شأنه إيقاع المستهلك في اللبس و الخداع، أما الركن المعنوي فهو قصد المعلن خداع المستهلك من أجل حمله على التعاقد

في حين رأى المشرع الجزائري أن الإعلان التجاري المضلل هو ذلك الإعلان الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو

¹ خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 149

² المرجع نفسه، ص 151

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

مميزاته أو الذي يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر، أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه، أو أنه يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر من مخزون كان من تلك السلع أولا يمكنه ضمان مات الذي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار¹ ولهذا فإن استخدام الإعلان التجاري الكاذب من شأنه إلحاق أضرار بالغة بالمستهلك الإلكتروني، خاصة بعد الاهتمام الكبير بالإعلان، نظرا لتأثيره الكبير في إقناع المستهلك باقتناء مختلف السلع و الخدمات بطريقة الكترونية و بصفة سريعة.

و قد كان المشرع بالمرصاد لمن يقومون بذلك أعمال و هذا ما يسر نوضحه فيما تبقى من العمل البحثي .

ثانيا: حماية المستهلك الإلكتروني جزائيا من الإعلان التجاري الكاذب

في ظل غياب قواعد خاصة لحماية المستهلك، يتقرر اللجوء إلى القواعد العامة و ذلك بالاستعانة بالدعوى المقررة فيها، و تعد الدعوى المدنية من ضمن الوسائل القانونية التي تجسد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية الكاذبة و المضللة، إذ يحق للمستهلك اللجوء إلى القضاء المدني للمطالبة بحقه الذي انتهكه العون الاقتصادي بسبب مخالفته للقواعد الأساسية التي تحكم الإعلانات التجارية بحيث تؤثر على إرادة المستهلك في اختياره للسلع و الخدمات فيقع في الغلط و التدليس بحيث يحق له هنا رفع دعوى إبطال بسبب التدليس الذي اعتري ذهنه نتيجة استعمال المعلن طرقا احتيالية و إخفائه بيانات لو علم بها المستهلك لما أبرم العقد و هذا ما جاء به نص المادة 86 الفقرة 02 القانون المدني الجزائري في حين جاءت الفقرة الأولى من المادة ذاتها بجواز إبطال عقد التدليس .

¹ المادة 28، القانون رقم 02-04، ص 06

فمن خلال هذه المادة يمكن للمستهلك المطالبة بإبطال العقد، وذلك لما أصابه من عيب في إرادته لا اختيار السلع والخدمات، و متى كان التدليس جسيماً و مؤثراً على إرادة المستهلك فله المطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة وفقاً لأحكام المسؤولية التقصيرية للمع لن ، و المطالبة بالإبطال للمستهلك هنا ليست وجوبية و إنما جوازية لاستعمال المشرع لعبارة يجوز في بداية الفقرة الأولى فهي قاعدة مكملة لا آمرة يمكن الاتفاق على مخالفتها أي أن الإبطال يكون اختيارياً.

إضافة إلى دعوى الإبطال بسبب التدليس هناك دعوى أخرى بإمكان المستهلك أن يرفعها ، و هي دعوى التنفيذ العيني و التي تعني المطالبة بتنفيذ الالتزام عينياً عن طريق تسليم سلعة أو أداء خدمة من النوع ذاته أو المطالبة بقيمتها.

و في هذا السياق المتعلق بالإعلان المضلل الكاذب ، فإنه يحق للمستهلك المطالبة بالتنفيذ العيني إذ امتنع المعلن عن تقديم السلعة أو الخدمة وفقاً لما تم الاتفاق عليه، فيطالب المستهلك العون الاقتصادي بتنفيذ التزامه بتسليم الشيء من النوع ذاته الذي تضمنته الإعلان التجاري، حيث يتقرر عليه تنفيذ التزامه عينياً متى كان ذلك ممكناً، فإذا لم ينفذ التزامه جاز للمستهلك الضحية أن يحصل على شيء من النوع ذاته على نفقة العون بعد استئذان القاضي و في حالة الاستعجال دون إذن منه 1 .

كما يمكن للمستهلك أيضاً أن يرفع دعوى التعويض شريطة أن يكون هناك خطأ ؛ و نقصد بالخطأ في الإعلان التجاري قيام المعلن بفعل مخالف للقانون يكون بذلك ماساً بشفافية الممارسات التجارية و نزاهتها و يرتب إذن ضرراً للمستهلك بحيث ليقوم المعلن بمخالفة المادة 28 من القانون 04-02 من خلال ذكره لبيانات و مواصفات المنتج بطريقة غير واضحة توقع تضليلاً للمستهلك ، في حين

¹ موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة - (د.ط)، مكتبة السنهوري، بغداد، سنة 2011، ص 80

جاءت المادة صريحة مانعة لكل إشهار يتضمن هذه التصريحات و البيانات ، و بذلك يكون المعلن قد ارتكب خطأ قانونيا خالف فيه النصوص القانونية المنظمة للإعلانات التجارية و أوقع ضررا للمستهلك ، و هذا ما يلزم هذا الأخير برفع دعوى التعويض للمطالبة بحقه في تعويض الأضرار التي لحقت به و مست ذمته المالية.

فعندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس الشخص المعلن و ذات أصل مشترك فإنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك التأسيس كطرف مدني.

و لهذا أولت الدولة عناية بالغة لهذه الجمعيات باعتبارها تقوم بدور وقائي و احترازي لمنع حصول ضرر للمستهلك و خلق وعي و ثقافة استهلاكية لديه¹

و قد اعترف المشرع صراحة للجمعيات بصفة التقاضي و رفع دعوى ضد الأعوان الاقتصاديين المخالفين لأحكام قانون الممارسات التجارية الذي يكرس مبدأ الشفافية و الوضوح في الإعلانات التجارية .

الفرع الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد.

أولا: الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الغش.

إن الغش الذي يتعرض له المستهلك في نطاق المعاملات المدنية العادية هو نفسه الذي يتعرض له في حال ما إذا أبرم العقد عن طريق الانترنت، بل إن فرصة وقوع الغش في حالة التعاقد عن طريق الانترنت أكبر في ظل انعدام المعاينة للسلعة ، وذلك في الكثير من الأحيان، نظرا لانتشار الدعاية و

¹ الصادق صياد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ،مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية، تخصص قانون الأعمال، جامعة قسنطينة، الجزائر، سنة 2013-2014، ص 136

الإعلان و القدرة على النفاذ إلى المستهلك، مما يجعله محاصرا في كل مكان في بيته، في عمله، خاصة وأن وسائل التواصل بهذه الدعاية تدفعه إلى التعاقد قبل أن يكتشف أنه ضحية لمؤامرة مزدوجة من الدعاية و الإعلان من جهة ، و من المنتج و المورد من جهة أخرى الأمر الذي يتطلب حمايته من الغش و التحايل.

و يعرف الغش التجاري في المجتمع الالكتروني بأنه:¹

"كل فعل أو ممارسة غير أخلاقية تستخدم فيها تقنيات المجتمع الالكتروني و تهدف إلى تحقيق كسب مادي غير مشروع"، غير أن المشرع الجزائري لم يعط تعريفا واضحا و صريحا للغش ، بل نص عليه في المادة 429 من قانون العقوبات بقوله "كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب ، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع . سواء في نوعها أو مصدرها. سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.² و منه يمكن أن تتحقق جريمة الغش بانتزاع أحد عناصر التركيب أو التقليل منها، أو إضافة بعض المواد أو إنقاص أخرى أو القيام بكل فعل من شأنه إحداث تغيير أو تشويه، في طبيعة أو خصائص المواد المذكورة بنص المادة أو المتطلبات الخاصة بها .

و لجريمة الغش ركنان أحدهما و الآخر معنوي و يتحقق الركن المادي بأي فعل من الأفعال التالية:

1- الغش أو الشروع فيه و كذلك الفساد الذي يطرأ على السلعة.

2- العرض أو الطرح للبيع أو بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.

¹ أمير فرج يوسف ، المرجع الأسبق، ص 324.

² الأمر رقم 57-47 مؤرخ في 7 جمادى الثانية عام 1395 الموافق ل 17 يونيو 1975 المتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ، العدد 53، المعدل و المتمم ، ص 759.

3-الطرح للبيع أو العرض لذات الغرض أو بيع مواد مغشوشة أو فاسدة و التي تصل للمستهلك لاحقا من خلال شبكة الانترنت ،أما الركن المعنوي فيتحقق في هذه الجريمة بتوافر نية الغش أي انصراف إرادة الفاعل إلى تحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها في الواقع.

غير أن إثبات جريمة الغش الالكتروني صعبة بالنظر إلى عدة أسباب أهمها¹

1)أنه جريمة لا تترك أثرا بعد ارتكابها

2)صعوبة الاحتفاظ الفني بآثاره إن وجدت.

3)أنه يعتمد على الخداع في ارتكابه و التضليل في التعرف على مرتكبه .

4)أنه يعتمد على قمة الذكاء في ارتكابه.

أضف إلى ذلك أن المورد في عقد التجارة الالكترونية من الصعب تصور جهله لحقيقة العيوب ،التي في بضاعته أو المنتج الخاص به، و يلحق الغش كذلك حالات التقليد في مراحل الإنتاج الصناعي و كذلك تقليد العلامات التجارية المضللة للمستهلك، و التي تدخل ضمن نفس السياق،فمتى توافر الركن المادي فإنه يعاقب المعني بعقوبة الحبس من سنتين إلى خمس سنوات و بغرامة من 10,000 دج إلى 50,000 دينار جزائري²

ثانيا: الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الاحتيال :على الرغم من اتخاذ العديد من

الاحتياطات اللازمة لحماية المستهلك من التصرفات الاحتيالية على شبكة الانترنت، إلا أنه لا يزال هناك تزايد مستمر في أعداد الشكاوى التي تصدر من المستهلكين الذين يتعرضون لأفعال احتيالية

¹ أمير فرج يوسف مرجع سابق ، ص 325.

²الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 53 ص 759 .

على الانترنت ، و تزداد خطورة هذا الأمر بمعرفة مدى التنوع الكبير في أشكال و صور هذا الاحتيال ، و التي تتغير بشكل طردي مع التقدم في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات¹

و المشرع الجزائري لم يشترط في جريمة الاحتيال و النصب أن تلحق ضررا بالمستهلك فمجرد الخداع يعتبر جريمة تامة و بالتالي تعتبر هذه الجريمة من جرائم الخطر و ليس جرائم الضرر² و قد نص المشرع على جريمة النصب و الاحتيال في المادة 372 من قانون العقوبات التي تنص في فقرتها الأولى على أن "كل من توصل إلى استلام أو تلقي أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية" أو وعود أو مخالفات أو إبراء من الالتزامات أو الحصول على أي منها أو شرع في ذلك، و كان ذلك بالاحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشرع فيه، إما باستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مالي أو بإحداث الأمل في الفوز، بأي شيء و في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشبية من وقوع شيء منها ، يعاقب بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر و بغرامة مالية من 500 دج إلى 20.000 دج، أما المادة 69 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش فقد شددت العقوبة لتصل إلى خمس سنوات و غرامة قدرها خمسمائة ألف دينار جزائري 500.000 دج³ فمتى توفرت أركان الجريمة تطبق العقوبة المقررة قانونا

و قد انتشر هذا النوع من الجرائم في الآونة الأخيرة بالنظر إلى ما فرضته ظروف الحجر الصحي و تداعيات الأزمة الصحية العالمية من انتشار و باء كورونا المستجد بحيث أصبح المستهلك يقتني سلعته

¹ أمير فرج يوسف ، المرجع الأسبق، ص 343

² حساني علي، ضمان حماية المستهلك، نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري - دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط 1، سنة 2016، ص 427

³ بن داود ابراهيم ، قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون رقم 3/9 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، دار الكتاب الحديث ، سنة 2016، ص 128

من مكانه، باعتماد معطيات على صفحات الانترنت و مختلف المواقع المخصصة للبيع و الشراء، و التي يمكن أن يقع فيها الاحتيال بكل سهولة و يسير باعتماد الدعاية المضللة لمزايا السلعة أو بامتلاك صفحة منتج على الفايسبوك، و بخداع المستهلك و الاحتيال عليه يضع أشخاصا آخرين في اللعبة، و يأخذ المال من ضحيته (المستهلك) بهدف إرسال المنتج له، لكن يرسل له منتجا آخر ليس بكفاءة المنتج الذي أعلن عنه أو لا يرسل أي منتج من الأساس، كذلك يحدث الاحتيال من خلال قروبات تدعي تزويد صفحات المتابعين حتى يتمكنوا من الحصول على امتيازات الموقع و المكاسب المالية منه، و يحدث النصب و الاحتيال في تزويد متابعين غير حقيقيين و هو ضد سياسة الموقع، أو الاختفاء بعد إرسال الضحية (المستهلك) للمال .

الخاتمة

وبعد دراستنا لموضوع التجارة الالكترونية وكيفية حماية المستهلك فيها، تبين لنا ان هذا النوع من التجارة و نظرا لكونه يعتمد بالدرجة الاولى على شبكة الانترنت ، فإنه و برغم المزايا العديدة التي يتميز بها ، الا انه يحوز بالمقابل على مخاطر جمة تحدى بالمستهلك ، و لعل هذا مادفع بالمشرع للمساعدة في استصدار القوانين لضبط هذا السوق من جهة، و توفير الحماية اللازمة من جهة أخرى ، و بناء على كل هذا و ذاك توصلنا الى النتائج التالية :

1-التزام المورد بأن يدفع للمستهلك مبلغا يعادل قيمة ا لضرر في حالات الإخلال بالالتزامات التعاقدية قبل المستهلك.

2-عدم وجود قوانين فعالة تنظم هذه التجارة في الجزائر و التي لا يمكن تفعيلها بمنأى عن الإصلاحات الاقتصادية و المالية العميقة ، و التي من شأنها في ذات الوقت بعث الثقة في نفس المستهلك للإقبال على التعامل بالتجارة الالكترونية.

3-كثرة الاحتمالات التجارية مما يتسبب في خسائر مادية و معنوية للمستهلك نظرا لغياب القوانين الردعية الصارمة.

4-ازدهار التجارة الالكترونية وبخاصة في فترة جائحة كورونا مما أنعش السوق الالكترونية أكثر وحققت عائدات وأرباح تذكر.

التوصيات:

بناء على النتائج المتوصل إليها فقد اقترحنا التوصيات التالية :

1- وجوب تبني نظام خاص لوسائل الدفع الالكتروني، وذلك بسن قوانين تحمي المستهلك ، وبياناته الشخصية من الاحتيال المعلوماتي، و القرصنة الالكترونية على غرار التشريعات في الدول الأخرى.

2-وجوب إدراج التعديلات في القانون 05-18 لمعالجة بعض النزاعات التي قد تنتج بين أطراف العقد الإلكتروني، مثلا تمسك المورد باستبدال السلعة أو الخدمة من جهة و من جهة أخرى تمسك المستهلك في حقه بالعدول.

3-وجوب تطوير البنية التحتية في مجال الاتصالات لتساهم في انتشار و زيادة التجارة الإلكترونية.

4-وجوب تدخل المشرع بإصدار قانون خاص بالإعلان التجاري الكاذب و المضلل ، و النص فيه على تجريم هكذا نوع من الإعلانات، ووضع آليات و قواعد لمراقبة مدى صحة و مطابقة الإعلان التجاري المعروض للقوانين السارية المفعول للحد من جرائم الاحتيال التجاري الإلكتروني .

الملخص :

من خلال دراسة موضوع حماية المستهلك في ظل لتجارة الالكترونية توصلنا إلى أن هذا النوع من التجارة ، وفي ظل التطورات الاقتصادية ، و الثورة المعلوماتية ، والتكنولوجية ، فقد حجز مكانه ليكون بديلا عن التجارة التقليدية ، برغم كل التحديات التي تواجهه ، سواء على المستوى التشريعي أو التطبيقي اللذين يقيان قاصرين لبلوغ الوجهة الأمثل أو المرجو منهما ، فعجلة التقدم تسير بخطى كبيرة ، بينما التشريع الذي ننتظره ليطورها يظل يسير بخطى متثاقلة جدا ، و أمام هذا كله يظل المستهلك هو الحلقة الأضعف في هذه المعادلة ، و ينتظر منا بذل المزيد من الجهد لتوفير الحماية الأمثل له.

Abstract:

By studying the issue of consumer protection in light of electronic commerce ,we concluded that this type of commerce ,in light of economic developments, and technology, has reserved its place to be an alternative to traditional commerce.

Despite all the challenges it faces, both at the legislative level .

Or the practical ones who remain deficient in achieving the optimum or desired aspect.

The wheel of progress is moving at a great pace, while the legislation that we are waiting to develop continues to move at a very sluggish pace.

In front of all this, the consumer remains the weakest in this equation ,and he expects us to exert more effort to provide optimal protection. For him. The ring.

قائمة المصادر والمراجع

القوانين والاورام :

01-الامر 75-47 المؤرخ في 07 جمادى الثانية عام 1395الموافق ل 17 يونيو 1975المتضمن قانون العقوبات،الجريدة الرسمية الجزائرية ، العدد 53،المعدل و المتمم.

02-الامر 75-58المؤرخ في 20 رمضان عام 1395الموافق ل 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني ، الجريدة الرسمية الجزائرية ، العدد78 ، المعدل و المتمم.

03-القانون 04-02المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،الجريدة الرسمية الجزائرية ، العدد 41 ،الصادرة بتاريخ 27 جويلية 2004 ،المعدل و المتمم.

04-القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ،الجريدة الرسمية الجزائرية ،العدد 15 الصادرة بتاريخ 25فبراير 2009.

05-القانون 18-05المتعلق بالتجارة الالكترونية ، الجريدة الرسمية الجزائرية ،العدد 28لصادر بتاريخ 16 ماي 2018.

06-المرسوم التنفيذي 18-112المحدد لنموذج مستخرج من السجل التجاري ، الجريدة الرسمية الجزائرية ،العدد 21،الصادر بتاريخ 15 افريل 2018.

الكتب و المراجع

01-أسامة أحمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني —دراسة مقارنة —دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، (دط)،سنة 2005.

02-السيد أحمد عبد الخالق ،التجارة الالكترونية و العولمة ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، مصر ، (د ط)،سنة 2006.

03إباراهيم العيسوي،التجارة الالكترونية ، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة ، (دط)، سنة 2003.

- 04- أمير فرج يوسف ،علمية التجارة الالكترونية وعقودها و أساليب مكافحة الغش التجاري الالكتروني ،المكتب الجامعي الحديث ،(دط)،سنة .2009
- 05- بن داود إبراهيم ،قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009 ،المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ،دار الكتاب الحديث ،(دط)،سنة .2006
- 06- حساني علي ،ضمان حماية المستهلك —نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري ،دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ،الطبعة الأولى ،سنة.2016
- 07- حسن عبد الباسط جمعي ،إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت ،دار النهضة العربية ، القاهرة ، (دط)،سنة .2000
- 08- خالد ممدوح إبراهيم ،حماية المستهلك في العقد الالكتروني ،دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ،الطبعة الأولى،سنة.2008
- 09- داود علي بوجمعة ،تقنيات التجارة الالكترونية وتطبيقاتها في المؤسسة الجزائرية ،دار الغرب للنشر و التوزيع ،الجزائر ،(دط)،سنة .2008
- 10- عامر محمود الكسواني ،التجارة عب الحاسوب —دراسة مقارنة —دار الثقافة للنشر و التوزيع،عمان ،الاردن ،الطبعة الأولى ،سنة .2008
- 11- علي فيلاي ،الالتزامات —الفعل المستحق للتعويض —موفدلنشر ،الجزائر ،الطبعة الثانية ،سنة .2007
- 12- عبد الفتاح بيومي حجازي ،التجارة الالكترونية و حمايتها القانونية ،دار الفكر الجامعي ،الاسكندرية ،(دط)،سنة .2004
- 13- علي فتاك،حماية المستهلك وتأثير لامنافسة على ضمان سلامة المنتج ،دار الفكر الجامعي ،الطبعة الاولى ،الاسكندرية ،(دط)،سنة.2014

- 14- غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد-المبادئ و الوسائل الملاحقة مع دراسة مقارنة، منشورات زين الحقوقية و الأدبية، بيروت، لبنان، الطبعة الثانية، سنة. 2011.
- 15- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، (دط)، سنة. 2012.
- 16- لزهرة بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية، دار المناهج، (دب)، (دط)، (دس).
- 17- محمد سعيد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية-دراسة مقارنة-منشورات الحلبي، (دب)، (دس).
- 18- محمد مدحت عزمي، المعاملات التجارية الالكترونية-الأسس القانونية و التطبيقات، مركز الإسكندرية للكتاب، الازارطة، الاسكندرية، (دط)، سنة. 2009.
- 19- مصطفى موسى العطيّات، الجوانب القانونية لمعاملات التجارة الالكترونية -حماية العلامة التجارية الكترونيا، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، سنة. 2011.
- 20- موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية -دراسة مقارنة -مكتبة السنهوري، بغداد، (دط)، سنة. 2011.
- 21- نھلا عبد القادر المومني، الجرائم المعلوماتية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، (دس).

المذكرات و المحاضرات

- 01- بركات كريمة، حماية المستهلك في عقد البيع الالكتروني -دراسة مقارنة -محاضرات لطلبة أولى ماستر - تخصص عقود ومسؤولية، جامعة أكلي محمد أولحاج البويرة، السنة 2016-2017.
- 02- صراع كريمة، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة وهران، سنة 2013-2014.

03- صياد الصادق، حماية المستهلك في القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم القانونية و الإدارية - تخصص قانون الأعمال، جامعة قسنطينة، سنة 2013-2014.

04- ولقد يوسف، النظام القانوني للدفع الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق، فرع القانون العام، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2010-2011.

المؤتمرات والملتقيات

01- ذياب موسى البدانية، الجرائم الالكترونية المفهوم و الأسباب - الملتقى العلمي "الجرائم المستحدثة في ظل المتغيرات و التحولات الإقليمية و الدولية"، كلية العلوم الاستراتيجية، عمان، بتاريخ: 02-03/09/2014.

02- علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق - آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئية، الملتقى الدولي الرابع لعصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، بتاريخ 26-27 افريل 2011.

03- فضيلة عاقل، الجريمة الالكترونية و اجراءات مواجهتها من خلال التشريع الجزائري، المؤتمر الدولي الرابع عشر حول الجرائم الالكترونية، جامعة طرابلس، بتاريخ: 24-25/03/2017.

04- محمد السيد عرفة، التجارة الدولية الالكترونية عبر الانترنت - مفهومها و القاعدة القانونية التي تحكمها و مدى حجية المخرجات في الاثبات، مؤتمر القانون و الكمبيوتر و الانترنت، كلية الشريعة و القانون، جامعة الامارات العربية المتحدة، بتاريخ: 01-03/05/2000.

المجلات

01- بوضياف أسمهان، الجريمة الالكترونية و الإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية و السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، بتاريخ: 09/05/2018.

02-بودالي محمد،مدى خضوع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك ،مجلة إدارة ،العدد 24،سنة 2005.

03-بواريو هاجر أميرة ،استخدام البطاقات البنكية في الجزائر -دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية الجزائرية ،مجلة الأبحاث الاقتصادية ،العدد18،بتاريخ :2018/05/06.

04-رأفت رضوان ،عالم التجارة الالكترونية ،المنظمة العربية للتنمية الإدارية ،سلسلة بحوث و دراسات ،العدد348،القاهرة ،سنة 1999.

05-رياحي أحمد ،أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري و القانون المقارن ،مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ،العدد الخامس،كلية الحقوق ،جامعة حسيبة بن بوعلي ،الشلف ، سنة 2008.

06-عادل يوسف عبد النبي الشكري ،الجريمة المعلوماتية و ازمة الشرعية الجزائرية ،مجلة مركز ودراسات الكوفة ،كلية القانون ،جامعة الكوفة،العدد 7 ،سنة 2008.

المراجع بالفرنسية :

01-Galais-Auloy(j)et seitnmetz(f);Droit de la consommation;5em edition;Daloz200.

المواقع الالكترونية

01- www.algt.com consulter le 04/04/2022.

02- www.echuroukonline.com consulter le 26/03/2022.

03-www.Cpa-bank.dz consulter le 10/03/2022.

04-www.Tigaratuna.com consulter le 02/04/2022.

الفهرس

01	المقدمه.....
04	الفصل الأول :التجارة الالكترونية بين النشأة و التطور.....
04	المبحث الأول :مفهوم التجارة الالكترونية.....
04	المطلب الأول:تعريف التجارة الالكترونية.....
04	الفرع الأول : تعريف التجارة الالكترونية.....
07	الفرع الثاني :الفرق بين التجارة الالكترونية و التقليدية.....
09	المطلب الثاني :نشأة التجارة الالكترونية وخصائصها.....
09	الفرع الأول :نشأة التجارة الالكترونية.....
12	الفرع الثاني :خصائص التجارة الالكترونية.....
14	المبحث الثاني :التجارة الالكترونية في الجزائر.....
14	المطلب الاول :تكنولوجيات المعلومات و الاتصال في الجزائر.....
14	الفرع الأول :استخدام شبكة الهاتف.....
15	الفرع الثاني :استخدام شبكة الانترنت.....
18	الفرع الثالث :الصيرفة الالكترونية.....
20	المطلب الثاني :استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر.....

21	الفرع الأول :التجارة الالكترونية بين الشركات و المستهلكين
25	الفرع الثاني :تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر
27	الفرع الثالث :معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر.....
33	الفصل الثاني :التجارة الالكترونية وحماية المستهلك الالكتروني
33	المبحث الأول :مفهوم المستهلك و المورد الالكتروني
33	المطلب الأول : تعريف المستهلك
34	الفرع الأول :التعريف الفقهي للمستهلك
35	الفرع الثاني:التعريف التشريعي للمستهلك
36	المطلب الثاني :تعريف المستهلك الالكتروني و المورد الالكتروني
37	الفرع الأول:تعريف المستهلك الالكتروني
38	المبحث الثاني :حماية المستهلك الالكتروني
38	المطلب الاول :الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الالكترونية.....
39	الفرع الاول :حماية المستهلك اثناء قيام العقد
42	الفرع الثاني : حماية المستهلك اثناء تنفيذ العقد
	الفرع الثالث : ضمانات المورد الالكتروني و حماية حقوق المستهلك في ضمان الامن و السلامة و مواجهة العيوب
48	الخفية
51	المطلب الثاني : الحماية الجزائية للمستهلك قبل قيام العقد

51.....	الفرع الاول :الحماية الجزائية للمستهلك قبل قيام العقد
57.....	الفرع الثاني : الحماية الجزائية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد
65.....	الخاتمة
70.....	قائمة المصادر و المراجع