

ملائمة التحكيم الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني.

Appropriate electronic arbitration as a mechanism for electronic consumer protection

طالب الدكتوراه مُجَّد دواقي¹، الدكتورة أمال مكاوي²

¹ جامعة الجيلالي ليابس، سيدي بلعباس (الجزائر)، mohamed.douagui@univ-sba.dz

² جامعة الجيلالي ليابس، سيدي بلعباس (الجزائر)، amel.mekkaoui@univ-sba.dz

تاريخ الاستلام: 2021/10/28 تاريخ القبول: 2021/12/27 تاريخ النشر: 2022/01/21

ملخص:

أدى التقدم العلمي خاصة في المجال الإلكتروني إلى ازدهار التجارة إلكترونياً، ما أدى إلى ظهور مراكز قانونية جديدة لم تكن تعرف من قبل، منها المستهلك الإلكتروني، هذا ما دفع بالقانونيين إلى دراسة المركز القانوني الجديد للمستهلك والتفكير في وضع آليات جديدة لحمايته سواء وطنياً أو دولياً، ما دنا نتكلم عن تجارة دولية إلكترونياً في المعاملات الدولية الخاصة، إذ يعتبر التحكيم من الوسائل الهامة في مجال فض المنازعات، لما يمنحه من حياد في مجال فض المنازعات وحلها، وظهرت العديد من المراكز الإلكترونية التي تختص في مجال التحكيم الإلكتروني على غرار مركز E-BAY المختص في مجال التحكيم الإلكتروني. فهل يمكن للتحكيم الإلكتروني أن يحمي المستهلك الإلكتروني وأن يحل المنازعات التي تنشأ عن علاقة قانونية بين المستهلك ومقدم الخدمة الإلكترونية

كلمات مفتاحية: المستهلك. التحكيم. المنازعات. الحماية

Abstract: Scientific progress,- especially in the electronic field,- led to the flourishing of electronic commerce,- which led to the emergence of new

legal centers that were not known before,- including the electronic consumer. As long as we talk about international trade electronically in private international transactions,- as arbitration is considered one of the important means in the field of dispute resolution,- because it gives it the

impartiality in the field of dispute resolution and resolution'- and many electronic centers have appeared that specialize in the field of electronic arbitration similar to the Center E-bay'- a specialist in the field of electronic arbitration.

Can electronic arbitration protect the electronic consumer and resolve disputes that arise from a legal relationship between the consumer and the electronic service provider?

Keywords: consumer.arbitration.disputes.protection.

1. مقدمة:

إن التقدم العلمي في المجال الإلكتروني، وما تبعه من تنمية معلوماتية، واتجاه التجارة الدولية إلى التجارة الإلكترونية الدولية. التي تقوم على السرعة في إبرام العقود وتنفيذها أثر تأثيراً بالغاً على المراكز القانونية، وظهور مراكز جديدة، أهمها المستهلك الإلكتروني، والذي أدى بمعظم التشريعات العالمية ومنها التشريع الوطني إلى الاهتمام بهذا النوع الجديد من المراكز القانونية وكذلك حمايته من أي مساس بحقوقه. ومع اتساع استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في انجاز الأعمال القانونية وإبرام العقود وتنفيذها، واتساع الاستهلاك الإلكتروني اتسعت رقعة المنازعات الناشئة عن تلك العقود، ومع اللجوء إلى وسائل تسوية المنازعات التقليدية في منازعات المستهلكين من خلال الضابط الخاص بهم وهو ضابط موطن المستهلك اتضح مدى قصور تلك الوسائل في مواكبة وسائل الاتصال الحديثة، وذهب الكثير من الفقه إلى المناداة بإيجاد وسائل لتسوية تلك المنازعات وحماية للمستهلك الإلكتروني وهذا ما ذهبت إليه معظم التشريعات إلى النص على آلية التحكم الإلكتروني لحماية وتسوية المنازعات المتعلقة بالاستهلاك الإلكتروني وكان من أبرز وسائل التسوية الحديثة ODR التي تعمل على حسم منازعات التجارة الإلكترونية في العالم الإلكتروني هو التحكم الإلكتروني الذي اصطلح على تسمية Online Arbitration حيث يفضل المتعاملون عبر الانترنت أن تتم تسوية منازعاتهم الناشئة عن هذه العقود من خلال نفس الوسائط لما تحققه لهم من سرعة في الإجراءات وتخفيض في التكاليف (الحسني، 2012، صفحة 145).

مما سبق، يطرح التساؤل التالي حول التحكم الإلكتروني وما مدى مساهمته في حماية المستهلك الإلكتروني باعتباره طريق بديل لحل المنازعات الناشئة عن عقود الاستهلاك الإلكترونية؟

ملائمة التحكيم الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني.

وهذا ما سنحاول الإجابة عليه عن طريق التطرق أولاً إلى المستهلك الإلكتروني، ثانياً إلى التحكم الإلكتروني ومدى مساهمته في حماية المستهلك الإلكتروني.

2. المستهلك الإلكتروني

إن المستهلك في التجارة الإلكترونية هو نفسه المستهلك في عملية التعاقد التقليدية لكنه فقط يتعامل من خلال وسائط الإلكترونيات وهذا مفاده أن له كافة الحقوق والمزايا التي يتمتع بها المستهلك في نطاق التجارة العادية.

وتأتي أهمية توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني كونه يمثل الحلقة الضعيفة في عملية التعاقد الإلكتروني وقبل الأرض في حمايته لا بد أن تطرق إلى تعريف المستهلك الإلكتروني تم إلى المبررات التي تستدعي حمايته.

2-1 مفهوم المستهلك الإلكتروني:

في مفهوم المستهلك بوجه عام يكاد الفقه يجمع على أن المستهلك هو: " كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، وليس الغرض من الحصول على هذه السلع والخدمات للاستعمال المهني أو التجاري (الحسني، 2012، صفحة 27)

أولاً: تعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني

يعتبر لفظ المستهلك الإلكتروني مصطلح حديث لا يختلف عن مفهوم المستهلك التقليدي إلا من خلال الاستعانة بوسيط الكتروني عند إبرام العقد عن طريق الانترنت، فيعرف على أنه كل شخص طبيعي أو اعتباري يتعاقد بأحد الوسائل الإلكترونية من أجل الحصول على السلع والخدمات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو احتياجاته خارج نطاق تخصصه (عيلام، 2018، صفحة 43).

ومن خلال تعريف المستهلك بوجه عام يتبين لنا أن الهدف من الاستهلاك هو الدفاع وراء سعي المستهلك الإلكتروني من أجل الحصول على السلع أو الخدمات بغرض إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية وذلك خارج أغراضه المهنية أو التي تدخل في نطاق تخصصه.

كذلك موضوع العقد أي الحصول المستهلك على السلع أو الخدمات من أجل استهلاكها فكل

الأموال يمكن أن تكون محلا على الاستهلاك إذا تم شراؤها واستعماله لغرض غير مهني مهما كان استهلاكها قصيرا، كالمنتجات الغذائية أو طويلا كالسيارات أو الأجهزة المنزلية (الحسني، 2012، صفحة 30)، أما الحصول على الخدمات فهي تشمل كل الخدمات إلى تقدم للمستهلك مقابل أدائه لمبلغ نقدي. كما لا بد أن يكون هناك طرفان في الرابطة التعاقدية، فيجب أن يكون هناك مستهلك، وآخر مهني حيث يؤدي وجود هذين الطرفين إلى إمكانية اختلال في التوازن العقدي مما يبرر وجوب حماية الطرف الضعيف في العقد ألا وهو المستهلك وتطبيق أحكام الحماية المقررة في القانون، وهذا معناه أن يكون العقد مبرم بين المستهلك ومهني B2C (عيلام، 2018، صفحة 47).

لكن افرز الفقه إشكالا جديدا حول من هو المستهلك الإلكتروني الذي تعني به الدراسات في هذا المجال، -هل هو المستهلك الطبيعي أم المعنوي إلا أن القضاء تصدى إلا هذا الإشكال ووصف المستهلك الإلكتروني بأن يمكن أن شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا، بصورهم المختلفة، وهذا ما تؤكد محكمة الاستئناف الإنجليزية في حكمها الصادر في 21 ديسمبر 1987 حيث اعتبرت المحكمة الحكومتين الإسبانية والفرنسية مستهلكتين بالنسبة لعقدتهما مع شركة توزيع السيارات وقضت ببطالان الشروط غير المعقولة في العقد (www.iuc-edu.academia.edu, 2020).

ثانيا: التعريف القانوني للمستهلك الإلكتروني

لتعريف المستهلك الإلكتروني لا بد من الرجوع إلى القواعد التقليدية الخاصة بحماية المستهلك في تعريفه لأن معظم القوانين لم تتطرق إلى تعريفه حيث اهتمت القوانين بالتطرق إلى التعاقد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية بصفة عامة، دون الاعتناء بالاستهلاك الإلكتروني الذي يعتبر تطبيقا خاصا للمعاملات الإلكترونية (عيلام، 2018، صفحة 44).

تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف المستهلك من خلال القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 1/3 على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجيته أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.

ملائمة التحكيم الإلكتروني كألية لحماية المستهلك الإلكتروني.

والملاحظ من التعريف أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك معتبرا إياه فقط ذلك

الشخص الذي يقتني المنتجات والخدمات من أجل استعمالاته واحتياجاته الشخصية لذلك فإن كان هدف الشخص الاقتناء تلبية حاجاته المهنية فإنه لا يعتبر من قبل المستهلكين وإنما يعتبر من قبل المهنيين (شبة، 2011، صفحة 227).

أما القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية خاصة في مادته الثالثة تعرف المستهلك على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو تستفيد من خدمات عرضت له ومجردة من كل طابع مهني.

وقد اعتمدت محكمة العدل الأوروبية هذا المحدد حيث يشترط لتمتع المستهلك بقواعد الحماية أي يكون تصرفه لغرض مستقل تماما عن حاجات نشاطه التجاري والمهني (الحسني، 2012، صفحة 30) فيمكن أن يشمل في المهني الذي يتعاقد بعيدا عن نشاطه المهني أو التجاري.

أما المستهلك الإلكتروني فقد نصت عليه المادة 06 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بقولها هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

وعليه يمكن القول إن التعريف المتبني من قبل المشرع الجزائري فيما يخص المستهلك هو تعريف

عام سواء كانت طريقة الاستهلاك الكترونية أو كلاسيكية وعليه فإن التعريف مع نتائجه ينطبق على المستهلك مهما كانت الطريقة التي اعتمدها في التعاقد الكترونيا أو غير ذلك (هدى، 2017، صفحة 321).

كما يقرر الحماية الخاصة للمستهلك لكونه الطرف الضعيف في هذه العلاقة ويستوي في ذلك الشخص الطبيعي والمعنوي وذلك سواء كان التعاقد بالطرق التقليدية أو من خلال شبكة الاتصال العالمية.

2.2 مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

إن الحماية الإلكترونية للمستهلك الإلكتروني فرضت نفسها أثر اتساع رقعة استخدام الانترنت في

العالم، فكان لا بد من النص على حماية هذا النوع من المستهلك الجديد من الغش والاحتيال وشراء

بضائع مغشوشة، وهذا ما نصت على التشريعات الوطنية والأجنبية في قوانينها الداخلية والتي سبقتهم إليه المنظمات العالمية التي تهتم بموضوع حماية المستهلك سواء التقليدي أو عن طريق الانترنت وتكمن مبررات حماية المستهلك الالكتروني في التطور الهائل في عالم الاتصال والحاجة الملحة إلى الخدمات الالكترونية وكل هذا داخل عالم لا يفقه المستهلك فيه الأمور التقنية في عالم المعلوماتية، مقارنة باحترافية التاجر.

أولاً: تطور عالم الاتصال

إن الشبكة العنكبوتية تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تعامل المستهلك الالكتروني مع جهاز الحاسوب، وإمكانية الوصول إلى السلع والخدمات التي تكون معروضة على شبكة الانترنت، -و يمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات الالكترونية (درار، صفحة 53) غير أن هذا التطور يمكن أن يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت لعدم إمكانية معاينة المستهلك الالكتروني للسلع المطروحة للبيع على الشبكة بطريقة حقيقية.

ثانياً: حاجة المستهلك الالكتروني لمثل هذه الخدمات الالكترونية

إن حاجة المستهلك الالكتروني إلى السلع والخدمات الالكترونية، تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية وبأسعار معقولة وتنافسية وهذا بسبب كثرتها وكثرة المواقع التي تعرض هذه المنتجات وزيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقدم ما هو أفضل للمستهلك الالكتروني عن طريق الدعاية والإشهار والأسعار التنافسية بالإضافة إلى الخدمات لعمليات ما بعد البيع، فهذه الخدمات والدعاية من طرف هذه المواقع التي احترفت البيع عن طريق الانترنت تزيد من إقبال المستهلك الالكتروني على الاقتناء والشراء الالكتروني، ومن هنا جاءت الحاجة للبحث عن الحماية للمستهلك الالكتروني مع كثرة المنازعات الناشئة عن هذا النوع الجديد من الاستهلاك و بروز مراكز قانونية جديدة.

ثالثاً: محدودية المستهلك الالكتروني للأمور التقنية و إحترافية التاجر

ملائمة التحكيم الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني.

تعتبر شبكة الانترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فالبريد الإلكتروني ومواقع الانترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواع متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك والتعاقد معه من خلالها (درار، صفحة 54).

فالمستهلك الذي يجيد التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة والحاسوب لا يمكن مقارنته مع المستهلك الذي يفتقر إلى مثل هذه المعرفة، للوصول إلى المنتج أو الخدمة التي يريدتها، وكان لابد من التفرقة بين هذين المستهلكين، وان التعامل مع الطرف الآخر من خلال هذه الوسائط قد يؤدي حينها إلى وقوع المستهلك غير المحترف مع هذه التكنولوجيا في حيل وخدع من طرف قراصنة الانترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي. وهذا من خلال معرفة المستهلك الإلكتروني لحقوقه. لذا فإن حاجة المستهلك إلى الحماية في التسويق الإلكتروني تنبع أيضا من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة في المعاملات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية.

3. التحكيم الإلكتروني في كآلية لحماية المستهلك

لم ينص المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش على إمكانية اللجوء إلى التحكيم لحل منازعات الاستهلاك، إلا أنه بالرجوع إلى القواعد العامة المتعلقة بالتحكيم، خاصة المادة 1006 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، التي تنص على أنه يمكن لكل شخص اللجوء إلى التحكيم في الحقوق التي هو مكلف بالتصرف فيها.

لا يجوز التحكيم في المسائل المتعلقة بالنظام العام أو حالة الأشخاص وأهليتهم.

إذا من خلال هذه المادة، فإن ما عدا هذه المسائل المنصوص عليها في المادة يجوز أن تكون محلاً لاتفاق التحكيم، المنازعات الناجمة عن علاقة قانونية مصدرها العقد أو غير العقد، وبناءً عليه يجوز أن يتفق المتدخل مع المستهلك على إحالة النزاع القائم بينهما على محكم أو عدة محكمين بحسب الاتفاق (بودالي، 2006، صفحة 623). وقد تعددت الهيئات التي تمارس التحكيم الإلكتروني في العالم وأشهرها جمعية التحكيم الأمريكية وغرفة التجارة الدولية (مسعودي، 2017، صفحة 07).

وعليه سوف نتطرق في هذا الحديث إلى مفهوم التحكم الإلكتروني ومزاياه ثم نتطرق إلى التحكيم كآلية لحماية المستهلك ومدى ملائمته لمثل هذه المنازعات.

1.3 مفهوم التحكيم الإلكتروني ومزاياه:

يتم من خلال شبكة الأنترنت إبرام مجموعة من العقود سواء كانت بين طرفين من التجار B2B أو بين طرف مهني وطرف غير مهني B2C وهو الشيء الذي يهمنا، كما هنا أعمال حول التزامات غير تعاقدية جميعها قد تنشأ عنها منازعات يمكن أن تحل عن طريق التحكيم الإلكتروني باعتباره وسيلة سهلة وسريعة لحل النزاعات.

أولاً: تعريف التحكيم الإلكتروني

يعرف الفقه التحكيم بأنه آلية من آليات حل المنازعات الناشئة عن العلاقات التجارية الداخلية أو الدولية والتي بواسطتها يتفق طرفان أو أكثر، قبل أو بعد نشوب النزاع على إخضاع منازعاتهم لأشخاص يتم تعيينهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ويفصلون في النزاع بحكم تحكيمي عادة ما يكون ملزماً للطرفين (الحسني، 2012، صفحة 147).

وعرفه البعض الآخر بأنه عقد يتفق الأطراف بمقتضاه على طرح النزاع شخص أو أشخاص يختارونهم للفصل في النزاع دون المحكمة المختصة (سعيد، 2014، صفحة 16).

أما التحكيم الإلكتروني فيعرف بأنه ذلك التحكيم الذي يتم إجراءه عبر شبكة الأنترنت وفق قواعد خاصة دون الحاجة إلى لالتقاء أطراف النزاع والمحكمين في مكان معين (مسعودي، 2017، صفحة 11).

ويعرّف كذلك بأنه نظام بمقتضاه يتفق الأطراف على تولي شخص خاص أو أكثر مهمة الفصل في النزاع بحكم ملزم باستخدام شبكة الأنترنت (الحسني، 2012، صفحة 148). كما يطلق عليه عدة تسميات منها التحكيم الشبكي، والتحكيم على الخط والتفاضلي الغفراضي والمحكمة الافتراضية، ولغاية هذه الدراسة تم اعتماد مصطلح التحكيم الإلكتروني لكونها التسمية الأكثر شيوعاً لهذا النوع من التحكيم (كوريقي، 2017، صفحة 23).

ملائمة التحكيم الإلكتروني كألية لحماية المستهلك الإلكتروني.

بهذه الصورة يعد التحكيم الإلكتروني وسيلة من الوسائل البديلة لحل المنازعات كالتفاوض والتوثيق والوساطة، ويعد من بين أفضل الوسائل لحل النزاعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية التي من بينها منازعات الاستهلاك، ويتفق التحكيم الإلكتروني بصفة عامة مع التحكيم التقليدي في أن كليهما يستند على أساس واحد هو اتفاق الأطراف وإسناد النزاع إلى محكم، ثم يصدر حكماً ملزماً للطرفين (الحسني، 2012، الصفحات 148-149).

ويكتسب التحكيم هذا الطابع الإلكتروني من الكيفية التي يتم بها، أي عبر شبكة الأنترنت أو أي وسيلة اتصال أخرى تكون عن بعد، وكل مداخلة تتم بصفة إلكترونية من مرحلة إبرام إتفاق التحكيم إلى إجراءات الخصومة التحكيمية وصولاً لمرحلة صدور الحكم التحكيمي.

ثانياً: مزايا التحكيم الإلكتروني.

يمتاز التحكيم الإلكتروني بعدة مزايا نذكر منها ما يلي:

- 1- سرعة الفصل في النزاع بسبب توفير الوقت، بحيث لا يتطلب التواجد المادي لطرفي النزاع والمحكمين، باعتبار أن كل إجراءاته تتم عبر الوسائل الإلكترونية للاتصال.
- 2- تقديم الخبرة الاستشارية في المعاملات الإلكترونية، مثل الاستجابة لطلب الجهات لتكملة عقد معين به بعض أوجه النقص، كما يقدم الإستشارة بالنسبة للنظم والتقنية المعلوماتية.
- 3- يساهم التحكيم الإلكتروني في خفض التكاليف المرتبطة بعملية التحكيم، إذ لا يحتاج المتحكّمون والشهود والمحكمون إلى التنقل من دولة إلى أخرى إذا كان التحكيم دولي (بوديسة، 2012، صفحة 21)، وهذا ما يوفر مصاريف المتقاضين.
- 4- إن أنظمة التحكيم الإلكتروني لا تشترط في المحكم المعين الفصل في النزاع أن يكون قانونياً، فقد يكون مهندساً أو طبيباً ممن تتوفر لديهم الخبرة في النزاع والإلمام بمجال المنازعة المعروضة على التحكيم الإلكتروني.

5- يعد اللجوء إلى التحكيم الإلكتروني حلاً مناسباً من أجل تجاوز مشكلة التنازع القانوني والقضائي في منازعات عقود التجارة الإلكترونية، لقيامه على الإرادة الحرة للمتنازعين في اختيار المحكم الكفء وتحديد القانون الذي يحكم موضوع النزاع (بوديسة، 2012، صفحة 23).

2.3 التحكيم الإلكتروني كآلية لحماية المستهلك ومدى ملائمتة:

يأخذ اتفاق التحكيم احد الشكلين ، إما أن يكون في شكل شرط يوضع في العقد الأصلي أو يجري الاتفاق عليه قبل قيام النزاع محل التحكيم ، وإما أن يأخذ شكل مشاركة التحكيم التي لا يكون الاتفاق فيها على اللجوء إلى التحكيم إلا بعد قيام النزاع.

أولاً: اتفاق التحكيم الإلكتروني في عقود الاستهلاك الإلكترونية.

يأخذ اتفاق التحكيم في عقود الاستهلاك شكل مشاركة التحكيم أي حينما يبرم بعد قيام النزاع،وهو ذا ما اتفق عليه الفقه (الحسني، 2012، صفحة 189) ،وهو ذا لإمكانية تفاوض المستهلك والوصول إلى الوضع الذي يحقق مصلحته ، و يتخذ اتفاق التحكيم عدة صور في التجارة الإلكترونية .

أ: الاتفاق المدرج في العقد.

يجري الاتفاق على شرط التحكيم في هذه الحالة إلى شروط العقد العامة ، أي وفق نموذج محضر مسبقاً، ولا يكون للمستهلك إلا القبول دون التفاوض ويكون السبيل الوحيد إلى حل النزاع هو اللجوء إلى التحكيم الإلكتروني إلا إن التوجه الأوربي لسنة 93 رقم 13/93 يحضّر مثل هذا الشرط و يعتبره من بين الشروط التعسفية ، وهو نفس الشيء في كل من المملكة المتحدة في قانون التحكيم الصادر في 17 يونيو 1996 في المادة 89 ، وفي فرنسا وفق المادة 132 من قانون الاستهلاك لسنة 1995 التي تحضّر شرط التحكيم اذا ما جرى إبرامه قبل قيام النزاع (الحسني، 2012، صفحة 189).

أما أمريكا فان القضاء قد ضل متذبذباً بين القبول و الرفض ،مستندا إلى حسن النية في التعامل إلى حين صدور قانون التحكيم والإنصاف الأمريكي الصادر في 2009 ،حيث حضر المشرع الشرط الوارد في العقد وأجاز الاتفاق اللاحق على قيام النزاع في المادة 402 ، إلا انه في الواقع نجد بعض القضايا التي حكم فيها وبوجود شرط التحكيم في العقد ،وكانت آخر قضية في الدائرة التاسعة كاليفورنيا في

ملائمة التحكيم الإلكتروني كألية لحماية المستهلك الإلكتروني.

حكمها الصادر بتاريخ 30-5-2019 الذي كان ينص على "ا" إذا قام المستخدم بالضغط على مربع الموافقة على شروط و أحكام الخدمة في موقع الويب فانه ملزم بتلك الأحكام بما في ذلك شرط التحكيم الوارد بها "(www.aifca.com, 2020) .

ب: التحكيم الإلكتروني الذي يرم باستخدام علامات الثقة .

يقصد بعلامات الثقة، أنها عبارة عن شهادة أو مصادقة تمنح للمستفيد من قبل مراكز تسوية موثوق بها عالميا، توضع في صفحته على الانترنت لكسب ثقة المتعاملين معه، وجذب العملاء، وتقوم هذه المراكز بمراجعة سجلات الموقع العارض و التحقق من سلامة ما تقدمه فنيا وماليا وفق معايير معينة لا يجوز لأي من تلك المواقع الخروج عليها (www.emota.eu, 2020) .

في هذه الصورة ليس هناك اتفاق مسبق على اللجوء إلى التحكيم بين المستهلك والبائع ، وكل ما هناك أن البائع ملتزم أمام مركز التسوية الإلكترونية بان يعرض أي نزاع بينه وبين المستهلك أمامه، ويلتزم بإجابة المستهلك عند لجوئه إلى المركز، مقابل حقه في وضع علامة الثقة على موقعه الإلكتروني والاشترك المالي الذي يدفعه للمركز.

ج: التحكيم الإلكتروني الذي يرم من خلال مراكز التسوق الإلكتروني market places.

تعتبر المراكز التجارية، تجمع لعدة تجار ضمن مجموعة واحدة، ويتم عرض المنتجات للمستهلك ويستفيد هذا الأخير من مزايا المركز في مقابل الالتزام بقواعد ذلك المركز، وفي خضم زمن التحولات الرقمية التي نشهدها أصبح التسوق الإلكتروني من اهم الوسائل الحديثة للتسوق، كما تسمى مراكز التسوق عبر الانترنت internet shopping malls. مثل مركز Ebay ومركز quicks stores .

وللتسوق في هذه المراكز لابد من الموافقة لقبول التسوية الإلكترونية، ويقوم المركز بإرسال رسالة إلى البريد الإلكتروني الخاص بالمستهلك للتأكيد وبها اسم المستخدم وكلمة السر (الحسني، 2012، صفحة 195).

في مثل هذه المراكز يكون إما المستهلك، إما أن يلجأ إلى القضاء المختص في حالة النزاع، أو أن يلجأ إلى مركز التسوية عبر الانترنت المتاح من خلال مراكز التسوق بعد قيام النزاع، أي أن يأخذ اتفاق التحكيم شكل مشاركة التحكيم التي يميزها الفقه والقضاء في منازعات الاستهلاك الالكتروني .

د : مشاركة التحكيم.

هناك اتفاق آخر للتحكيم الالكتروني لكن يكون بصفة فردية، ويأخذ شكل مشاركة التحكيم و اللجوء إلى مركز من مراكز التسوية الالكترونية المتاحة للجميع open access ، بتقديم طلب إلى هذا المركز لتسوية النزاع عن طريق التحكيم، ومن بين هذه المراكز ما يلي :

- cybertribunal (www.cybertribunal.org, 2020).
- cyberarbitration (www.cyberarbitration.com, 2020) .
- Cybercourt (www.chesco.org, 2020) .

و لعل الفارق الرئيسي بين هذه الصورة والصور السابقة يكمن في أن التحكيم فيها ليس مجانا بالنسبة للمستهلك بعكس التحكيم من خلال الصور السابقة التي يتكفل فيها المهني بتكاليف التحكيم باعتباره عضوا في تلك المراكز (الحسني، 2012، صفحة 196).

ثانيا : ملائمة التحكيم الالكتروني لمنازعات الاستهلاك الالكتروني

استند الفقه إلى عدم ملائمة التحكيم في عقود الاستهلاك إلى التكاليف المالية التي تثقل كاهل المستهلك، وعدم إمكانية تطبيق المحكم القواعد القانونية المنصوص عليها في التشريع الوطني الذي يحمي الطرف الضعيف في العقد .

أ : من حيث انخفاض التكاليف .

إن ظهور مراكز التحكيم الالكتروني، أدى إلى إمكانية اللجوء إلى التحكيم الالكتروني بالنسبة إلى المستهلك الالكتروني لحل نزاعاته و ذلك دون أن يدفع مبلغا من المال، وإن وجدت تكون بقدر ضئيل مقارنة بقيمة النزاع

ملائمة التحكيم الإلكتروني كألية لحماية المستهلك الإلكتروني.

وأهم ما يلاحظ ، أن المستهلك حينما يشتري من موقع يحمل علامة الثقة أو من مراكز التسويق المعتمدة ، فإنه يستفيد من الخدمات التي يقدمها الموقع و من أهمها انه لن يدفع أي مبلغ مالي لمراكز التسوية الإلكترونية ، وهذا رغبة في حماية المستهلك الذي يتعامل مع المركز عبر الانترنت .

ب: من حيث القواعد المطبقة .

إن قواعد التحكيم الإلكتروني، بعكس التحكيم التجاري وضعت خصيصا لتسوية المنازعات الناشئة عن عقود التجارة الإلكترونية، وتكون في اغلب الأحيان عقود الاستهلاك، ومع ظهور مراكز التسوية وضعت قواعد خاصة في تسيير منازعات الاستهلاك، التي تصب في صالحهم، حيث يكون التحكيم ملزما لجاناب واحد ،فيلتزم بالقرار الصادر عن هيئة التحكيم البائع وحده (الحسني، 2012، صفحة 200) دون المستهلك إلا إذا قبله، أما إذا اعترض المستهلك على قرار التحكيم فيمكن له اللجوء إلى القضاء كما تنفذ أحكام التحكيم الإلكتروني تنفيذا ذاتيا .

4. خاتمة:

زاد اهتمام العالم في ظل التحولات الرقمية بالتجارة الإلكترونية، وأصبحت واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية ، و ظهرت مراكز قانونية جديدة أولى المشرع الاهتمام بها و حمايتها خاصة في علاقتها مع الغير ، كالمستهلك الإلكتروني و ذلك عن طريق التحكيم الإلكتروني وبيننا من خلال هذه الورقة البحثية أهمية التحكيم الإلكتروني كوسيلة بديلة لتسوية المنازعات الناشئة عن عقد الاستهلاك المبرم عبر شبكة الانترنت ، ولا يختلف التحكيم الإلكتروني عن التحكيم التقليدي إلا من خلال الوسيلة الإلكترونية التي يتم بها من بداية النزاع إلى غاية الفصل فيه من قبل المحكم ، ولا يحتاج إلى التواجد المادي إلى أطراف النزاع و المحكمين بالإضافة إلى مجانية التحكيم الذي يكون من خلال مراكز التسوية الإلكترونية .

ومن هنا جاءت أهمية التحكيم الإلكتروني بالنسبة إلى منازعات الاستهلاك و حماية للمستهلك

الإلكتروني و من بين التوصيات التي نقترحها في هذا المجال:

- * يستوجب على المشرع الجزائري النص عليه صراحة، خاصة في قانون التجارة الإلكترونية .
- *توعية المستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية .
- *عقد الملتقيات الوطنية و الدولية لإكتساب المعارف في مجال التحكيم الإلكتروني خاصة .

5. قائمة المراجع:

- 1 - مُجدّ مُجدّ حسن الحسني،(2012)، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة.
- 2 - رشيدة عيلام،(2018)، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر.
- 3 - سفيان شبة،(2011)، حماية المستهلك في عقد البيع الدولي في القانون الجزائري والقوانين المقارنة، دفاقر السياسة والقانون، العدد الرابع.
- 4 - هدى زوزو،(2017)، آليات حماية المستهلك من مخاطر النفاق الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع.
- 5 - نسيمه درار، حماية المستهلك في العالم السيرياني الرقمي، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد السادس.
- 6 - مُجدّ بودالي،(2006) حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، مصر.
- 7 - يوسف مسعودي،(2017)، التحكيم الإلكتروني كآلية لتسوية منازعات الاستهلاك المبنية عبر شبكة الأنترنت، المجلة الافريقية للدراسات القانونية والسياسية، المجلة 01 العدد 01 جوان .
- 8 - لزهرة بن سعيد،(2014)، التحكيم التجاري الدولي وفق قانون الإجراءات المدنية والإدارية والقوانين المقارنة، دار المعرفة الطبعة الثانية، الجزائر.
- 9 - كريم بوديسة، (2012)، التحكيم الإلكتروني كوسيلة لتسوية منازعات عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر.
- 10 عبد الحق كوريتي،(2017)، التحكيم الإلكتروني كآلية لتسوية منازعات التجارة الإلكترونية، مكتبة دار السلام، الرباط.

المواقع الإلكترونية:

- 1 www.iuc-edu.academia.edu CONSULTE LE 25/08/2020
- 2 www.aifca.com CONSULTE LE 27/09/2020
- 3 www.emota.eu CONSULTE LE27/09/2020
- 4 www.cybertribunal.org CONSULTE LE29/09/2020
- 5 www.cyberarbitration.com CONSULTE LE29/09/2020
- 6 [http //dsf.chesco.org](http://dsf.chesco.org) CONSULTE LE30/09/2020