

تفعيل الرقمنة على القطاع السياحي

Activating digitization in the tourism sector

أ. د. هارون أوروان

مخبر السيادة و العولمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة يحي فارس بالمدينة- الجزائر

haroun.ourouane@gmail.com

أسماء عساسي*

طالبة الدكتوراه

مخبر السيادة و العولمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة يحي فارس بالمدينة- الجزائر

assassiasmaa@gmail.com

تاريخ إرسال المقال: 2021-07-24 تاريخ قبول المقال: 2022-03-23 تاريخ نشر المقال: 2023-01-31

الملخص: يعد قطاع السياحة من القطاعات الاقتصادية المتأثرة بالعولمة، ورغم ما يقدمه عقد السياحة الإلكترونية من تسهيلات للشركات السياحية والسياح، إلا أنه يخلق بعض الصعوبات خاصة من حيث القانون الواجب التطبيق في المنازعات المتعلقة بالسياحة الإلكترونية وهو ما سنتطرق له في هذا المقال. **الكلمات المفتاحية:** الرقمنة، الخدمات السياحية، السياحة الإلكترونية، العقد السياحي الإلكتروني، القانون الواجب التطبيق.

Abstract: Pendant ces dernières années, le monde a connu des immenses changements sur plusieurs volets de la vie actuelle, économique, sociale et politique, et parmi ces essentiels changements on trouve la numérisation.

Ainsi que le secteur de tourisme considère parmi les secteurs économiques influencés par la mondialisation, et ces effets sur les producteurs des services touristiques, cependant les facilités et les avantages présentés pour les entreprises touristiques et les touristes par l'acte touristique électronique on trouve quelque difficultés sur le plan d'application de la loi pratique sur les conflits touristiques électroniques

KEY WORDS: Numérisation, Services Touristique, Tourisme Electronique, Acte Touristique Electronique, La Loi Pratique

*المؤلف المرسل

1- المقدمة:

تعتبر ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أهم سمات العصر الحديث، حيث ظهرت العديد من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي قضت تماما على الوقت والمسافة، والتي أدت إلى تخطي الحدود الفاصلة بين الدول عبر القارات. وتأثر النشاط السياحي بتكنولوجيا المعلومات تأثرا كبيرا، فهي الركيزة الأساسية لصناعة السياحة، وقد فرضت المتغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات صورا حديثة التعامل، ونجد في مقدمتها الخدمات السياحية الإلكترونية، فقد أصبحت السياحة الإلكترونية في الوقت الحاضر ضرورة حتمية لا يمكن تصور قطاع السياحة بدونها.

باعتبار السياحة ذات أهمية كبرى، نظرا لما تحققه من تنمية اقتصادية واجتماعية، فقد أخذت حيزا كبيرا من التنظيم والبحث في العديد من الدول بالإضافة إلى دورها الأساسي في خلق مناصب شغل وكما تعتبر أكبر عامل جالب للعملة الصعبة للبلاد المستضيفة وتنشيط العديد من القطاعات التي لها علاقة بالسياحة كالطرق، النقل والاتصالات، قطاع الإطعام وغيرها، ولأن المستهلك في السنوات الأخيرة أصبح يعتمد على البيئة الرقمية في كل تعاملاته اختصارا للوقت وتسهيلا للإجراءات وهو ما أدى إلى ضرورة رقمنة القطاع السياحي ليكون أكثر فاعلية وإنتاجية، ولأنها تتمتع بأهمية بالغة أصبحت محل اهتمام العديد من الدراسات القانونية والاقتصادية في محاولة لوضع أطر قانونية وتنظيمية لها، لذلك كان من الضروري التعرف على التكنولوجيا الحديثة وكذلك إسهاماتها في المجال السياحي.

وعلى الرغم من التسهيلات والايجابيات التي يحققها العقد السياحي الإلكتروني لطرفي العقد السائح ووكالة السياحة والأسفار، إلا أن هذا التطور أدى إلى العديد من الإشكالات القانونية خاصة القانون الواجب التطبيق على النزاعات الناشئة عن العقد السياحي الإلكتروني خاصة وأن التشريع الجزائري الخاص بالتجارة الإلكترونية يعتبر قانون حديث، ومن هنا يمكننا طرح إشكالية هذه الدراسة: هل استطاع القطاع السياحي إيجاد مجال له في البيئة الرقمية ؟

ولتجسيد هذه الإشكالية تم الاعتماد على المنهج الوصفي وذلك من خلال التطرق لمختلف المصطلحات التي لها علاقة بالموضوع بالإضافة إلى الاستعانة بالمنهج التحليلي الذي اعتمد عليه في تحليل النصوص القانونية المنظمة للموضوع، ولذلك قسمنا هذا البحث إلى نقطتين، نخصص النقطة الأولى مفهوم السياحة الإلكترونية، أما النقطة الثانية مفهوم العقد السياحي الإلكتروني.

1- مفهوم السياحة الإلكترونية

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة من العوامل الأساسية لتنمية الاقتصاد، ولهذا نلاحظ إقحامها في شتى القطاعات، وعلى رأسها قطاع السياحة والذي يشكل جزءا كبيرا من التجارة الإلكترونية، وتعتبر السياحة الإلكترونية مفهوما حديثا، وهو ما نحاول عرضه في هذا النقطة.

1.2- تعريف السياحة الإلكترونية

يعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة، والتي تتداخل مع مفهوم التجارة الإلكترونية، فقد اعتمد جانب من الفقه على وضع تعريف لها بتقريبها للتجارة الإلكترونية، الذي يتفاوت من مفهوم ضيق يقتصر في تعريفه للتجارة الإلكترونية على عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة الكترونية أو وسيط الكتروني، إلى مفهوم أوسع من ذلك والذي يعتبر مختلف الأعمال الحادثة على الشبكة الدولية للمعلومات بما في ذلك التعاملات بين الشركات والمستهلكين أو بين الشركات مع بعضها على شبكة الانترنت وهذا التعريف يجعل التجارة الإلكترونية تشمل كل المعلومات والخدمات المقدمة من طرف شركة لأخرى أو للمستهلك عبر الانترنت أو غيرها من وسائل الاتصال الإلكتروني بدءا من الإعلان على المنتج أو الخدمة إلى غاية الخدمات ما بعد البيع.

ومن بين المجالات المتأثرة بالتجارة الإلكترونية والرقمنة مجال السياحة حيث تختلف السياحة الحديثة عن السياحة التقليدية التي كانت عبارة عن رحلات لاكتشاف جزء جديد من العالم أو الباحثين عن الآثار التاريخية، وما تتميز به السياحة الحديثة هو استخدام الأعمال الإلكترونية والانترنت في مجال السياحة لما تتميز به من تسهيلات واختصار للوقت للموردين السياحيين والمستهلكين السياحيين ومن هنا يمكننا تسمية أي نشاط سياحي بأنه الكتروني إذا استخدمت إحدى الوسائل الإلكترونية في عرض المنتج السياحي على شبكة الانترنت ويدخل في ذلك كل العمليات السياحية بدأ من تقديم الإعلان عن الخدمة السياحية إلى غاية ما بعد الحصول على الخدمة، ومن هنا يمكننا تعريف السياحة الإلكترونية بأنه نمط سياحي يتم تنفيذ بعض المعاملات التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك سياحي من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة الانترنت مع رغبات جموع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الانترنت.

تعددت تعريفاتها فهناك من عرفها على أنها " استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الإنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين"¹

كما تعرّف أيضا بأنها نشاط البيع والتسويق للمنتجات والخدمات السياحية من خلال نظام إلكتروني، وهي تشمل نقل البيانات وتعديلها إلكترونيا، وإدارة التوزيع والتسويق الإلكتروني، والجمع الآلي للبيانات السياحية، وهي تفترض وجود منظمي الرحلات السياحية ووكالات السفر وكل المؤسسات الفاعلة في مجال السياحة في الفضاء الافتراضي من خلال بوابات ومنصات إلكترونية متخصصة، وبهذا فإنها تقوم على ثلاثة جوانب أساسية تتمثل في: الإعلام الإلكتروني، الحجز الإلكتروني والدفع الإلكتروني².

و لقد عرفت المنظمة الدولية للسياحة الإلكترونية³: بأنها تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية، وتتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك فهي تشمل حتى السياحة المتنقلة (m-Tourism) المستخدمة للأجهزة الإلكترونية الجوالة كالهواتف المحمولة والمفكرات الإلكترونية المحمولة وغيرها، وبذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستخدم من طرف جميع شركات القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وأفراد، وقد تشغل هذه التكنولوجيا في تشييد وإقامة كيانات سياحية يتطلب تشغيلها أيضا قدرا من المعرفة التكنولوجية لدى روادها مثل الفنادق الذكية التي تعتمد في بنائها وإدارتها على تقنيات حديثة⁴.

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف السياحة الإلكترونية بأنها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال السفر والسياحة للحصول على تسهيلات أكثر فعالية للموردين والمستهلكين السياحيين، وتشمل السياحة الإلكترونية كافة العمليات

¹ Anis Khachouch: E-Tourism, An Innovative Approach for the small and medium-sized Tourism enterprises (SMTE) in Tunisia, OECD, 2004.

² Sion Beatrice and Cezar Mihălcescu, Op.Cit, P 290.

³ المنظمة الدولية للسياحة الإلكترونية IOETI, International Organization for the Tourism Industry

وهي منظمة غير ربحية تأسست في إيطاليا وتهدف لخدمة جميع الأطراف المشاركة في صناعة السياحة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط والبلدان النامية

⁴ سلاي بوبكر، آفاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس و الأردن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، السنة الجامعية 2013_2014، ص 26

السياحية من عروض البرامج السياحية وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الانترنت والتطبيقات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.⁵

و من هذه التعاريف يمكن تحديد أهم المتطلبات القانونية اللازمة لتنظيم السياحة الإلكترونية فيما يلي:

- وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الإلكترونية على المستوى الوطني والدولي.
- وجود تشريعات و لوائح منظمة لعمل المؤسسات والوكالات السياحية تتواءم مع الأشكال المستحدثة التي فرضتها السياحة الإلكترونية وتضع القواعد الخاصة بالتوقيع الإلكتروني.

ومن التعاريف السابقة يمكن القول أن عناصر السياحة الإلكترونية ثلاثة:

1. الشركة أو المؤسسة السياحية مقدمة الخدمة.
2. السائح المستفيد من الخدمات السياحية.
3. الرابط بين السائح والمؤسسة السياحية شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)⁶

كما يمكننا إضافة عنصر رابع وهو العقد السياحي الإلكتروني والذي تجسد فيه هذه العلاقة وهو ما سنتطرق إليه في النقطة الثانية.

2.2- أهمية السياحة الإلكترونية

للسياحة الإلكترونية أهمية كبيرة وتظهر من خلال المنافع الضخمة التي تقدمها سواء لمقدمي الخدمات أو السائحين حيث تساهم في تسهيل المعاملات السياحية على الطرفين ومن بين أهم هذه المنافع:

فبالنسبة للسائح، أصبح بإمكانه الوصول إلى مختلف المنتجات السياحية دون قيد أو شرط، من خلال تواصله المباشر والسهل مع مقدمي الخدمات السياحية، بحيث يحصل على المعلومة الدقيقة عن المنتج واقتنائه بكل سهولة وفي وقت قياسي، بالإضافة إلى

⁵ طوابيبة أحمد "السياحة الإلكترونية كأسلوب لترقية القطاع السياحي" ورقة عمل مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الثامن بعنوان: تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر و في بعض البلدان العربية والإسلامية، تمارست الجزائر، 19 و 20 ديسمبر 2009، ص 201.

⁶ رشا علي الدين، النظام القانوني لعقد السياحة الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة 2010، ص 23.

إمكانية تكييف الخدمة السياحية بما يتوافق وظروفه المادية على غرار ما أصبح يعرف بالخدمات السياحية، كل ذلك يتأتى له بأسعار منخفضة وذلك بسبب تقلص نسبة العمولة التي كانت تتقاضاها وكالات السفر سابقا⁷، وكذا إمكانية المقارنة بين جودة وسعر الخدمات المتوفرة في السوق السياحي المحلي والعالمية⁸.

وبالمقابل، نجد أن السياحة الإلكترونية توفر مجموعة من المزايا لموردي الخدمات السياحية، بحيث تعتبر الوسيلة الأكثر فعالية للتواصل مع الأسواق المراد استهدافها للترويج بمنتجاتها السياحية ونشر المعلومات الخاصة بها وتحسينها، من خلال استغلال الفضاءات الإلكترونية التي توفرها الشبكة وذلك بأسعار جد منخفضة وأحيانا قد تكون مجانية، ولعل أهم المنافع التي توفرها السياحة الإلكترونية لمقدمي الخدمة السياحية هو إمكانية تواصلهم المباشر مع المستهلك دون الحاجة للاستعانة بخدمات الوسطاء التقليديين، الشيء الذي سهل عملية الترويج والتوزيع وساهم في خفض تكاليف المنتجات والخدمات السياحية⁹.

كما تسهل على الوكالات السياحية تطوير المنتج السياحي بحيث يمكن للسائح طلب برنامج خاص به في الرحلة السياحية، كما لها إمكانية التأقلم مع حاجات ومتطلبات المستهلك السياحي والانترنت تسهل وتزيد من مرونة الشركة أو الوكالة السياحية، و من بين أهم ميزات السياحة الإلكترونية التخلص من البيروقراطية في المعاملات السياحية و إنجازها في وقت وجيز¹⁰، كما أن الرحلات السياحية ليست بمنتوج ملموس فمن السهل استعمال صفحات الانترنت كبديل لتسويق الرحلات السياحية عبر الملفات الورقية. كما أنها تعمل على زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يساهم في زيادة المداخيل والأرباح، وهو ما ينعكس على القطاع السياحي من زيادة الدخل الإجمالي.

ولضمان إنجاح السياحة الإلكترونية من الضروري توفير عدة عوامل لإنجاحها من أهمها:

- انتشار خدمة الانترنت وزيادة المستخدمين.
- توفير مواقع الكترونية تقدم منتوجات سياحية.
- الاهتمام بأهم عنصر وهو التسويق الإلكتروني.

⁷ Sion Beatrice and Cezar Mihălcescu, Op.Cit, P 292.

⁸ Sanjay Lama and all, Barriers of e-Tourism Adoption in Developing Countries, Australasian Conference on Information Systems, Sydney, Australia, 2018, P 02.

⁹ الهيئة العليا للسياحة بالمملكة العربية السعودية، المرجع السابق، ص 02.

¹⁰ خطاب مراد، (فعالية التجارة الإلكترونية في القطاع السياحي)، مجلة الإقتصاد والتنمية، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة يحيى فارس_ المدينة، العدد 08، جوان 2017، ص 135.

- تكوين فرق للإجابة على استفسارات المستهلكين على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع.

3- مفهوم العقد السياحي الإلكتروني

يتسم العقد السياحي الإلكتروني بالتركيب وهو ما يخلق عدة مشاكل قانونية تتشابه بتشابك المصالح المتضاربة بين الوكالة السياحية والسائح ولهذا تطرقت في هذه الدراسة إلى تعرف عقد السياحة الإلكتروني، ثم إلى الطبيعة القانونية لهذا العقد، مع توضيح كيفية إبرامه.

1.3- تعريف بالعقد السياحي الإلكتروني

لتعريف العقد السياحي الإلكتروني يجب علينا أولاً التطرق إلى تعريف العقد السياحي التقليدي

التعريف الفقهي:

عرف الفقيه الفرنسي Lanquer Robert عقد السياحة و الأسفار كما يلي: " مهما تكن الخدمة التي يتضمنها فان عقد الرحلة هو ذلك العقد المبرم مباشرة بين المسافر و مختلف الأشخاص الذين يتولون تقديم خدمات السفر كالناقل و الفندقى"¹¹

أما الفقيه Lucien Rapp فقد عرف عقد السياحة و الأسفار بأنه: " ذلك العقد المبرم بين القائم بأعمال السياحة أو وكيل الأسفار أو منظم الرحلات الشاملة، مع أحد الزبائن هؤلاء، والذي بموجبه يتعهد الأول بأن يقدم الثاني، مقابل تسديد السعر المتفق عليه، إما مجموعة الخدمات، المتكونة من النقل والإقامة أو خدمات أخرى، وإما إحدى هذه الخدمات منفصلة."¹²

أما الدكتور أحمد السعيد الزقرد فقد عرف عقد السياحة كما يلي: عقد الرحلة هو عقد تتعهد بمقتضاه وكالة السياحة والسفر بأن تقدم للسائح، أو العميل عدة خدمات تتدرج بتدرج طبيعة النشاط، وتشمل في حدها الأدنى حجز الأماكن على الطائرات أو وسائل النقل الأخرى أو الحجز في الفنادق وفي حدها الأقصى تنظيم الرحلة الشاملة لحسابها وتقديم الخدمات المرتبطة بها مقابل مبلغ يتم تقديره عادة حسب نوع

¹¹ Lanquer Robert, Agences et association de voyage, Presse universitaires de France, 1 edition 1996, p 33.

¹² Cette definition est citee par courtin Patrick et DENEAU Muriel, droit et droit de tourisme, BREAL Edition 1996, p 293

الخدمة وطبيعتها، وبين الحد الأدنى والحد الأقصى، يمكن لوكالات السياحة والسفر تنظيم رحلات يحدد العملاء برامجها سلفاً¹³

كما عرفه الدكتور جمال الدين عبد الرحمان محمد علي كما يلي: "العقد السياحي هو العقد الذي يلتزم بمقتضاه الوكيل السياحي بتمكين السائح من الاستفادة بما يقدمه من خدمات سياحية لقاء أجر معلوم"¹⁴

ونلاحظ أن التعرفان السابقان يحملان نفس المعنى وهو تقديم الوكالة السياحية خدمة أو عدة خدمات معدة مسبقاً أو بناء على طلب الزبون السائح مقابل تسديد ثمن الخدمة المقدمة

التعريف التشريعي:

عرف المشرع الجزائري العقد السياحي في المادة 14 من القانون رقم 99-06 المؤرخ في 04/04/1999 المتضمن القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة والسفر العقد السياحي على أنه "يقصد بعقد السياحة والأسفار كل اتفاق مبرم بين الوكيل والزبون المتضمن وصفا لطبيعة الخدمات المقدمة وحقوق التزامات الطرفين خاصة فيما يتعلق بالسعر وإجراءات التسديد ومراجعة الأسعار المحتملة والجدول الزمني وشروط بطلان وفسخ العقد".

وعليه فإن العقد السياحي هو ذلك العقد الذي يربط الوكيل السياحي بالسائح، والذي بمقتضاه يلتزم الأول بتمكين الثاني من الاستفادة من الخدمات السياحية المقدمة من طرف الوكالة السياحية مقابل أجر معلوم يلتزم به السائح¹⁵

التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني: سنتطرق الى التعاريف التي جاء بها الفقه الأمريكي و الفقه اللاتيني

¹³ أحمد السعيد الزقرد، الروابط القانونية الناشئة عن عقد الرحلة، مجلة الحقوق الكويتية، العدد الأول، مارس 1998، ص 82.

¹⁴ ورد هذا التعريف حرفياً في المنشور الوزاري الصادر عن وزارة السياحة تحت رقم 02-2001 المؤرخ في 04-07-2001 المتضمن تحديد كفاءات انشاء و استغلال و مراقبة نشاطات وكالات السياح و الأسفار و قد جاء فيه مصطلح العقد السياحي بدل عقد السياحة و الأسفار الوارد في المادة 14 من القانون 99-06.

¹⁵ زينة غانم العبيدي، سارة أحمد العبيدي، (عقد السياحة الإلكتروني دراسة مقارنة، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية و السياسية، العدد 07، السنة 02، ص 215).

عرفه الفقه الأمريكي بأنه: "هو ذلك العقد الذي ينطوي على تبادل للرسائل بين البائع والمشتري والتي تكون قائمة على صيغ معدة مسبقا ومعالجة إلكترونية، وتنشأ التزامات تعاقدية"¹⁶

وعرفه الفقه اللاتيني بأنه: إتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية مفتوحة للإتصال عن بعد و ذلك بوسيلة مسموعة ومرئية، و بفضل التفاعل بين الموجب و القابل"¹⁷

التعريف التشريعي للعقد الإلكتروني:

أما عن العقد الإلكتروني فقد عرفته المادة 06 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية: "...يتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني"¹⁸

من خلال التعاريف السابقة يمكننا تعريف العقد السياحي الإلكتروني: بأنه التقاء الإيجاب الصادر من الوكالة السياحية بشأن عرض سياحي مطروح بوسيلة إلكترونية أيا كانت سمعية أو بصرية أو سمعية وبصرية على شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) بقبول مطابق له صادر من طرف السائح بالطريقة نفسها، وذلك من أجل تحقيق صفقة سياحية تتمثل في جملة من الالتزامات والحقوق المترتبة على طرفي العقد¹⁹

2.3- الطبيعة القانونية للعقد السياحي الإلكتروني

تقدم وكالة السياحة والأسفار عدة خدمات لعملائها من حجز تذاكر السفر، حجز الفندق، وزيارات لمتاحف ومواقع أثرية وتاريخية غيرها من الخدمات والتي تكون إما في شكل رحلات جماعية أو رحلات فردية، وكل هذه الخدمات تكون ضمن عقد بينها وبين الزبون وهو ما أوجبه المشرع على الوكالات السياحية بان تكون الخدمات المقدمة من طرف الوكالة محل عقد ألا وهو عقد السياحة والأسفار بحيث يحدد حقوق وواجبات كلي الطرفين.²⁰

¹⁶ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 52.
¹⁷ مناني فراح، أدلة الإثبات الحديثة في القانون دار الهدى النشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 153.
¹⁸ قانون رقم 05-18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية 28، المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق ل 16 ماي 2018
¹⁹ زينة غانم، غانم العبيدي، سارة أحمد حمد العبيدي، المرجع السابق ص 216.
²⁰ المادة 15 من القانون 06-99

وبما أن المشرع الجزائري لم يعطي تكييف قانوني لعقد السياحة كجمل التشريعات، ولذا لا بد من دراسة الاتجاهات الفقهية وحججهم في تكييف العقد للوصول إلى طبيعته القانونية للعقد السياحي الإلكتروني.

1.2.3- عقد السياحة عقد نقل: غالبا ما تقوم وكالة السياحة والأسفار باستئجار طائرات مملوكة لشركات النقل الجوي إما لرحلة أو عدة رحلات، والأصل في هذه العملية أن يظل الطاقم والطائرة خاضعين لإشراف المؤجر فهو ناقل جوي أما الوكالات السياحية لا تعد ناقلا جويا لأنها لا تحترف النقل الجوي²¹

ولقد ذهب جانب من الفقه الفرنسي إلى تكييف هذا العقد باعتباره عقد نقل باعتباره أهم عنصر في الرحلة السياحية سواء كان الوكيل مالكا لوسيلة النقل أو مستأجرا.

2.2.3- عقد السياحة عقد وكالة: ذهب جانب آخر من الفقه الفرنسي إلى اعتبار العقد السياحي بمثابة عقد وكالة مأجورة، وعليه تعد الوكالة السياحية وكيلا بأجر السائح وبمقتضى وكالته تقوم بالحجز وبإتي التصرفات القانونية لحساب السائح، لأن الوكالة السياحية تقوم بدور الوسيط في حجز الأماكن في مختلف وسائل النقل وفي الفنادق والحفلات أو تقوم ببيع رحلات وكرات سياحية أخرى.

وتعد الوكالة السياحية وكيلا وتخضع لأحكام عقد الوكالة حتى عند تنظيمها لرحلات شاملة لخدمات مقدمة من الغير بناء على طلب الزبائن ونفس الأمر ينطبق على الرحلات الفردية التي يحدد برنامجها العميل.²²

3.2.3- عقد السياحة عقد مقاولة ذهب جانب من الفقه الفرنسي إلى اعتبار العقد السياحي بمثابة عقد مقاولة على أساس أن الوكيل السياحي يتولى بنفسه ترتيب الرحلات السياحية الجماعية المعدة سلفا ويختار الناقل والفندق ويقدم بنفسه بعض الخدمات كإدارة الفندق، أو وسيلة النقل، بحيث تنظم كافة التفاصيل المتعلقة بالرحلة السياحية سواء كانت قانونية أو مادية دون أن تكون تابعة أو ممثلة لأحد فالوكالة السياحية مستقلة وهو ما يتوجب أن يكون في المقابل أن يعمل باستقلالية دون خضوعه لإرادة رب العمل.²³

²¹ حمد الله مجد حمد الله، النظام القانوني لإيجار الطائرات، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005، ص 189.

²² دلالة يزيد، الحماية القانونية للسائح في ضوء عقد السياحة، دفاثر السياسة والقانون، العدد الحادي عشر، جوان 2014، ص 127.

²³ سامان سليمان الياس الخالقي، عقد الرحلة السياحية دراسة تحليلية مقارنة في القانون المدني، دار الكتب القانونية، مطابع شتات، مصر، 2011، ص 111، 112.

4.2.3 - الطبيعة الموحدة للعقد السياحي الإلكتروني: بناء على ما تقدم ذكره، فإنه من الصعب تكييف عقد السياحة الإلكتروني بأنه عقد نقل بحت أو عقد وكالة، أو مقاوله بحتة، لأن الوكالة السياحية لا يقتصر دورها على مجرد الوساطة في حجز الأماكن في الفنادق أو وسائل النقل، وعقد النقل لا يعتبر الخدمة الوحيدة التي تقدمها الوكالة السياحية.²⁴

ولذا ظهر رأي آخر و يأخذ بالطبيعة الموحدة لعقد السياحة على اعتبار أنها تخضع لنظام قانوني واحد ومبسط مستوحى من طائفة عقدية متميزة.

"العقد المبرم بين الوكالة والسائح هو عقد واحد يرمي السائح من وراءه إلى تحقيق الرحلة بأكملها وليس الخدمات المنفصلة التي تتشكل منها الرحلة والتي غالبا ما يجهل منفذها"²⁵

فالوكالة تعمل على خلق منتج فكري من إبداعها، فعملها لا يقتصر على تجميع الخدمات من نقل وإيواء فقط فالزبون ينظر إلى مجموع هذه الخدمات والأداءات على أنها خدمة واحدة يتلقاها من الوكالة السياحية وهي خدمة الرحلة السياحية.

إن التكييف المركب قد لا يكون مرغوبا فيه لأنه يقتضي تطبيق أحكام أكثر من عقد حيث يمكن أن تعد الوكالة وكيفا عن زيونها كما يمكن أن تعد في علاقة أخرى تربطها معه ناقلا، غير أن هذا التكييف المركب قد يكون أمرا لا بد منه، وهو ما دعا الفقه إلى تبني هذا التكييف المركب لكن على سبيل الاستثناء فقط، وهو ما أخذ به القضاء الفرنسي في عقد رحلة لزوجين إلى أمريكا الجنوبية عبر البحر والتنقل بين دول القارة برا وجوا، فرأت محكمة استئناف باريس أن الوكالة تصرف بصفة مزدوجة كناقل بحري ووكيل عن الزوجين في ما يخص التنقل عبر مختلف دول القارة وطبقت على العلاقة بين الطرفين أحكام عقد النقل وعقد الوكالة²⁶

3.3 - إبرام عقد السياحة الإلكتروني

لا يختلف العقد الإلكتروني عن العقد العادي في أركان انعقاده وشروط صحته والآثار المترتبة عليه من حيث المسؤولية، الفارق الوحيد هو وسيلة إبرام العقد ذات الطابع الإلكتروني حيث يتلاقى الإيجاب بالقبول بوسيلة سمعية أو بصرية أو سمعية

²⁴ زينة غانم العبيدي، سارة أحمد حمد العبيدي، نفس المرجع، ص219

²⁵ دلال يزيد، المرجع السابق، ص132.

²⁶ دلال يزيد، المرجع نفسه، ص161

بصرية على شبكة الإنترنت، فهو عقد يتم بالتراضي بين الطرفين كالعقد التقليدي إلا أن ما يميزه هو أنه يبرم بين غائبين وبالتالي يجب صدور الإيجاب من طرف وقبول من الطرف الآخر و لهذا سوف نتطرق إلى الإيجاب الإلكتروني، القبول الإلكتروني ومجلس عقد السياحة الإلكتروني.

1.3.3 - الإيجاب الإلكتروني: الإيجاب هو تعبير عن إرادة المتعاقد، يدل بصورة قاطعة على أنه يقبل التعاقد وفقا لشروط معينة²⁷، ولكي يعتبر التعبير عن الإرادة إيجابا يجب أن يكون دالا باتا متضمنا جميع العناصر الأساسية للعقد.

أما بالنسبة للإيجاب الإلكتروني، فقد عرفه التوجيه الأوروبي بأنه " كل اتصال عن بعد يتضمن كافة العناصر اللازمة لتمكين المرسل إليه الإيجاب من أن يقبل التعاقد مباشرة ويستبعد من هذا النطاق بمجرد الإعلان.

ويجب أن يكون الإيجاب الإلكتروني جازما ومحددا وباتا، ويتجسد التعبير في عقد السياحة الإلكتروني في وسيلة الاتصال الحديثة عن طريق شبكة الإنترنت، كالبريد الإلكتروني أو عن طريق موقع الإنترنت ذاته أو عن طريق المحادثة الإلكترونية²⁸

1.1.3.3 - الإيجاب عن طريق البريد الإلكتروني: هذا الإيجاب محدود حيث يوجه إلى عدد معين من الأشخاص، بحيث تقوم الوكالة السياحية بإرسال رسالة إلكترونية لأشخاص محددين أو لشخص واحد فقط ويعتبر الإيجاب الموجه لشخص واحد إيجابا غير ملزم إلا إذا كان خلال مدة معينة يلتزم الموجب بالبقاء على إيجابه خلال تلك المدة، وعادة ما تكون هذه الطريقة من الإيجاب مع زبائن سبق لهم التعامل مع الوكالة المعلنة عن الإيجاب²⁹

2.1.3.3 - الإيجاب عبر صفحات الويب: هذا النوع من الإيجاب موجه إلى الجمهور وليس إلى فرد معين، وهو النوع الموجود بكثرة ويعد الإيجاب الصادر عبر شبكة الإنترنت إيجابا مستمرا غير محدد بزمن، ولكن بإمكان شركة السياحة أن تعلن عن انتهاء العروض خلال مدة معينة أو نفاذ العرض في حالة الوصول إلى عدد معين من السياح لتنفيذ الرحلة السياحية³⁰

²⁷ د عبد الرزاق السنهوري، الوسيط، الجزء الأول، بدون دار نشر، 2003، ص1042.

²⁸ رشا علي الدين، المرجع السابق، ص49.

²⁹ محمد أمين الرمي، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، الطبعة الأولى

2004، ص91

³⁰ أحمد خالد العجلوني، التعاقد عن طريق الإنترنت، 2002، ص73

3.1.3.3 - الإيجاب عبر المحادثة: يكون الإيجاب موجها من خلال برامج المحادثة وتكفل هذه الوسيلة المحادثة والمشاهدة المرئية من خلال الكاميرات متصلة بجهاز كمبيوتر لدى كل من الطرفين، ويختفي الإيجاب بمجرد سحبه من موقع عرضه حتى لو ظل لدى الشركة السياحية، لأنه لن يكون متاحا للجمهور فينعدم أثره القانوني.

أي أن الإيجاب الإلكتروني لا يترتب أثره بمجرد الإيداع والنشر على الشبكة العالمية للمعلومات بل يجب أن تقوم شركة السياحة بعرضه على الجمهور متضمنا جميع العناصر القانونية.

فالعرض السياحي كي يرقى إلى مرتبة الإيجاب يتعين أن يتضمن الشروط الجوهرية للخدمة السياحية وطبيعتها وتحديد ثمنها، وكيفية السداد وميعاد ومكان تقديم الخدمة³¹

3-1.3.3-3- القبول الإلكتروني: يعرف القبول بأنه: تعبير عن إرادة الطرف الآخر الذي يتلقى الإيجاب نحو الموجب ليعلمه بموافقته على الإيجاب، ولا يختلف القبول الإلكتروني عن المعنى السابق، غير أن الفرق في الوسيلة وهي الوسائط الإلكترونية التي يستعملها المستهلك السياحي لإرسال قبوله، والأصل أن القبول يكون صراحة أو ضمنا، ولكن من الصعب أن يكون القبول الإلكتروني ضمنا، فهو يتم عن طريق أجهزة وبرامج إلكترونية وهذه الوسائل من الصعب استنتاج إرادة المتعاقد من خلالها، فهي تحتاج إلى تعبير صريح ومادي من قبل مستخدمها.³²

كما أن جل المواقع الإلكترونية التي تقدم خدمات سياحية تطلب عدة عمليات أو إجراءات لتأكيد القبول حتى لا يكون القبول سهواً أو بمجرد الخطأ.

ولهذا أوجب البند السابع من العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الإلكترونية تأكيد قبول الشراء عن طريق مجموعة من الإجراءات التي ينفذها المتعاقد على صفحات متتالية عبر شاشة جهاز الكمبيوتر.³³

4.1.3.3 - مجلس عقد السياحة الإلكتروني: يعرف مجلس العقد بأنه الفترة الزمنية الفاصلة بين الإيجاب و القبول التي تتخذ خلالها المدة التي يبقى فيها الإيجاب صالحا لاقتراانه بالقبول، إما أن يكون مجلس العقد حقيقيا، أي يكون المتعاقدان في مكان مادي

³¹ رشا علي الدين، المرجع السابق، ص 52

³² WWW.HAHNKAMPER, Acceptance of an offer in light of electronic communications, journal of law and commerce, val 25, 2005, p 148

³³ رشا علي الدين، المرجع السابق، ص 53

فيكونان على اتصال مباشر بحيث يسمع أحدهما كلام الآخر مباشرة، بينما مجلس العقد الحكمي فهو الذي يكون أحد المتعاقدين غير حاضر فيه، كما هو الحال في التعاقد عبر الهاتف.³⁴

من خلال التعاريف السابقة أعلاه يمكن أن نستنتج بأن مجلس عقد السياحة الإلكتروني هو مجلس عقد حكمي وليس حقيقي، لأن أطراف العقد بصورة عامة لا يكونان في مجلس واحد عبر شبكة الإنترنت، حتى لو كانا في مدينة واحدة، والفاصل بينهما هو الزمان، فقد يكونان متواجدين على شبكة الإنترنت في وقت واحد أو زمن متفاوت.³⁵

2.3.3- القانون الواجب التطبيق على النزاعات المتعلقة بالسياحة الالكترونية : عادة ما يختار المتعاقدين القانون المطبق على العقد والذي يلجأ إليه في حالة نزاع حول العقد، ويدرج ضمن بنود العقد وهذا الاختيار بناء على مبدأ "العقد شريعة المتعاقدين" وهو ما يمنح لأطراف العقد حرية تنظيم شروط العقد بما فيها القانون الواجب التطبيق، ولكن في بعض الأحيان لا يقوم أطراف العقد باختيار القانون الواجب التطبيق وقد لا يتضح بطريقة ضمنية اتجاه الأطراف، خاصة في العقود المبرمة في ظل البيئة الرقمية، وهنا يقوم القاضي بتحديد القانون الواجب التطبيق.

1.2.3.3 - الاختيار الاتفاقي لقانون العقد : في حالة وقوع نزاع بين أطراف العقد يتم تطبيق قانون الإرادة في حل النزاع وهو القانون المختار من قبل أطراف العقد، ويكون بموجب اتفاق صريح بتحديد القانون الواجب التطبيق عندما يثور نزاع حول العقد³⁶

حيث أن المسؤولية المدنية تقوم على خضوع العقود لقانون الإرادة، أي القانون الذي يختاره الأطراف صراحة أو ضمنا، و ينطبق ذات المبدأ على كافة صور عقود التجارة الالكترونية، ولاسيما ذات الطابع الدولي.³⁷ ولهذا عندما يثور نزاع بخصوص عقود التجارة الالكترونية بصفة عامة، والسياحة الالكترونية بصفة خاصة ذات الطابع الدولي فإنه ينطبق عليها مبدأ الإرادة الظاهرة للأطراف إذا ما تم الاتفاق

³⁴ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر العربي، الإسكندرية 2005، ص287.

³⁵ زينة غانم العبيدي، سارة أحمد حمد العبيدي، المرجع السابق، ص225.

³⁶ أشرف محمد رزق فايد، منازعات الاستهلاك المتعلقة بالعقود المبرمة على شبكة الإنترنت، مركز الدراسات العربية، 2017، ص23.

³⁷ Bernand(A): Droit international prive, economica, 2 ed, 1997, n 169, p 151.

عليه بينهم عند إبرام العقد، وإما عن طريق الإرادة الضمنية والتي تستخلصها المحكمة من شروط العقد وظروف ووقائع الدعوى³⁸.

2.2.3.3- الصعوبات التي تعترض الاختيار الصريح لقانون العقد: لما كانت عقود السياحة الالكترونية من العقود التي تبرم عن بعد و قد صممت صفحات المواقع الالكترونية (صفحات الويب) الخاصة بالتعاقد بحيث تشمل كلمة (نعم) باللغة العربية أو ما يقابلها من لغات أشهرها في التعامل الانجليزية والفرنسية فانه من المتصور أن يقوم الشخص بضغط زر الموافقة، على جهاز الحاسوب على غير إرادة منه، أو عن طريق الخطأ مما يعني أن الطرف الآخر تلقى قبوله على الإيجاب فيعتبر أن التعاقد قد تم صحيحا فيتصرف على هذا الأساس فيما يخص التزامه التعاقدى نحو تنفيذ العقد وفي مثل هذه الحالة فان التأكد من إرادة الطرف الأول باختيار القانون المعين قد تشوبها بعض الشوائب³⁹

3.3.3.3 - الصعوبات المتعلقة بالاختيار الضمني لقانون العقد: الاختيار الضمني للقانون الواجب التطبيق على منازعات عقد السياحة الالكتروني الدولي وهذه الحالة عند إغفال أطراف العقد عن الاختيار الصريح للقانون الواجب التطبيق فهنا تعتمد المحكمة على بعض المعايير لتستشف إرادة الأطراف فتتصدى لها على النحو التالي:

- **الاعتماد على لغة العقد:** لغة العقد من المعايير التي تعتمد عليها المحكمة عند سكوت الأطراف عن تحديد القانون الواجب التطبيق غير أن اللغة الغالبة على التعامل عبر شبكة الانترنت هي اللغة الانجليزية والتي تكاد تكون دولية لا يمكن انتسابها إلى دولة معينة بصورة قد تخل بمصالح الأطراف مهما اجتهدت المحكمة وبالتالي يصعب الاعتماد عليها كمعيار في هذا الصدد.

الاعتماد على العملة: إن مسألة الاعتماد على نوع العملة التي يتم تنفيذ العقد بها يصعب الاعتماد عليه في مجال عقد السياحة الالكتروني الدولي، فقد دخلت إلى حيز التعامل ما يعرف بالنقود الالكترونية وهي عملة لا تملكها دولة معينة⁴⁰.

4.3.3 - الاختيار القضائي لقانون العقد: في حالة عدم اختيار أطراف العقد القانون الواجب التطبيق على العقد الالكتروني عموما والعقد السياحي الالكتروني خاصة المبرم عبر الإنترنت، وفي حالة تعذر كشف الإرادة الضمنية، فإنه لا يمكن للقاضي تطبيق قانونه الوطني، أو رفض الفصل في النزاع، وإنما وجب عليه الاجتهاد للوصول إلى هذا القانون، وذلك من خلال ربط العقد بالقانون الذي يرتبط به ارتباطا وثيقا، وقد يلجأ إلى أعمال

³⁸ أشرف محمد رزق فايد، المرجع السابق، ص 23.

³⁹ ياسر احمد بدر، نفس المرجع، ص 29

⁴⁰ رشا على الدين، المرجع السابق، ص 127، 126.

قواعد الإسناد الجامدة (قانون الموطن المشترك، قانون الجنسية المشتركة...) يتم تطبيق قواعد الإسناد طبق لما جاء به المشرع الجزائري في المادة 18 من القانون المدني والتي تنص: "يسري على الالتزامات التعاقدية القانون المختار من المتعاقدين إذا كانت له صلة حقيقية بالمتعاقدين أو بالعقد.

وفي حالة عدم إمكان ذلك، يطبق قانون الموطن المشترك أو الجنسية المشتركة.

وفي حالة عدم إمكان ذلك، يطبق قانون محل إبرام العقد....."

1.4.3.3 - مشكلة الاعتماد على موطن المتعاقدين: يتبين من نص المادة 2/18 من القانون المدني في حالة عدم اختيار أطراف العقد للقانون الواجب التطبيق تطبيق الضوابط الاحتياطية بالترتيب كما جاءت في المادة بداية من ضابط قانون الموطن المشترك، حيث يعتبر قانون الموطن المشترك قانون معروف لأطراف العقد لأنهم اعتادوا عليه في تعاملاتهم وفي تنظيمه لسلوكاتهم⁴¹

لكن في عقود السياحة الإلكترونية الدولية لا يمكن الجزم بوجود موطن معين للمتعاقدين وبالتالي نجد صعوبة في تطبيق هذا المعيار عليها و يرجع ذلك إلى طبيعة هذه العقود التي تهرم عبر شبكة الإنترنت والتي تعتمد على العناوين الإلكترونية وليست العناوين الحقيقية، حيث إن هذه الأولى لا تعطي دلالة واضحة على العنوان الحقيقي، كما أنها لم تصمم أصلا وفق منظور جغرافي⁴².

2.4.3.3 - مشكلة الاعتماد على جنسية المتعاقدين: في حالة عدم إمكانية أعمال الضابط الأول السابق ذكره يتم اللجوء إلى الضابط الثاني وهو قانون الجنسية المشتركة للمتعاقدين لحل النزاعات المتعلقة بالعقد الذي لم يتفق أطرافه على القانون الواجب التطبيق، والذي استحدث بموجب تعديل 2005، فإذا اختلف أطراف العقد في الموطن واتحدا في الجنسية يطبق قانون الجنسية المشتركة سواء كان قانون الجنسية القانون الوطني أو القانون الأجنبي.

وبرغم من أنه يلعب دورا هاما في حل النزاعات المتعلقة بالأحوال الشخصية والروابط الأسرية، أما بالنسبة للعقود التجارية فإن دوره يبدو محدودا بشكل كبير، وذلك

⁴¹ بدران شكيب الرفاعي، عقود المستهلك في القانون الدولي الخاص، دراسة مقارنة، دار شتات للنشر و البرمجيات، مصر، 2011، ص 207.

⁴² صالح منزلأوي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، 2008، ص 334.

لعدم الاعتماد على الاعتبار الشخصي في هذه العقود المبرمة عبر شبكة الإنترنت، لذا لم يلق هذا المعيار تأييدا بشكل واسع من جانب الفقه أو القوانين المقارنة.⁴³

3.4.3.3 - مشكلة الاعتماد على محل إبرام العقد: وفي حالة تعذر تطبيق الضابطين السابقين والذي يعد كقربنة على اتجاه الإرادة لهذا القانون، ويعتبر من الضوابط التي تحدد القانون الواجب التطبيق على العقد الدولي على أساس أنه محل ميلاد العقد⁴⁴، إلا أن الاعتماد على قانون محل الإبرام لم يعد يناسب تطور التجارة الإلكترونية، حيث تعددت صور التعاقد بين غائبين كعقد السياحة الإلكتروني، نتيجة شيوع استخدام وسائل الاتصال الحديثة في التعاقد كالتلكس والفاكس والإنترنت، مما يصعب عملية تحديد قانون محل الإبرام، ولأنه يمكن للسائح أن يتعاقد وهو في رحلة عابرة في طائرة أو قطار، كما لو تعاقد الشخص عبر شبكة الإنترنت من خلال هاتفه المحمول، أو حاسوبه الشخصي أثناء انتقاله من دولة لأخرى، فضلا عن أن مكان إبرام العقد قد لا يرتبط بعلاقة جوهرية بموضوع العقد، وهذا يعني أن معيار قانون محل الإبرام يصعب تطبيقه في مجال التعاقدات السياحية الإلكترونية.⁴⁵

من جماع ما تقدم يمكننا القول أن النصوص الواردة في القانون المدني لا تحمل حلا لهذه المشكلة، إذ أن قواعد الإسناد جاءت حلا للعقود الدولية التقليدية يصعب تطبيقها على العقود الإلكترونية عامة وعلى عقود السياحة الإلكترونية خاصة، وهذا ما دفع الفقه إلى المناداة للبحث عن معايير أكثر مرونة لتحديد القانون الواجب التطبيق على العقد، ولعل من أبرز المعايير معيار الأداء المميز.⁴⁶

4.3.3.4- معيار الأداء المميز: تقوم نظرية الأداء المميز للعقد على أساس تحديد القانون الواجب التطبيق على العقد حسب أهمية الالتزام الأساسي فيه، وإذا كان العقد ينتج عدة التزامات فإن أحدهما هو الذي يميز العقد ويعبر عن جوهره،⁴⁷ وفي مجال عقود التجارة الإلكترونية الدولية المبرمة عبر شبكة الإنترنت بصفة عامة وبالأخص عقود السياحة الإلكترونية الدولية، يعد الأداء المميز في عقد السياحة الإلكتروني الذي يتم بين مقدم

⁴³ ايت عبد الوهاب فهيمه، خرفلاوي سهيلة، القانون الواجب التطبيق على المنازعات عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماسر في الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، كلية الحقوق، 2017، ص 27، 32

⁴⁴ حسام الدين فتحي ناصف، حماية المستهلك من خلال قواعد تنازع القوانين، 2، دار هومه، الجزائر، 2007، ص 40.

⁴⁵ رشا على الدين، المرجع السابق، ص 136

⁴⁶ ايت عبد الوهاب فهيمه، خرفلاوي سهيلة، المرجع السابق، ص 42

⁴⁷ أحمد عبد الكريم سلامة، علم قاعدة التنازع و الاختيار بين الشرائع أصولا و منهجا، الطبعة الأولى، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، ص 104

الخدمة (شركة السياحة والسفر) والسائح والعميل، هو مقدم الخدمة أو تلك الشركة، وبالتالي فالقانون الواجب التطبيق في الحالة التي لم يتفق الأطراف عليها صراحة أو ضمنا، قانون الدولة التي بها مقر مقدم الخدمة، أو مركز شركة السياحة باعتبارها المدينة بالأداء المميز للعقد محل النزاع.

ورغم سهولة هذا المعيار ومرونته التي تميزه عن غيره من المعايير الموضوعية الأخرى، إلا أنه يشكل عائقا في عقود السياحة الإلكترونية لأنه من عقود الاستهلاك، حيث أن الاعتماد على معيار الأداء المميز سيؤدي إلى تطبيق قانون الطرف القوي مما يؤدي إلى الإضرار بالطرف الضعيف، لذا فمن العدالة والمنطق، أن لا يحرم السائح المستهلك في إطار عقد السياحة الإلكتروني الدولي من تطبيق قانونه الوطني في حال انعدام الاختيار الاتفاقي للقانون الواجب التطبيق على هذا العقد.⁴⁸

4- الخاتمة:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة حتمية باعتبارها البنية الأساسية لصناعة السياحة، وفي ظل التنافس الكبير بين الدول حول تفعيل الرقمنة في القطاع السياحي، فطبيعة وجودة ونوعية الخدمات السياحية تفرض حتمية تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في القطاع السياحي، حيث أن هناك العديد من الدول العربية التي خطت نحو السياحة الإلكترونية كتونس والأردن، وتبقى الجزائر من الدول الضعيفة في السياحة الإلكترونية، وقد يكون ذلك راجع إلى ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومن أجل مواكبة العصر الرقمي يجب على الدولة القيام بمجهودات لتطوير مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والعمل على سن قوانين تنظم هذا النشاط وتتماشى مع هذا التطور كما توصلنا إلى جملة من النتائج:

- يعد قطاع السياحة من القطاعات المتأثرة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
 - تساهم السياحة الإلكترونية في تنمية الاقتصاد الوطني، بحيث تشكل جزء كبير من التجارة الإلكترونية لذا يجب إعطاؤها حيز كبير من الاهتمام.
 - تعتبر الجزائر من الدول المتأخرة في مجال السياحة الإلكترونية.
 - تزداد أهمية السياحة مما يحصل الباحثين القانونيين مسؤولية أكبر في مجال دراسة المشكلات والعقبات التي تعرقل تقدمها ومشاركتها في تنمية الاقتصاد.
- وعليه نقدم مقترحين

⁴⁸ أحمد بدر، المرجع السابق، ص 33

- يجب على المشرع الجزائري سن قوانين تنظم السياحة الإلكترونية فلا يكفي أن نطبق عليها قوانين التجارة الإلكترونية، باعتبار أن عقد السياحة الإلكتروني عقد استهلاك.
- يجب أن تتلاءم قواعد الاختصاص القضائي مع معطيات البيئة الرقمية.
- يجب تنظيم السياحة الإلكترونية في الجزائر من خلال وضع تشريعات و لوائح منظمة لعمل الوكالات السياحية تتلائم مع ما فرضته السياحة الإلكترونية.

5- قائمة المراجع:

الكتب:

1. رشا علي الدين، النظام القانوني لعقد السياحة الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة 2010.
2. محمد أمين الرمي، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى 2004.
3. أحمد خالد العجلوني، التعاقد عن طريق الإنترنت، 2002.
4. د عبد الرزاق السنهوري، الوسيط، الجزء الأول، بدون دار نشر، 2003.
5. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر العربي، الإسكندرية 2005.
6. أحمد عبد الكريم سلامة، علم قاعدة التنازع والاختيار بين الشرائع أصولا و منهجا، الطبعة الأولى، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة.
7. جمال عبد الرحمن محمد علي، العقد السياحي، مطبعة كلية علوم بني سويف، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.
8. سامان سليمان الياس الخالتي، عقد الرحلة السياحية دراسة تحليلية مقارنة في القانون المدني، دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر، مصر، 2011.
9. أشرف محمد رزق فايد، منازعات الاستهلاك المتعلقة بالعقود المبرمة على شبكة الإنترنت، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2017.
10. بدران شكيب الرفاعي، عقود المستهلك في القانون الدولي الخاص، دراسة مقارنة، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، 2011.
11. حسام الدين فتحي ناصف، حماية المستهلك من خلال قواعد التنازع القوانين، ط2، دار هومه، الجزائر، 2007.
12. حمودي محمد ناصر، عقد البيع الدولي الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الجزائر.
13. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
14. مناني فراح، أدلة الإثبات الحديثة في القانون، دار الهدى النشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

المقالات:

1. بختي إبراهيم، شعوبي محمد فوزي، " دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة" مقال من مجلة الباحث، العدد 07، 2009_2010.

المجلد: 09	العدد: 01	السنة: جانفي 2023 م- رجب 1444 هـ	ص: 815 - 834
2.	طوابية أحمد "السياحة الإلكترونية كأسلوب لترقية القطاع السياحي" ورقة عمل مقدمة في الملتقى العلمي الدولي الثامن بعنوان: تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر و في بعض البلدان العربية و الإسلامية ، تمارست الجزائر، 19 و 20 ديسمبر 2009.		
3.	حطاب مراد،(فعالية التجارة الإلكترونية في القطاع السياحي)، مجلة الإقتصاد و التنمية، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة يحيى فارس_ المدينة، العدد 08، جوان 2017.		
4.	رشا علي الدين، النظام القانوني لعقد السياحة الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة 2010.		
5.	زينة غانم العبيدي، سارة أحمد العبيدي،(عقد السياحة الإلكتروني دراسة مقارنة، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية و السياسية، العدد 07، السنة 02.		
6.	دلال يزيد، " الحماية القانونية للسائح في ضوء عقد السياحة، مقال منشور بدون ذكر المجلة.		
7.	ياسر احمد بدر، " حماية السائح في عقود السياحة الالكترونية "، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الثالث الذي تقيمه كلية الحقوق، جامعة طنطا بعنوان السياحة و القانون، 26 27أفريل 2016.		

الرسائل:

1. سلالي بوبكر، آفاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس و الأردن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، السنة الجامعية 2013_ 2014.
2. ايت عبد الوهاب فهيمة، خرفلاوي سهيلة، القانون الواجب التطبيق على المنازعات عقود التجارة الالكترونية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية، كلية الحقوق، 2017.

النصوص القانونية:

1. القانون 99-06 المؤرخ في 12 ذي الحجة عام 1419 الموافق ل 04 أفريل 1999 المتضمن القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة و السفر
2. القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق ل 16 ماي 2018

مراجع باللغة الأجنبية:

1. Anis Khachouch: E-Tourism, An Innovative Approach for the small and medium-sized Tourism enterprises (SMTE) in Tunisia, OECD, 2004.
2. WWW.HAHNKAMPER, Acceptance of an offer in light of electronic communications, journal of law and commerce, val 25, 2005.
3. Lanquer Robert, agence et associations de voyage, press universitaires de France, 1 edition 1979, p33.
4. Courtin patrick et deneau muriel, droit et droit de tourisme; breal edition 1996, p293.