

عنوان المداخلة : حماية المستهلك في ظل عقود التجارة الإلكترونية

أ / حدرباش لمياء

جامعة : كلية الحقوق الإخوة منتوري - جامعة قسنطينة 1-

Email

lhaderbache@gmail.com

أ / زماموش ندير

جامعة: كلية الحقوق - جامعة الجزائر 1-

Email

nadir.zemamouche@yahoo.fr

ملخص باللغة العربية:

إن المستهلك في نطاق تعاملات التجارة الإلكترونية هو نفسه المستهلك في نطاق التعاقد التقليدي ، لكنه فقط يتعامل من خلال وسائط إلكترونية ، بمعنى أن له كافة الحقوق والمزايا التي يتمتع بها المستهلك في نطاق التجارة التقليدية .

لكن اهتمام المشرع الجزائري بالمستهلك ليس بالمستوى المطلوب ، على خلاف باقي التشريعات المقارنة ، منها القانون الفرنسي فضلا عن أن المستهلك العربي يشغل مساحة ضئيلة من التعامل عبر شبكة الإنترنت ، هذه المساحة يجب الاهتمام بها وتنميتها عن طريق الاهتمام بالتجارة الإلكترونية العربية ، وسن التشريعات الملائمة لها ، فضلا عن خلق البيئة الجذابة لهذا المستهلك حتى يتعامل عبر شبكة الإنترنت ، وذلك من خلال تنمية الوعي المعلوماتي لديه .

Abstract:

The consumer who is dealing with E-commerce is the same as the consumer in the traditional era except that he is dealing through electronic media , where all his rights and benefits , which he enjoys , are the same.

But the Algerian législator is not recognizing the consumer enough in comparison to the related législations , such as French législateur for example , furthermore the Arab consumer occupies a narrow space over the internet , and this space must be taken care of through the development of Arab E-commerce and by putting appropriate législations , as well as creating , an attractive environment to the consumer to trade through the internet , and this must be done through the development of this information awareness.

مقدمة:

أمام التطور التكنولوجي الحاصل في مجال نظم المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المطورة، والتي تبعتها توفير تقنيات هائلة في تبادل المعلومات بين المتعاملين بها ، أصبح العالم معها عبارة عن قرية صغيرة تلاشت معها المسافات والحدود الجغرافية، ما مهد لظهور التجارة الإلكترونية ،حيث تحولت أسواق العالم إلى أسواق واسعة النطاق عبر شبكة الإنترنت ،يلتقي فيها أطراف التعامل من مستهلك ومنتج وتاجر عن بعد ،يتم فيها تبادل المعلومات والبيانات وإبرام العقود وسداد قيمة السلع والخدمات بسرعة وسهولة كبيرة ،وبما أن الإنسان بحكم طبيعته الاجتماعية لا يكف عن التعامل مع غيره في كافة مناحي الحياة ،فقد أفرز هذا التعامل قيام علاقات قانونية متشعبة الأوجه .مما أدى بالباحثين إلى إخضاعها للبحث والدراسة،ولعل من أخطر الموضوعات المعاصرة التي تحتاج لجهود الفقهاء المعاصرين المستمرة، تلك الموضوعات المتعلقة بالعقود من حيث هي مفتاح المعاملات بين الناس، ويعد من أخطر الموضوعات المتعلقة بالعقود على الإطلاق، إبرام العقود بغير الطرق المعروفة بين الحاضرين أو الغائبين أو بواسطة وسائل الاتصال المستحدثة التي ابتكرها الإنسان، وقد أصبحت هذه الوسائل أمرا ملموسا لإبرام الكثير من المعاملات بواسطتها، وإنشاء التصرفات عن طريقها. لعل من أهمها شبكة الإنترنت ،حيث تحولت هذه الأخيرة من مجرد تبادل البيانات عبر البريد الإلكتروني إلى إنجاز العمليات التجارية ،إذ فرضت نفسها بقوة.

وبالرجوع إلى المشرع الجزائري نجد أن اهتمامه بالمستهلك ليس بالمستوى المطلوب ،على خلاف التشريعات المقارنة الأخرى منها القانون الفرنسي ،كون المستهلك في البلدان العربية يشغل مساحة ضئيلة من التعامل عبر شبكة الإنترنت ،الأمر الذي يدفعنا إلى محاولة النهوض بالتجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وسن التشريعات الملائمة لها، من خلال تنمية الوعي المعلوماتي للمستهلك حتى يتعامل عبر شبكة الإنترنت. ومن هنا بدأت الحاجة إلى ضرورة حماية المستهلك في السوق الإلكترونية سواء في مرحلة ما قبل التعاقد أو مرحلة إبرام العقد الإلكتروني،أو في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني ، كون المستهلك الطرف الضعيف في العقد مقارنة بالمحترف عبر شبكة الإنترنت.

وفي الحقيقة هناك غموض في كيفية إقرار حماية قانونية للمستهلك في ظل بيئة إلكترونية تتعدد فيها تقنيات الاتصال الحديثة والتي من شأنها ربط أطراف العلاقة في التعامل وخروجها من نطاق المحلية إلى العالمية،ما يثير العديد من الإشكالات والتساؤلات القانونية ،كون القواعد العامة في القانون الجزائري غير كافية وحدها لإقرار المسؤولية القانونية في حالة نزاع ،مما يستلزم تدخل المشرع وفقهاء القانون لتصدي لمثل هذه الإشكالات، ووضع الحلول لها، والحقيقة أن حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت تتطلب تحديد المشكلات التي تمثل ضعفا لديه حال التعامل عبر الشبكة ، ولعل أهمها ضمانات إبرام العقد من حيث رضا المستهلك عند إبرام العقد بطريق الإنترنت، وحماية حقه في العدول عن إبرام هذا العقد ، وكذلك مراعاة الضمانات اللازمة لعدالة التنفيذ

ويدخل في عداد حماية المستهلك حقه في معرفة القانون الواجب التطبيق والمحكمة المختصة في النزاع ، وتحديد زمان ومكان انعقاد العقد، وكذلك تحديد المسؤولية التعاقدية أو التقصيرية للأطراف المتعاقدة.

وعليه سنكتفي في موضوع مداخلتنا بالتركيز على ما توفره التشريعات الحديثة من حماية قانونية للمستهلك دون الخوض في تعريفها، نشأتها، فوائدها، سلبياتها وأهميتها حرصا منا على معالجة الأهم من المهم ،خاصة وأن المستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية هو المتعامل الضعيف في حلقاتها كثيرا ما يتعرض للغش والتحايل عند إبرام العقود الإلكترونية وتنفيذها ، في الوقت الذي تكون فيه الأدوات القانونية على المستوى المحلي والدولي قاصرة عن حمايته . وما يزيد الأمور تعقيدا من الناحية القانونية ، كون العلاقة التعاقدية عبر الإنترنت هي علاقة عابرة للدول، تتضمن في غالب الأحيان عنصرا أجنبيا وتكرس المبدأ القائل بأن عقود التجارة الإلكترونية تشبه بالنسبة للمستهلك (عقود الإذعان) المتعارف عليها في عقود المعاملات المدنية.

لهذه الأسباب وغيرها ،وجدنا القوانين المقارنة الصادرة في شأن التجارة الإلكترونية كرست مبدأ حماية المستهلك ،ولنا أن نشير إلى أن المخاطر التي يتعرض لها المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية قد يكون مصدرها التاجر الذي يمثل الطرف الآخر في العلاقة التعاقدية الذي كثيرا ما يتسم سلوكه بالغش والتحايل قبل المستهلك. كما قد يقع الخطر من الغير، كما في حالة اختراق الشبكات الإلكترونية المنجزة، حيث يتم سرقة المعلومات وإعادة استخدامها على نحو يضر بالمستهلك ،الأمر الذي يتطلب حماية المعاملات الإلكترونية جنائيا، فضلا على أن الدعاية والإعلان في نطاق عقود التجارة الإلكترونية بصفة خاصة قد يلعب دورا عظيما في إيقاع المستهلك في غلط يدفعه إلى التعاقد، خاصة إذا ما أخذنا في الاعتبار قوة شبكة الإنترنت من حيث الانتشار، التأثير، الدعاية، الإعلان والقدرة على النفاذ بسرعة وسهولة للمستهلك حتى أصبح يشعر أنه محاصر في مسكنه وعمله، ليكتشف بعد فوات الأوان أنه ضحية لمؤامرتين :الأولى من وسائل الدعاية والإعلان والثانية من قبل التاجر أو المنتج صاحب السلعة التي يسوقها عن طريق الإنترنت، كل ذلك يستوجب حماية المستهلك الإلكتروني من الغش والتحايل الذي يتعرض له من خلال عقود التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت. وهذا ما يقودنا للتساؤل عن مدى كفاية القواعد العامة في التشريع الجزائري في توفير الحماية للمستهلك في إطار التعاقد الإلكتروني ؟

تأسيسا لما تقدم ،قسمنا موضوع دراستنا إلى محورين : خصصنا المحور الأول للحديث عن حماية المستهلك أثناء إبرام العقد الإلكتروني ، والمحور الثاني لتوضيح الحماية المقررة للمستهلك أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني .

المحور الأول: حماية المستهلك أثناء إبرام العقد الإلكتروني:

لا يكاد يتميز العقد الإلكتروني عن العقد التقليدي أو الكتابي، إلا من حيث التنفيذ من قبل العميل للالتزام بالوفاء بالثمن، يرجع ذلك بصفة خاصة إلى أن الوفاء أصبح يتم عن بعد إلكترونياً بمختلف وسائل الدفع الإلكترونية المعمول بها، غير أن الوفاء باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية قد لا يحقق الطمأنينة الكافية لكل من طرفي العقد- المستهلك والمتعاقد معه- فمن جهة نجد المستهلك الإلكتروني يخشى اختراق بياناته الشخصية وحتى وسيلة الدفع الإلكترونية باستعمالها استعمالاً غير مشروع من قبل الغير، ومن جهة أخرى يخشى المورد أن يكون الوفاء وهمياً فيخسر مقابل الصفقة. (1)

هذا و ينشئ عقد البيع الإلكتروني التزاماً على البائع بضرورة الإعلام وضمان العيوب الخفية، وهو ما نصت عليه المبادئ القانونية في التشريع الجزائري عبر تنظيم المشرع أحكام هذا الضمان، كذلك الحال بالنسبة لضمان التعرض والاستحقاق. فعلى المورد أو البائع أن يمكن المستهلك من الانتفاع بالمبلغ، فلا يتعرض له شخصياً ولا يسمح للغير بالتعرض له. وهو ما سنوضحه بالتفصيل فيما يلي:

أولاً: حق المستهلك الإلكتروني في ضمان العيوب الخفية:

الالتزام بضمان العيوب الخفية تستلزمه طبيعة الأشياء وقصد المتعاقدين فالمستهلك الذي يتعاقد إلكترونياً مع المهني من أجل اقتناء منتج معين أو خدمة يفترض فيه أنه خال من العيوب وصالح للغرض الذي عد من أجله فلو كان المستهلك على علم بالعيوب لما تعاقد لشرائه ولما دفع فيه الثمن المعروف كمقابل للخدمة أو المنتج (2) فالعيب الذي يلحق بالمبيع هو ما يصيب السلع أو الخدمات المعروضة عبر الإنترنت سواء في الأوصاف أو في الخصائص مما يجعلها غير صالحين للهدف المعين من أجله، مما يؤدي إلى الإنقاص في قيمتهما أو مخالفتها للأنظمة أو القوانين السارية في التشريع الجزائري أو تخلف صفة في المبيع التزم المهني للمستهلك بوجودها مما يؤثر على المبيع ويؤدي إلى مخالفة ما تم الاتفاق عليه من شروط تكون في المنتج أو الخدمة، وعليه لا يكون الالتزام بضمان العيوب الخفية في المنتج أو الخدمة إلا إذا توفرت شروط منها: أن يكون العيب مؤثراً أو خفياً، وأن لا يكون معلوماً للمشتري ويقع على عاتق المستهلك إثبات وجود العيب بكافة طرق الإثبات المنصوص عليها قانوناً في التشريع الجزائري، لكن لا يلتزم المستهلك بإثبات مسؤولية المورد أو البائع عن العيب. (3)

مع الإشارة أنه في التعاقد الإلكتروني فالمستهلك حينما يستقر على منتج أو خدمة أثناء تسوقه عبر شبكة الانترنت فإنه يبرم عقداً بشأهما، وفي الغالب ليس المنتج هو الذي يتعاقد مع المستهلك فالمهني هو الذي يقوم بالتعاقد مع المستهلك ويسلمه المبيع، وبالتالي لا يكون هناك ترابط ما بين المستهلك والمهني، لكن هذا لا يمنع المستهلك في الرجوع على المهني على أساس المسؤولية

التقصيرية ، حيث أن مسؤولية المهني تقوم على أساس إخلاله بالالتزام بالسلامة (4) وأن قرينة الإخلال بالسلامة لا تقبل إثبات العكس، فلا يكفي أن يثبت المنتج عدم إخلاله بالسلامة، بل عليه أن يثبت وقوع الضرر كان لسبب أجنبي، كما يستطيع المستهلك الرجوع على المهني إما على أساس المسؤولية العقدية أو التقصيرية.

وعليه فإن مجرد وقوع الخطأ حتى ولو كان بغير قصد من قبل المهني من شأنه أن يرتب مسؤوليته، مع إمكانية المستهلك المطالبة بالتعويض حتى وإن لم يكن هناك ضرر، كون التزام المهني هو انتفاع المستهلك بالمبيع وهو التزام بتحقيق نتيجة. (5)

ثانيا : حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام:

أمام التطور التكنولوجي الحاصل وكذا وعي المجتمع المدني بضرورة توفير حماية قانونية تتماشى وهذا التطور ، صدرت العديد من القوانين المتعلقة بحماية المستهلك على مستوى التشريعات الداخلية تلبية للحركة العالمية في الحفاظ على أمن وسلامة الأفراد، برصد نصوص تشريعية تحمي وتعترف بالحقوق التي تم المناداة بها علميا، من بينها الحق في الإعلام، وكانت المبادرة من المشرع الجزائري بإصداره القانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي تم إلغاؤه بموجب القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أين ألزم في نص المادة 17 و 18 من ذات القانون ضرورة الأعوان الاقتصاديين بضرورة إعلام المستهلكين بجملة من البيانات عند عرضهم لمنتجاتهم على المستهلك. والمقصود بالحق في الإعلام في هذا القانون، حق المستهلك في العلم بكل ما يتعلق بالمنتجات والخدمات وملازمات التعاقد تمكينا له من الإحاطة والتبصر بالتصرف القانوني المقدم إليه ،وهو التزام يقع على عاتق المهني، لتمكين المستهلك في اتخاذ القرار إما بالإقدام على التعاقد أو الإحجام عنه. هذا وجاء الأمر 06-95 المتعلق بالمنافسة الملغى بأحكام القانون 03-03 إلا فيما يتعلق بإلزام المهنيين أو الأعوان الاقتصاديين بإشهار الأسعار ،بعدها نظمه المشرع الجزائري بأحكام المادتين 5 و 6 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي أضفت ضرورة أن تكون الأسعار والتعريفات مقابلة للمنتجات أو الخدمات المعروضة.

ولم يقف المشرع الجزائري عند هذا الحد بل ألزم المهنيين بإعلام المستهلك بجميع شروط العقد وأن يعلمه بحدود المسؤولية التعاقدية في حالة الإخلال بما ورد في بنود العقد، مع إلزام بوضع بطاقة الوسم على منتجاتهم عليها جملة من البيانات اللازمة(6)، وإن كانت بطاقة الوسم إلزامية في المنتجات، إلا أنه ترك الحرية في الوسيلة المناسبة في إشهار الأسعار أو الإعلام في مجال الخدمات، أين قام المشرع الجزائري برسم حدود لمشروعية الإشهار التجاري بموجب المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، بتحديد صور الإشهار التجاري غير المشروع.

ومن هنا نجد أن المشرع الجزائري منح للمستهلك جملة من آليات الحماية منها إمكانية اللجوء إلى القضاء، سواء تعلق الأمر بالمسؤولية العقدية أو التقصيرية.

وبالرجوع لبعض التشريعات المقارنة على سبيل المثال نجد المشرع التونسي ركز على واجب الإعلام المسبق في المعاملات التجارية الإلكترونية، وأن يوفر للمستهلك بطريقة واضحة ومفهومة كل المعلومات اللازمة قبل إبرام العقد طبقا لما جاء في الباب الخاص، الفصل 25 من القانون رقم 83 لسنة 2000.

كما حمل المشرع التونسي المهني مسؤولية إثبات حصول الإعلام المسبق وهو ما نص عليه في الفصل 36 من ذات القانون (7).

ثالثا: حق المستهلك الإلكتروني في ضمان التعرض والاستحقاق:

يلتزم المهني الذي يتعاقد عبر الإنترنت بضمان ملكية المبيع، فلا يتعرض للمستهلك شخصا، ولا يسمح للغير بالتعرض له أيضا، وعند حديثنا عن ضمان التعرض والاستحقاق لا بد من التمييز بين ضمان التعرض الشخصي وضمان التعرض من الغير كون ضمان التعرض الشخصي سواء كان مبني على سبب مادي أو قانوني يجب أن يكون وقع فعلا، فلا يكفي مجرد احتمال وقوعه، وإنما يجب أن يؤدي هذا التعرض إلى الحيلولة دون انتفاع المستهلك بالمبيع كليا أو جزئيا. هذا ويضمن المهني ضمان تعرض الغير للمستهلك في الانتفاع بالمبيع سواء كان جزئيا أو كليا، فهو ملزم بتحقيق نتيجة (8).

وبتطبيقنا للقواعد العامة في ضمان التعرض والاستحقاق على عقد البيع الإلكتروني يتضح أن التعرض في العقد الإلكتروني قد يكون تعرض مادي من قبل المهني، مثال قيام المهني بإدخال فيروس في البرنامج الإلكتروني، أو توجيه فيروس إلى الحاسوب الخاص للمستهلك، مما قد يؤدي إلى تدمير كلي أو جزئي للبرنامج المعلوماتي عند تشغيله (9)، حيث لا يوجد في القانون أو العقد ما يرر ذلك التعرض. مع الإشارة أن التعرض في التعاقد الإلكتروني ليس تعرض مادي ملموس بل هو تعرض معنوي غير ملموس، أما بالنسبة للتعرض القانوني يكون مثلا في حالة شراء برنامج حاسوب لم يكن للمهني سوي حق استعماله دون استغلاله (10).

في الأخير يمكننا القول أن ضمان التعرض والاستحقاق المنصوص عليه في القواعد العامة يمكن تصوره في عقد البيع الإلكتروني، إلا أنه لا يجوز الاتفاق على إنقاصه أو المساس به.

المحور الثاني: حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد الإلكتروني:

لجأت التشريعات الحديثة لحماية رضا المستهلك المتعاقد من خلال الإنترنت لمنحه الحق في العدول عن عقد البيع عند رؤية حقيقة المبيع محل العقد سواء جرى التعاقد بالاعتماد على وصف المبيع فقط أو اقترن الوصف برؤية المبيع من خلال الإنترنت إما بالصور أو مقاطع الفيديو كونه مهما بلغ وصف البائع لسعته من دقة وأمانة (11)، إلا أن المشتري لن يستطيع الحكم عليها حكما دقيقا إلا بعد تسلمها، فهو حق يتسم بالصفة الاختيارية، ومن الحقوق المستحدثة من حق المستهلك الاستفادة من تأمين على وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة في إتمام المعاملة والوفاء بقيمة المنتوجات والخدمات، فضلا عن الاستعانة ببيئات حمايته

من شأنها تعزيز ثقة المستهلك في جل المعاملات الإلكترونية ومساعدته في مواجهة المهني الذي يتمتع بالخبرة الفنية والمعرفة التقنية ، كما سنوضحه كالآتي :

أولاً : حق المستهلك في العدول:

للمستهلك الإلكتروني أحيانا أن يستفيد من رخصة خيار الرؤية ويحق له بالمقابل العدول عن التعاقد بعد رؤية المنتج ورده إلي المهني واسترداد ما دفعه من مقابل بذات الشروط والأحكام جميعها(12) ، كون عرض المنتج أو الخدمة على شبكة الإنترنت لا يعطي للمستهلك تصورا كافيا ودقيقا يسمح له بإصدار قرار بناء على إرادة واعية ومستنيرة ولا بإعطاء الحكم الدقيق والواقي عن المنتج أو الخدمة(13) ، فقد يقوم المهني من خلال الإنترنت بالتعريف بالمنتج أو الخدمة باستخدام تقنيات 3D جد متطورة مصحوبة بوسائل إغراء وإيهام ، إما بالصور أو شريط فيديو ، مما قد يزيد شغف المستهلك لاقتنائه ، ليفاجأ فيما بعد بأن ما رآه ليس هو المبيع محل العقد والمتفق عليه .

كما تجدر الإشارة أن نطاق خيار الرجوع ليس مطلقا وإنما نجد بعض التشريعات المقارنة قد قامت باستبعاد بعض المعاملات من حق خيار العدول أو الرجوع ، منها قانون المبادلات التجارية والإلكترونية التونسي الصادر في 09 أوت 2000 أين نص في الفصل 32 منه علي أنه مع مراعاة أحكام الفصل 03 وباستثناء حالات العيوب الظاهرة أو الخفية لا يمكن للمستهلك العدول عن الشراء في الحالات التالية :

- عندما يطلب المستهلك توفير الخدمة قبل انتهاء أجل العدول عن الشراء ويوفر البائع ذلك.
 - إذا تم تزويد المستهلك بمنتجات حسب خاصيات شخصية أو تزويده بمنتجات لا يمكن إعادة إرسالها أو تكون قابلة للتلف أو الفساد انتهاء مدة صلاحيتها.
 - عند قيام المستهلك بنزع الأختام عن التسجيلات السمعية أو البصرية أو البرمجيات والمعطيات الإعلامية المسلمة أو نقلها أليا.
 - شراء الصحف والمجلات .
- نجد أن التشريعات المقارنة قد منحت للمستهلك الحق في العدول لكن بالمقابل نجدها لم تتفق فيما يخص طبيعة المال محل العقد الذي يشمل هذا الحق ، مع العلم أن المشرع التونسي لم يحدد طريقة أو شكل معين يتم فيه تعبير المستهلك عن إرادته في العدول عن العقد ، غير أنه وضمانا لعدم ضياع حقوقه لا بد أن يختار وسيلة معينة يرسل بها عدوله عن المبيع مثلا : بالبريد الإلكتروني أو رسالة موصى بها ... الخ يمكن استخدامها في الإثبات إذا ما أنكر التاجر تبليغه بالعدول ، أما بالنسبة لمدة العدول فقد حددها ب 10 أيام مع العلم أنها تختلف من تشريع لآخر ، في حين يكون بدأ العمل بها من تاريخ تسليم البضائع والمنتجات، وإذا تعلق الأمر بخدمة فمن تاريخ إبرام العقد .

ثانيا : حق المستهلك في تأمين الدفع الإلكتروني :

إن ما يميز عقد الاستهلاك الإلكتروني عدم الحضور المادي لأطراف العقد باعتبار أن أطراف العقد يحكمهم مجلس عقد افتراضي عبر شبكة الإنترنت ، بمعنى أن تبادل الإيجاب والقبول قد يكون شفاهة عبر الكاميرا الرقمية أو عبر النقر على زر الموافقة وإرسال رسالة إلكترونية .

نجد المشرع الجزائري قد اعترف بالكتابة في الشكل الإلكتروني بموجب المادة 323 مكرر من القانون المدني الجزائري ، ما من شأنه إضفاء طابع التفاوض بين غائبين، حيث نجد بعض التشريعات عرفت التعاقد الإلكتروني منها المادة 02 من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني بأنه : " الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسائل إلكترونية كلياً أو جزئياً " (14). مع الإشارة أن أول دولة عربية أصدرت قانوناً يتعلق بالمبادلات التجارية الإلكترونية هي تونس وكان ذلك في 11 أوت 2000، وجاء فيه " أن المبادلات الإلكترونية هي المبادلات التي تتم عبر وسائل إلكترونية ". وسعياً من المشرع الجزائري لنهوض بنظام المعاملات والمبادلات الإلكترونية وتوثيقها ، نص علي القانون رقم : 04/15 المؤرخ في 01 فيفري 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتصديق الإلكتروني. وبالتالي لا مجال لتفادي هذا النوع من العقود في المستقبل والتي يمكن أن يكون لها بعد دولي كون جل المعاملات تتم في بيئة افتراضية ، كون العقد الإلكتروني يدخل ضمن طائفة العقود التي تتم عن بعد (15). وبالرجوع للتشريعات المقارنة نجد المادة 02 من التوجيه الأوروبي رقم : 97-07 الصادر في 20 ماي 1997 المتعلق بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد أنه : " كل عقد يتعلق بالسلع والخدمات عن بعد، نظمه المورد الذي يستخدم لهذا العقد تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد لإبرام العقد أو تنفيذه ". كما تعرف المادة 121 من قانون المستهلك الفرنسي الصادر في 26 جويلية 1993 أنه : " كل بيع لمال أو أداء لخدمة يبرم دون الحضور المادي المعاصر للأطراف بين مستهلك ومهني يستخدمان لإبرام هذا العقد أي وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد الواردة علي سبيل الحصر ". وبالرجوع إلي المادة 02 من القانون رقم : 09-03 نجدها لم تحدد وسيلة معينة يتم من خلالها عرض الاستهلاك . فالواقع أن المستهلك في مجال المبادلات الإلكترونية يمكنه أن يحظى بنفس الحماية القانونية التي يتمتع بها المستهلك العادي ، على أن يؤخذ بعين الاعتبار خصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد (16) . هذا وأضاف المشرع الجزائري في الفصل السابع في تعديله لقانون العقوبات بموجب الأمر 04-15 تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات في المواد 394 مكرر إلي المواد 394 مكرر 07 . ما يظهر نية المشرع في ضرورة اعتماد قانون من شأنه الإلمام بجميع الإشكالات القانونية المثارة نتيجة التعامل بوسائل مستحدثة.

كما يغلب على العقد الإلكتروني الطابع التجاري والاستهلاكي (17)، لذا يطلق عليه عقد التجارة الإلكترونية ونجاح مثل هذه التجارة منوط بضرورة استحداث أدوات دفع حديثة من شأنها اختصار الوقت والجهد والمال ، وحتى تبني معه ثقة المستهلك فيها لا بد من وضع تشريع خاص ينظمها ويحتويها ، وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري قد نص علي جملة من الشروط التي يجب علي المهني أن يخطر بها المستهلك قبل التعاقد ، نصت عليها المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم : 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية ، نجد منها تحديد كفيات الدفع .

وبالرجوع لقانون النقد والقرض رقم 10-17 المؤرخ في 11 أكتوبر 2017 والمتمم للأمر 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003 نجده نص في المادة 69 منه : " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المعتمد ". ما يفتح المجال لظهور أنواع جديدة من وسائل الدفع من شأنها المساهمة تطوير النظام المصرفي الجزائري والنهوض بصرح التجارة الإلكترونية ، فضلا على اعتبارها من بين التدابير والإجراءات الوقائية للحد من ظاهرة التهريب وتبييض الأموال بحسب نص المادة 03 من الأمر 05-06 المؤرخ في 2005 المتعلق بمكافحة التهريب ، التي شجع من خلالها المشرع على ضرورة تعميم وسائل الدفع الإلكترونية في المبادلات الإلكترونية. وإن كان الأمر يبدو بسيطا من الناحية النظرية إلا أنه من الناحية العملية أكثر تعقيدا كون جل التعاملات تتم في بيئة إلكترونية مفتوحة ، ما من شأنه إثارة إشكالات قانونية قد لا يجدي معها الجانب النظري من الدراسة أي نافع ، فالأمر يحتاج إلى تكافل الجهود بين كل القطاعات المعنية للوصول إلى حكومة إلكترونية بكافة المعايير والمقاييس العالمية.

ثالثا : حق المستهلك في الاستعانة بهيئات حمايته:

أمام التطور التكنولوجي المتسارع وما صحبه من ارتفاع في مستوى معيشة الأفراد عن طريق تطور وسائل الإنتاج وزيادة الاستهلاك ، وما يترتب من إضرار بالمستهلك الذي أصبح عرضة للممارسات غير المشروعة من طرف بعض المهنيين الذين يستغلون نقص خبرته لصالحه باستخدام طرق تديسية واحتمالية ، مما يحتم إيجاد إطار قانوني لحماية المستهلك الذي يقوم بعمليات عن بعد عبر شبكة الإنترنت (18). هذا وتسعى جل التشريعات المقارنة إلى إقرار قوانين خاصة لحماية المستهلك الإلكتروني ، حيث أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم 39/248 الصادر في 09 أبريل 1985 مجموعة من الحقوق التي تعتبر بمثابة مبادئ توجيهية لحماية المستهلك يتعين اعتمادها من جميع الدول كأساس لوضع سياستها التشريعية الخاصة بحماية المستهلك (19)، ومع تزايد الاهتمام الدولي بضرورة حماية المستهلك الإلكتروني ، وجد المشرع الجزائري نفسه مضطرا للإحاطة بهذه المسألة من الناحية القانونية ، حيث عمد إلى إنشاء هيئات وتعين إدارات تكون انشغالها منصبة على محاربة الغش والاحتيال الذي يتعرض له المستهلك نظرا لانعدام عامل الثقة لدى المستهلك الجزائري (20)، كما تتولى وزارة التجارة تنفيذ هذا الدور الحمائي للمستهلك (21) ، إضافة للوزارة الوصية توجد قطاعات وزارية أخرى (22) نجد من أهمها على المستوى المركزي: المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش (23) ، أما على مستوى اللامركزية: نجد مديريات ولائية للتجارة ومديريات جهوية للتجارة . إضافة إلى الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة التي تتمثل في المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC) conseil national pour la protection des consommateurs الذي أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06 جويلية 1992 ، نجد إلى جانبه المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (CACQE)

Centre algérien du contrôle de la qualité et de l'emballage، الذي تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003 (24). كما أنشئت شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RELEA)

Réseau des laboratoires d'essai et d'analyses de la qualité التي أدمجت ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش (25).

تهدف هذه الهيئات في مجملها لضمان أمن وسلام وصحة المستهلك علي الرغم من كثرتها، إلا أنها من الناحية العملية لاتفي بالغرض الذي أنشأت من أجله كون المستهلك غير قادر علي الدفاع عن حقوقه بمفرده ، الأمر الذي دفع بالمشرع الجزائري إلي إنشاء جهاز يتولي متابعة صحة تطبيق قواعد حماية المستهلك (26) ، يتمثل في جمعيات حماية المستهلك ، لها دور وقائي وتربوي وإعلامي وتحسسي في حماية المستهلك ، كما بإمكانها التأسيس أمام الجهات القضائية كطرف مدني للمطالبة بحقوقه

مما تقدم نجد أن المشرع الجزائري مازال بعيد كل البعد عن مجال حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ففي ظل غياب نظام خاص بالتعاقد الإلكتروني والمعاملات والمبادلات الإلكترونية، ليس لنا سوى اللجوء إلى القواعد العامة وبعض القوانين الخاصة بحماية المستهلك قصد إضفاء حماية فعالة وأكيدة له.

خاتمة:

الحقيقة أن حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت تتطلب تحديد المشكلات التي تمثل ضعفا لديه حال التعامل عبر الشبكة، ولعل أهمها ضمانات إبرام هذا العقد من حيث رضا المستهلك عند إبرام العقد بطريق الإنترنت وحماية حقه في العدول عن إبرام هذا العقد، وكذلك مراعاة الضمانات اللازمة لعدالة التنفيذ ويدخل في عداد حماية المستهلك كذلك حقه في معرفة القانون الواجب التطبيق والمحكمة المختصة بالنزاع، وتحديد زمام ومكان انعقاد العقد ، وكذلك تحديد المسؤولية سواء التعاقدية أو التقصيرية للأطراف المتعاقدة عبر التقنيات الحديثة .

وعلى هذا الأساس نقترح جملة من التوصيات نجملها فيما يلي:

التوصيات والمقترحات:

- إعلام المستهلك وتنوعيته وتثقيفه بضرورة تفعيل المبادلات والمعاملات الإلكترونية.
- التعبير عن وجهة نظر المستهلكين لدي الجهات الرسمية ذات العلاقة وتبليغها بالممارسات الضارة وطلب التدخل لوقف هذه الممارسات عند الاقتضاء.
- المساهمة في خلق علاقات ثقة وتعاون بين المستهلك والمهني والمشاركة في الحوار والتشاور مع الجهات المعنية.
- الدفاع عن مصالح المستهلك الإلكتروني وتمثيله أمام الجهات القضائية إن اقتضى الأمر من الهيئات المعنية.

- إجراء البحوث والدراسات والبحوث المرتبطة بحماية المستهلك الإلكتروني ونشرها .
 - يجب مراعاة اللغة الأم للمستهلك حتى يستطيع فهم محتوى التعاقد الذي يريد أن يقدم علي إبرامه.
 - ضرورة التعاون الدولي بعقد اتفاقيات دولية تلتزم بها الدول الأعضاء في تشريعاتها الداخلية تكون موحدة وتخدم مصلحة جميع الدول.
- ضرورة تفعيل دور جامعة الدول العربية ، لكي تقوم بإصدار قانون موحد لحماية المستهلك ، من شأنه تفعيل التجارة الإلكترونية في العالم العربي وحتى الدولي، مع إصدار تشريعات عربية دورية لمواجهة مستجدات المعاملات والمبادلات التجارية الإلكترونية.

قائمة المراجع (الهوامش):

1. PH. le tourneau , théorie et pratique des contrats informatiques , Dalloz, paris, France,2000,p 141.
2. د.عمر خالد الزريقات ، عقد البيع عبر الإنترنت - دراسة تحليلية - ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة عين الشمس، مصر،2005،ص 323.
3. د.قدري مُجّد محمود، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2014،ص 206.
4. د.عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع،الأردن،2002،ص 185 وما بعدها.
5. د.قدري مُجّد محمود، المرجع السابق ،ص 210 .
6. ماني عبد الحق ، حق المستهلك في الإعلام -دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية ، تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مُجّد خيضر، بسكرة،2008-2009 ،ص 290 وما بعدها.
7. قانون عدد 83 لسنة 2000 مؤرخ في 09 أوت 2000 يتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية 11 أوت 2000 ، عدد 64 ،ص 2086.
8. د.خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، الدار الجامعية،الإسكندرية ،مصر، 2007،ص 231.
9. د.عمرخالد زريقات ،عقد البيع عبر الانترنت المرجع السابق ، ص 323.

10. د.قدري مُجَّد محمود، المرجع السابق، ص214 .
11. خلوي(عنان) نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الإنترنت-دراسة مقارنة-،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص70.
12. د.قدري مُجَّد محمود، المرجع السابق، ص 127.
13. خلوي(عنان) نصيرة، المرجع السابق، ص69.
14. مجاهد أسامة أبو الحسن، التعاقد عبر الانترنت، دار الكتب القانونية، القاهرة، مصر، 2002، ص 39 .
15. د. خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 90 .
16. عبد الرحمن خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية، نابلس، فلسطين، المجلد 27 (1)، 2013، ص 05 .
17. مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 17 شعبان عام 1427 الموافق ل 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج.ر عدد 56، الصادرة في 11 سبتمبر 2006 معدل و متمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44، ج.ر عدد 07 الصادر في 10 فبراير 2008.
18. د. مُجَّد المسلمومي، دور حقوق الملكية الصناعية في حماية المستهلك، مجلة مسالك في الفكر والسياسة والاقتصاد، العدد 14، لسنة 2005، ص84.
19. د. مُجَّد المحبوبي، مظاهر حماية المستهلك في ضوء التشريع المغربي، مجلة الفقه والقانون، مقال منشور على الموقع: www.majalah.new.ma بتاريخ 26 نوفمبر 2010، ص 01 .
20. د. أحمد مُجَّد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص509.
21. فهيمة نصيري، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن عكنون، الجزائر العاصمة، 2003-2004، ص49 وما بعدها.
22. أنظر المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 أوت 2008 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 2002/12/21 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية رقم 48، ص08.

23. أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 05/11/2003 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها الجريدة الرسمية رقم 68، ص 16.
24. أرزقي الزبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، 2011، ص 162 وما بعدها.
25. المرسوم التنفيذي رقم 97-459 المؤرخ في 01/12/1997 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم: 96-355 المؤرخ في 19/10/1996 المتعلق بإنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية رقم 80، ص 24. أنظر أيضا : أرزقي الزبير ، المرجع نفسه، ص 164.
26. أنشأت هذه الجمعيات في الجزائر بموجب القانون رقم : 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بحماية المستهلك ، الملغي بموجب القانون رقم : 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي أبقى علي هذا النوع من الجمعيات في الفصل السابع منه والمتضمن المواد من 21 إلى 24. لمزيد من المعلومات عن تنظيمها وسيرها أنظر الموقع الإلكتروني <http://www.aappc.org>.

