

الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في ظل جائحة كوفيد 19

Legal protection for the electronic consumer in light of the Corona pandemic

د. حساين عومرية⁽¹⁾

أستاذة محاضرة "ب"

المركز الجامعي أفلو (الجزائر)

o.hassaine@cu-aflou.edu.dz

تاريخ النشر
31 أكتوبر 2021

تاريخ القبول:
23 جوان 2021

تاريخ الارسال:
01 أفريل 2021

المخلص:

ان موضوع حمايه المستهلك من المواضيع الصعبة والمعقدة خاصة في هذه الظروف الاستثنائية التي فرضتها جائحة كورونا، والتي تثير الكثير من الاشكالات فمن ناحيه هذا الموضوع متطور ولا يمكن ضبطه، ومن ناحيه اخرى هناك مبادئ قانونيه يصعب تخطيها دعما للمستهلك الذي يقف حائرا امام التحايل في الاعلان. غير ان اهميته تزداد في نطاق التعاقد الالكتروني، وهذا راجع لاختلال العلاقة التعاقدية بين الاطراف، فنجد المستهلك دائما في مركز اقتصادي ضعيف لعدم خبرته وقله احترامه وتأثره بوسائل الدعاية والاعلان خاصة مع الحجر الصحي وامتناعه عن التعاقد العادي بسبب الجائحة، على عكس المهنيين الذين يملكون من خلال هذه الشبكة ان يضعوا انفسهم خارج نطاق القانون وذلك عند قيامهم بممارسات التسوق غير العادلة.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الالكتروني، التعاقد الالكتروني، الحماية القانونية، كوفيد 19.

التكنولوجيا.

Abstract:

The issue of consumer protection is one of the difficult and complex issues, especially in these exceptional circumstances imposed by the Corona pandemic, which raises many problems. On the one hand, this issue is sophisticated and cannot be controlled, and on the other hand, there are legal principles that are difficult to bypass in support of the consumer who stands confused in front of fraud in advertising.

However, its importance increases within the scope of electronic contracting, and this is due to the imbalance in the contractual relationship between the parties, so we find the consumer always in a weak economic center due to his lack of experience and lack of professionalism and his influence by means of advertising and advertising, especially with the quarantine and his refusal to contract normal due to the pandemic, unlike professionals who have through This network allows them to place themselves outside the scope of the law when they engage in unfair shopping practices.

Keywords: *Electronic consumer, electronic contracting, technology, law; Covid 19, Technology.*

مقدمة :

تشهد العقود الإلكترونية نموا متصاعدا حيث باتت تشكل نسبة كبيرة من حجم التجارة الدولية والداخلية وذلك لسهولة وسرعة إبرامها وتنفيذها، إذ يمكن للشخص الوصول الى ما يرغب فيه من خلال العروض المتسعة الخيار وذلك فقط بالضغط على لوحة المفاتيح الموجوده في جهاز الرخاص المتصل بالإنترنت دونما الحاجة الى التنقل الى اي مكان، هذا بالإضافة الى سهولة الاتصال والتفاعل الدائم بين طرفي العقد مما يكفل لهما التفاوض ومناقشه بنود العقد بحريه تامه كما هو الحال تقريبا في التعاقد الذي يتم في مجلس العقد الحقيقي بين الحاضرين وهذا ما أدى الى زياده الطلب على المنتجات والخدمات عبر الإنترنت، غير ان هذه الزيادة قد واكبتها مجموعة من الاخطار التي قد تعترض المستهلك الإلكتروني.

باعتبار ان المستهلك هو محور العملية التجارية فانه في موقف ضعيف خاصة مع وضعه الاضطراري الى اللجوء الى التعاقد الإلكتروني بسبب الحجر الصحي الذي فرضته جائحة كوفيد 19 مقارنة بالتاجر الذي يتعاقد معه اي الطرف الاقوى لأنه يستطيع اتقان اليات اداره ممارسه التجارة الإلكترونية بشكل محترف على المواقع، في حين ان المستهلك يتجه الى التعاقد بإمام بسيط قد لا يتعدى ما تسمح به التقنيات التي يملكها هذا الأخير، لذلك كانت الحاجة الى قوانين حمايه المستهلك التي يفترض ان تحمي الافراد من السياسات والممارسات المخادعة والمظلمة للتصرفات التجارية الغير منصفه والتي قد تحدث سواء من التاجر عن طريق التحايل، او من الغير عن طريق اختراق الحساب الرخاص بالمستهلك.

وانطلاقا مما تقدم قوله يمكن طرح الاشكال التالي: ما مدى فعالية ونجاعة النصوص القانونية التي خصها المشرع الجزائري لحمايه المستهلك الإلكتروني في ظل التقدم الهائل للتكنولوجيا خاصة مع الوضع الراهن الذي فرضته جائحة كورونا ؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية فقد اعتمدت على المنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية والمنهج الوصفي في وصف الظاهرة، كما قسمت الدراسة الى قسمين القسم الاول خصصته لتحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته وذلك في مطلبين، المطلب الاول مفهوم المستهلك الإلكتروني، اما المطلب الثاني مبررات حماية المستهلك القانوني، والمبحث الثاني فقد تناولت فيه تحديد أليات حمايه المستهلك في التعاقد الإلكتروني، وهو الآخر في مطلبين الاول ضمانات حماية المستهلك قبل التعاقد، اما المطلب الثاني: اليات حمايته عند وبعد التعاقد.

المبحث الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته

لقد تعددت الخلافات حول تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني الذي يعد موضوع حماية مختلف القوانين سواء في التشريع الجزائري او في التشريعات المقارنة، كما ان هناك مجموعة من المبررات التي تستدعي توفير الحماية لهذا المستهلك الإلكتروني خاصة امام الاوضاع التي فرضتها الجائحة، وهذا ما سنتطرق له في المطالب الآتية.

المطلب الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني

في الحقيقة لقد تباينة الآراء واختلفت حول ضبط فكره المستهلك لذا ينبغي تحديدها من خلال التشريع والفقهاء.

الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني

هناك اتجاهين لتحديد التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني وهذا نظرا للجدل الفقهي المثار حولها نتيجة حداثة العلاقة الالكترونية وكذا نتيجة اختلافه عن المستهلك العادي.

أولاً - التعريف الضيق للمستهلك الإلكتروني:

يعرف المستهلك الإلكتروني وفقا لهذا الاتجاه بأنه كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة، وحاجات من يعولهم من الاشخاص وليس بغرض اعاده بيعها او تحويلها او استخدامها في نطاق مهنته او مشروعه، فالمستهلك هو الذي يسعى لتحقيق احتياجاته الشخصية او احتياجات افراد أسرته¹.

ووفقا لهذا الاتجاه المستهلك الإلكتروني هو الشخص الذي يحصل او يستعمل المال او الخدمة لغرض غير مهني، كما يمكن ان يشمل بعض الاشخاص الاعتبارية الخاصة كالجمعيات التي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية ولا تهدف الى تحقيق الربح².

ثانياً - التعريف الواسع للمستهلك الإلكتروني:

يذهب الاتجاه الثاني من الفقه الى ضرورة الاخذ بمفهوم اوسع للمستهلك الإلكتروني ليشمل اشخاص اخرين فيعرفه البعض بأنه: "كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك اي بمعنى استعمال او استخدام مال او خدمه"، كما يعرفه البعض الاخر بأنه: "الشخص الطبيعي او المعنوي الذي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتج بقصد ان يكون هو او ذويه المستعمل النهائي له وتمتد نفس الصفة الى المهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه، اي انه يعتبر مستهلكا ويدخل تحت الحماية القانونية للمستهلك كل من يبرم تصرفا لإشباع حاجته الشخصية او المهنية.

ان هذا الاتجاه يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريفه للمستهلك الإلكتروني، فالعبرة من اطاء هذه الصفة عليه تكمن في كون هذا الاخير يمكن ان يكون في مركز ضعف سواء

اقتصاديا او فنيا قد لا يمارس نشاطا مهنيا يحصل منه على موارده المالية ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية، ويكون الضعف من الناحية الفنية حين لا يتمتع بالقدرة الفنية لاقتناء المنتجات تماما مثل المستهلك العادي³.

الفرع الثاني: التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني

ثم يورد المشرع الجزائري اي تعريف للمستهلك الإلكتروني في اول قانون لحماية المستهلك الذي سنه 1989 غير انه تدارك هذا الامر في المرسوم التنفيذي رقم 90 / 39 المتعلق برقابه الجودة وقمع الغش وذلك في المادة 2 فقره 9 حيث عرف المستهلك الإلكتروني بانه: "كل شخص يقتني بئمن او مجانا منتوجا او خدمه للاستهلاك الوسيط او النهائي لسد حاجياته الشخصية او حاجة شخص اخر او حيوان يتكفل به"⁴.

كذلك نص في القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة الثالثة منه على ان: "المستهلك هو كل شخص طبيعي او معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع او يستفيد من خدمات عرضت ومجرده من كل طابع مهني."

اما القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وتحديدا في الماده 3 في فقرتها الاولى التي عرفت المستهلك ذ كالتالي: "هو كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بمقابل او مجانا سلعه او خدمه موجه للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية او حاجات لشخص اخر او حيوان يتكفل به".

هذا وقد تطرق الى تعريف المستهلك الإلكتروني لأول مره في القانون رقم 18 / 05 المتعلق بالتجاره الإلكترونية، في الماده 6 في فقرتها الثالثة بقوله: "المستهلك الإلكتروني كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بعوض او بصفه مجانيه سلعه او خدمه عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"⁵.

وهنا نستنتج ان المستهلك الإلكتروني في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية، والاختلاف الوحيد يكمن عبر وسيله الكترونيه تتمثل في شبكه اتصالات عالميه، وبذلك فان المستهلك الإلكتروني يتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها المشرع للمستهلك العادي مع الاخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بخصوصيه العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر شبكه الكترونيه⁶.

المطلب الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

تتلخص مبررات حماية المستهلك الإلكتروني في التعاقد الإلكتروني في ثلاث عناصر

كالآتي:

الفرع الاول: التطور الحديث في شبكة الانترنت

تعد شبكة الانترنت من احدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، وتتألف من اجهزه الحاسوب المتصلة بشبكة الانترنت من خلالها يمكن الوصول الى العديد من السلع والخدمات بطريقه سهله، ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي بتطورات مستمره، مما ينبغي ان يقود الى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على افضل اداء للممارسات التجارية الإلكترونية، غير ان الجانب السلبي لهذا التطور يتجسد في قهر المستهلك بطريقه تبدو عدائيه مما يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجاره الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، مقارنة بالبيع الذي يتم في موطن ومحل اقامه المستهلك ويتمثل ذلك في عدم قدره المستهلك على معاينه الشيء المبيع بطريقه حقيقيه او التقاء مع المزود في مجلس عقد تقليدي⁷.

الفرع الثاني: حاجة المستهلك الى الخدمات الإلكترونية خاصة بوجود الحجر الصحي

يؤدي افتقار المستهلك الى الخدمات الإلكترونية الى جعله عاجز عن التفاعل مع المواقع التجارية عبر شبكة الانترنت، والمقصود به هو عدم اكرثات المستهلك بالمواقع التجارية عبر شبكة الانترنت بسبب قله الحاجه لهذه المواقع.

ولكن مع التطور الحاصل اصبح لهذه المواقع اهميه كبيره اخذت تحتوي على العديد من الاشكال والانواع، منها الخدمات السياحية وبيع تذاكر الطائرات والفضادق وغيرها من الخدمات المهمة فحاجه المستهلك ضرورية الى الخدمات الإلكترونية، كونها توفر منتجات وخدمات ذات الجودة العاليه بأسعار معقوله بسبب كثره المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زياده المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الافضل للمستهلك.

ان اهميه الخدمات الإلكترونية الموجوده على شبكة الانترنت تزيد من اقبال المستهلكين عليها وتجعل منها محور طلب للكثير من المستهلكين خاصة وما نعيشه من اوضاع فرضتها جائحة كورونا والحجر الصحي الذي اصبح من غير الممكن التسوق العادي ومن هنا كانت الحاجه للبحث عن الحماية للمستهلك بشكل ملح وواضح.⁸

الفرع الثالث: افتقار المستهلك الإلكتروني الى التنوير المعلوماتي والتقني

ان افتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفته الكبيره بشبكة الانترنت، اضافه الى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة ويتمثل ذلك من خلال ما يواجهه المستهلك الإلكتروني من عدم معرفته لما يحصل امامه في الشاشة الصغيره بالإضافة الى ما سبق فان عدم معرفته بشبكة الانترنت قد يؤدي الى وقوع المستهلك بحيل وخداع قراصنة الانترنت وذلك عن طريق المواقع الوهمية او التعاقد الوهمي⁹، بحيث انه مجبر على التعامل بالانترنت او الاقتناء

او التعاقد عبر الانترنت نتيجة الوضع الراهن الذي نعيشه بسبب جائحة كورونا وامام غلق كل المتاجر والمجالات اصبح تعامله فقط من خلال شبكة النت.

المبحث الثاني: الاليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في التعاقد

نظرا للتطورات الهائلة التي يشهدها العالم المعاصر في شتى المجالات وما ينجم عنها من اثار، فقد استدعى الامر وضع اليات قانونيه لحماية المستهلك حين يلجا الى التعاقد الإلكتروني وذلك من اجل ابراز عقد البيع المبرم عبر الانترنت كعقد بيع موثوق فيه، فعاده عرض السلع والخدمات كثيرا ما تصاحبه المبالغة في الدعاية والاعلان، وهذا الامر يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك وقد يوقعه في مغالطة تضر بمصالحه.

المطلب الاول: ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد

لا تتوفر للمستهلك الإلكتروني الإمكانية الفعلية لمعاينة السلع والتحقق من الاداء المناسب للخدمات قبل ابرام العقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، بما يستوجب وضع اليات تؤدي الى توفير حد ادنى من الحماية للمستهلكين في الفترة التي تسبق التعاقد عبر الانترنت منها اعلام المستهلك بتزويده بالمعلومات عند التعاقد معهم، وكذا حقه في الرجوع والعدول عن التعاقد.

الفرع الاول: حق المستهلك الإلكتروني في الاعلام السابق عن التعاقد

يعتبر الحق في الاعلام السابق عن التعاقد من ابرز الاليات القانونية في مجال حمايه المستهلك بصفه عامه ويكون مطلوبا أكثر في المجال العقد الإلكتروني امام الاقبال الواسع والمفتوح عليه بسبب ازمة كورونا وما نجم عنها من الحجر الصحي، ذلك ان هذا النوع من التعاقد يتم من خلال استخدام وسائط الكترونيه دون الالتقاء المادي بين الاطراف وهذه الطريقة في حد ذاتها تشكل عدده مخاطر لما يؤدي الى التأخير على رضا المستهلك دون علم حقيقي بالمنتج ومن هذا المنطلق سأحاول توضيح المقصود من الحق في الاعلام الإلكتروني مع تبيان مبرراته ودراسة محل الحق في الاعلام وهذا كمايلي:

اولا - المقصود بالاعلام الإلكتروني:

يمكن تعريف الاعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكه الانترنت على انه: "الالتزام قانوني سابق على ابرام العقد الإلكتروني يلتزم بموجبه احد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية في ما يخص العقد المزمع تقديمها بوسائط الكترونيه في الوقت المناسب بكل شفافية وامانه للطرف الاخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة.¹⁰

نستخلص من هذا التعريف ان الالتزام بالاعلام قبل التعاقد الإلكتروني هو التزام السابق على التعاقد الإلكتروني يمكن ان يستمر حتى بعد ابرام العقد، ويتعلق بالالتزام المزود

بإعلام وتبصير المستهلك بمعلومات شاملة عن كل ما يتعلق بعملية البيع عبر شبكة الانترنت او اي وسيله الكترونيه حتى يكون المستهلك على بينة من امره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته وهدفه من ابرام العقد الالكتروني.¹¹

ثانيا - مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني؛

ان الهدف من الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت هو تحقيق المساواة بين طرفي العقد من حيث المعرفة، هذا بالنظر الى حاجة المستهلك الإلكتروني لمثل هذا العقد بسبب الحجر الصحي وعدم قدرته على ابرام عقود تقليدية بسبب وباء كورونا والاضاع التي تسود البلاد من جراءه، لذا يجب ان يحقق بالفعل وجود توازن عقدي فيما بين اطرافه لان نظريه عيوب الرضا ونظريه ضمان العيوب الخفية وكذلك نظرية ضمان التعرض والاستحقاق قد لا توفر للمستهلك الحماية الكافية.¹² وينصب الالتزام بالإعلام الإلكتروني كأحد اهم ضوابط الحماية الخاصة بالمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية على؛

أ - اعلام المستهلك بشخصيه المورد؛

لقد اولى قانون الاستهلاك الفرنسي شخصيه المورد اهمية بحيث قرر تحديد هذه الشخصية من خلال التمييز بين ثلاث حالات لكان الموقع عبر شبكة الانترنت، وهي حاله وجود الموقع في شبكة الانترنت في فرنسا، والحالة الثانية خاصه بمواقع الدول الاعضاء في الاتحاد الاوروبي، اما الحالة الثالثة تتعلق بشان المواقع المنشأة في البلاد الأجنبية.¹³ ومن منطلق الحرص على الثقة والشفافية التي تسمح بتشجيع المعاملات التجارية الإلكترونية مع المستهلكين اتجهت اغلب التشريعات¹⁴ الى وجوب التزام المورد بتحديد هويته عبر شبكة الانترنت، وذلك بذكر جميع المعلومات حتى يكون المستهلك على بينه من امره وعلى علم من يتعامل معه.

ب - وصف المنتج او الخدمة محل التعاقد؛

يعتبر الحق بالإعلام بخصائص وصفات السلع والخدمات المعروضة جوهر فكره الالتزام بالإعلام، لان خصائص السلعة او الخدمة قد تكون الباعث الرئيسي لدى المستهلك على التعاقد وفي اطرافها يقع المستهلك ضحية الغش والتقليد.¹⁵ هذا وقد جسد المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام بسلسلة من التشريعات التي تعني بالمستهلك وذلك في اكثر من موضوع، من بينها ما ورد في القانون رقم 03/09 المتعلق بحمايه المستهلك وقمع الغش الذي عنون فصله الخامس بالزاميه اعلام المستهلك ونص في المادة 17 منه: "يجب على كل متداخل ان يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه الاستهلاك بواسطه الوسم ووضع علامات او بأية وسيله اخرى مناسبة".

كما انه يمكن للمستهلك ان يتمسك بوقوعه في تدليس نتيجة كتمان المهني لمعلومات ادت الى تضليله خصوصا مع افتراض علمه بجميع المعلومات التي تهتم المستهلك وان كتمان هذا الاخير لهذه المعلومات والبيانات التي يجب الافصاح عنها والسكوت عمدا عن واقعه لو علمها المتعاقدون لما تعاقد يعد تدليسا.¹⁶

الفرع الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد

يعتبر حق العدول من احد الضمانات المكرسة قانونا وهو اكثر وسائل حمايه المستهلك الإلكتروني ملائمة لخصوصيات العقد الإلكتروني¹⁷، نظرا لان هذا الاخير لا تتوفر له الإمكانية الفعلية لمعاينه السلع او التحقق من الاداء المناسب للخدمات بسبب الحجر الصحي الذي وجد نفسه يعيشه بسبب الجائحة، فجاء حق العدول كوسيله لجأت لها التشريعات الحديثة لحمايه رضا المستهلك الإلكتروني، واعطائه الحق في فرصة للتروي والتفكير.

اولا - المقصود بالحق في العدول عن التعاقد:

لقد تباينت الآراء الفقهية حول تحديد مفهوم الحق في العدول، فيعرفه البعض بانه: "وسيله بمقتضاها يسمح للمستهلك الإلكتروني بان يعيد النظر من جديد ومن جانب واحد في الائتزام الذي ارتبط به مسبقا بحيث يستفيد من مهله للتفكير في خلالها يكون بوسعه الرجوع عن التزامه الذي سبق وان ارتبط به."¹⁸ هذا وقد عرف المشرع الجزائري الحق في العدول في تعديل المادة 19 في فقراتها الثانية من القانون رقم 09/18 المتعلق بحمايه المستهلك وقمع الغش، بقوله: "العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب".¹⁹

ثانيا - ممارسة الحق في العدول عن التعاقد:

في الحقيقة لا توجد اجراءات خاصة لممارسه الحق في العدول، فالشرط الوحيد المتعارف عليه هو احترام المدد الوارده في القانون والمحدد بسبعه ايام وهي مده مبدئية واذا تضمنت اخر المدد يوم عطله فإنها تمتد الى اول يوم عمل، وهنا اذا اراد المستهلك الرجوع في التعاقد فانه يلتزم بإخطار المهني اي البائع او مقدمه الخدمة وان يرد لهذا الاخير المنتج او البضاعة التي تسلمها بمقتضى العقد، وقد نص المشرع الجزائري في المادة 19 بموجب فقرتيها 3 و4 من القانون رقم 09/18 المتعلق بحمايه المستهلك وقمع الغش على كيفية ممارسه الحق في العدول كما يلي: "للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد ودون دفعه مصاريف اضافيه تحدث شروط وكيفية ممارسه حق العدول عن طريق التنظيم."²⁰

المطلب الثاني: اليات حماية المستهلك عند إبرام وتنفيذ العقد الالكتروني

تتعدد حقوق المستهلك عند التعاقد الكترونيا، ومن اهمها حمايه رضاه وكفاله حقه في العدول والرجوع على التعاقد كذلك احترام حقه في الخصوصية، وحمايه المستهلك عند الدفع الالكتروني دون ان ننسى حمايه التوقيع الالكتروني المستهلك.

الفرع الاول: ضمانات حمايه المستهلك عند إبرام العقد الالكتروني

لقد تم وضع العديد من الضوابط التي يستدل بها على رضا المستهلك صراحة في التعاقد وبالشروط التي عرضها المورد واهم هذه الضوابط ما يلي:

اولا - خصوصيه القبول الالكتروني:

يختلف القبول الالكتروني عن القبول في العقود التقليدية في الوسيلة المستخدمة والذي اصبح يعد شكلا من اشكال التعبير عن الإرادة خاصة امام ما فرضته الجائحة من حجر صحي نتج عنه صعوبة في التعامل بالعقد العادي، ولحمايه المستهلك الالكتروني اقرت مختلف التشريعات اجراءات خاصه تتمثل في ما يلي:

أ- تقرير العديد من الاجراءات المؤكدة للقبول الواضح والمستنير للصفحة: حيث يتم التعبير عن القبول غالبا بمجرد الضغط على مفتاح " *Un simple clic sur l'icone* " دون ترك اثر ملموس ولضمان عدم وجود اي لبس بصدد القبول فان العرض التجاري غالبا ما يستتبعه صفحات اضافية على الشاشة تدعو المستهلك لإعادة تأكيد قبوله او خيارات مره ثانية.²¹

ب- تحديد لحظه قبول العقد: تتحدد لحظة القبول في اللحظة التي يملا فيها المستهلك بيانات الرسالة الإلكترونية المتضمنة قبوله او التي على أيقونة - نعم او موافق او ما يفيد القبول- بينما تتجلى لحظه تصدير القبول في اللحظة التي يضغط فيها القابل على أيقونة الارسال بمقتضاه ترسل الرسالة الإلكترونية.²²

ج - احترام حق المستهلك في الخصوصية: يجب احترام سريه البيانات الخاصة بالعملاء بوصفهم المستهلكين وكذا احترام حقهم في الخصوصية، ويقتضي ذلك الالتزام بعدم نشر او بث اي بيانات تتعلق بشخصيتهم او حياتهم الخاصة، وكذا البيانات المصرفية الخاصة بهم الاسمية او الشخصية التي تتعلق بالتعاقد الالكتروني.

الفرع الثاني: ضمانات حمايه المستهلك عند تنفيذ العقد الالكتروني

بالإضافة الى الالتزامات التي هي على عاتق المورد في عقود الاستهلاك سواء التقليدية منها او الإلكترونية، فانه يوجد التزامين مرتبطين بالعقود الإلكترونية ويوفران حمايه اضافيه خاصه للمستهلك الالكتروني الذي اضطرته الجائحة الى اللجوء الى مثل هذا التعاقد وهما:

اولا - حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني:

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بمجموعه من المميزات التي جعلتها اكثر استخداما وخاصة في المجتمعات المتقدمة اقتصاديا وثقافيا. بالذكر ان المخاطر الأمنية لا تتعلق بالمستهلك فقط وانما قد تمتد ايضا الى التاجر والى مصدر هذه النقود فقد تتعرض البطاقات الإلكترونية المملوكة للمستهلك او التاجر للسرقة او للتزيف، ويتم معاملتها باعتبارها نقودا الكترونية، اصليه كما قد يحدث ان يتم التزوير عن طريق تعديل البيانات المخزونة على البطاقات الإلكترونية او على برمجيات القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي، كما قد يحدث الخرق الامني، اما نتيجة لعمل اجرامي عمدي مثل التزوير والتزيف²³، او نتيجة عمل غير عمدي مثل محو او تخريب موقع من مواقع الانترنت، لذلك نتيجة التطور السريع لمعاملات التجارة الإلكترونية من ناحية والعيوب التي تشوب طرق الدفع الموجوده خاصة بطاقات الدفع الالكتروني من جهة اخرى لجأت الشركات والمؤسسات الدولية المهتمة بالتجاره الإلكترونية الى البحث على مجموعه من الاليات والميكانيزمات لأمن وسلامه الوفاء عن طريق الانترنت من بينها بروتوكول²⁴(SSL/TLS).

وتجدر الإشارة الى ان المشرع الجزائري قد نهج نفس ما تعرض له المجلس الاوروي حيث حاول من خلال المادة 12 من النظام 05/ 07 الصادر عن بنك الجزائر المتعلق بأمن انظمه الدفع²⁵، حماية المتعاملين بنظم الدفع من خلال الزام الاشخاص الذين يريدون ادخال وسائل دفع حديثه بتأمينها.

ثانيا - حماية التوقيع الإلكتروني للمستهلك:

ان العله من حمايه التوقيع الإلكتروني سببها اختبارات الامن والخصوصية على شبكه الانترنت حيث ان هذا الموضوع يثير قلق الكثير من المستهلكين والمزودين الامر الذي يسبب نوع من انعدام الثقة بهذه الشبكة، ولذلك تم اللجوء الى تكنولوجيا التوقيع الإلكتروني حتى يتم رفع مستوى الامن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين عبر شبكه الانترنت والذين تزايد عددهم حاليا اكثر مما سبق بسبب الازعاج الراهنة التي فرضتها جائحة كورونا، حيث انه وبفضل هذه التكنولوجيا يمكن الحفاظ على سريه المعلومات وتحديد هويه المرسل والمستقبل في التعاقد الإلكتروني²⁶، بحيث ان الثقة في التوقيع الإلكتروني تكون من خلاله التأكد من صحته بشهادة تصديق معتمده، ولقد ادرج التوقيع الإلكتروني في الجزائر للمرة الاولى سنة 2005 والذي اعترف من خلاله بالكتابة الإلكترونية كوسيله اثبات، وذلك بإضافة المواد 323 مكرر، 223 مكرر 2/1، 327 مكرر 2 ويميز المشرع الجزائري بين التوقيع الإلكتروني المؤمن ونظيره غير المؤمن وذلك بموجب نص المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 07/162.

خاتمة:

وكخاتمه لهذه الدراسة ارتأيت تقديم مجموعته من النتائج والاقتراحات في شكل فقرات

تتمثل فيما يلي:

- ان الاوضاع التي فرضتها جائحة كورونا او كوفيد 19 هي التي استدعت اللجوء الى التعاقد الالكتروني

- ان التعاقد الالكتروني لا يستدعي بالضرورة ان يكون المستهلك الالكتروني ملما بجميع عناصر الانترنت وطريقة التعامل عبرها.

- ان جهل المستهلك الالكتروني لهكذا معلومات قد تؤدي به الى الخداع والاستغلال خاصة امام حاجته للتعاقد بهذا الشكل نتيجة منعه من التعاقد العادي بسبب الحجر الصحي.

- ضرورة وضع قانون واضح وخاص بحمايه المستهلك الالكتروني خاصه امام التطور السريع لشبكه الانترنت تكوين قضاء متخصصين في مجال الالكتروني او انشاء محاكم تختص بالنظر في المنازعات الإلكترونية.

- تشكيل خبراء متخصصين في مجال تقنيات الاتصال وعقد ندوات ودورات تدريبيه لرجال القضاء بهدف اعداد اطارات قضائية تساهم في تحديث المستجبات الحديثة.

- انشاء مكتب توثيق الكتروني يتولى توثيق المعاملات الإلكترونية، الامر الذي يضي مزيدا من الثقة والالتزام لدى المتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية

- ضرورة تكريس مبادئ واليات تخص حمايه المستهلك الذي يسعى للتعاقد عبر الانترنت سواء ما تعلق بحمايه حقه في الاعلام، او حقه في العدول عن اقتناء السلعة او حتى حقه في حمايه بياناته الشخصية ضمن تعاملاته اليومية، سواء من خلال بريده الالكتروني او بأية وسيله اخرى.

الهوامش:

¹ - نبيل محمد احمد صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الالكترونية(دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق، العدد 2، الكويت، 2007، ص 174.

² - اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، دار الكتاب القانونية، مصر، 2008، ص ص 76-78.

³ - زوجال يوسف، مفهوم المستهلك في التشريع والفقهاء والقضاء المغربي (دراسة مقارنة)، www.majalah.nev.na، اطلع عليه بتاريخ 2021/03/8، على الساعة 14.00.

⁴ - انظر المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90، المؤرخ في 1990/01/30، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 05، مؤرخة في 1990/01/31.

- 5 - القانون رقم 15/18، المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، صادرة بتاريخ 2018/05/16.
- 6 - علي احمد صالح المهداوي، اثر خيار الرؤية في حماية المستهلك الإلكتروني (دراسة تحليلية في قانون المعاملات المدنية)، مجلة الشريعة، عدد42، لسنة 2006، ص 129.
- 7 - خالد طهيار، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2019، ص 19.
- 8 - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2009، ص 60.
- 9 - محمد السيد عمران، الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت، مقال منشور على الانترنت: www.liec-edu.com، اطلع عليه بتاريخ 2021/03/08، على الساعة 15:42.
- 10 - عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 49.
- 11 - محمد المرسي زهره، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية، العقد الإلكتروني_ الاثبات الإلكتروني_ المستهلك الإلكتروني، الطبعة الاولى، دار النهضة العربية، مصر، 2007، ص 179.
- 12 - حوافظ عبد الصمد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 15، جانفي 2016، ص 125.
- 13 - راجع المادة 121 الفقرة 8، بعد التعديل بموجب المرسوم رقم 741/2001، من قانون الاستهلاك الفرنسي.
- 14 - محمد سعيد احمد اسماعيل، اساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2009، ص 336.
- 15 - عبد الفتاح بيومي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، ط 1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 36.
- 16 - محمد حسنين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2003، ص 146.
- 17 - نبيل احمد صبيح، المرجع السابق، ص 59.
- 18 - محمد حسنين منصور، المرجع السابق، ص 146.
- 19 - نبيل محمد صبيح، المرجع السابق، ص 59.
- 20 - عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 126.
- 21 - ويوصي مجلس الدولة الفرنسي لضمان الاعراب الواضح عن رضا المستهلك ان يتم ذلك اما بالبريد الإلكتروني، مع الالتزام بالاحتفاظ بالرسالة، واما بإجراء ضغطتين *deux clics*
- 22 - اسامة قايد، الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات، دار النهضة العربية، مصر، 1994، ص 41.
- 23 - هدى حمدي، جرائم الحاسب الإلكتروني، دار النهضة العربية، 1992، ص 134.
- 24 - روان عبد الرحمان العبدان، تطبيقات امانة في عمليات الدفع الإلكتروني، مركز التميز لامن المعلومات، منشورة في الموقع <http://kenanaonline/users/ahmedkordy/posts/323324>، اطلع عليه بتاريخ 2021 / 03/08.
- 25 - نظام رقم 07/05، المؤرخ في 26 ذي القعدة 1426، الموافق ل 28 ديسمبر 2005، تتضمن امن انظمة الدفع جريدة رسمية عدد 37، مؤرخة في 2006/07/06.
- 26 - عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 91.