

### عنوان المقال

## أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني

### ملخص:

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد المفاهيم الناتجة عن مصطلح الحكومة الإلكترونية نتيجة التطور السريع لتكنولوجيات الاعلام والاتصال وكذا الاستعمال الكبير لشبكة الانترنت ، حيث أصبحت المعاملات التجارية تتم في وسط افتراضي باستخدام وسائل الاتصال وشبكة الانترنت و دون الحاجة الى التلاقي حيث يتم التعاقد الإلكتروني عن بعد ، والدفع من خلال وسائل الدفع الإلكتروني كبطاقات الائتمان والنقود الإلكترونية ، وتمثل أطراف التعاقد الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية في كل من المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني وهذا الأخير باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية اقترت له التشريعات المقارنة حماية خاصة بالإضافة للحماية المقررة له كمستهلك عادي ، غير ان المشرع الجزائري تفتن مؤخرا بإصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على خلاف التشريعات العربية التي قننت موضوع التجارة الإلكترونية منذ سنة 2000 كتونس، مصر والاردن ، حيث تضمن قانون التجارة الإلكترونية الجزائري احكام خاصة بتنظيم المعاملات الخاصة بالتجارة الإلكترونية بالإضافة لتقرير حماية خاصة للمستهلك من خلال فرض التزامات وشروط على الموردين الإلكترونيين، الا ان الاشكال المطروح يتمثل في مدى فعالية الحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني بين القانون والواقع العملي في الجزائر ، خاصة في غياب الثقافة الإلكترونية والخبرة و الرقابة على المواقع الإلكترونية اين يتم التعاقد الإلكتروني بشكل فوضوي و بدون مسؤولية .

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، المستهلك الإلكتروني، المورد الإلكتروني، تكنولوجيات الاتصال، شبكة الانترنت.

### Summary:

E-commerce is one of the concepts resulting from the term e-government as a result of the rapid development of information and communication technologies as well as the great use of the Internet, where business transactions are made in the middle of the default using the means of communication and the Internet without the need to meet where the contract is electronic distance, The means of electronic payment as credit cards and electronic money, and the parties to the electronic contracting in the field of electronic commerce in both electronic and electronic consumer and the latter as the weak party in the relationship However, the Algerian legislator has recently taken notice of the issuance of Law No. 18-05 on electronic commerce, unlike the Arab legislation that has codified the subject of electronic commerce since 2000, such as Tunisia, Egypt and Jordan, where the Trade Law The Algerian electronic has provisions related to the regulation of electronic commerce transactions in addition to a special protection for the consumer by imposing obligations and conditions on electronic suppliers. However, the forms presented are the effectiveness of the protection prescribed for the electronic consumer between Law and reality in Algeria, especially in the absence of electronic culture and experience and control of websites where electronic contracting is chaotic and without responsibility.

**Keywords:** electronic commerce, electronic consumer, electronic resource, communication technologies, internet.

## مقدمة:

ظهرت التجارة الإلكترونية في بداية التسعينات عندما تطورت الشبكة العالمية (web) كأداة للاستعمال في جميع المجالات، حيث يعد مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة في مجال التجارة و الأعمال اذ لم تعرف الا بعد عام 1996 بعد تحويل شبكة من شبكات الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية الى القطاع الخاص ، حيث تطورت شبكة الانترنت و انتشرت بسرعة فائقة حيث جاء كل من التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني مواكبا للتطور التكنولوجي في وسائل الاتصال و بالأخص في مجال تكنولوجيا المعلومات ومن هنا زادت الاسواق الإلكترونية و تم كسر حواجز الزمان والمكان ، فثورة المعلومات والاتصالات احدثت تغيرات جذرية في المفاهيم القانونية مما حدا بمعظم الدول الى سن تشريعات تواكب هذا التطور التكنولوجي و كان للفقهاء والقضاء السابق في هذا المجال الذي اثر تأثيرا مباشرا على المعاملات التجارية بظهور فكرة التجارة الإلكترونية عبر الانترنت ان المشرع الجزائري تفتن مؤخرا حيث سن قانون يتعلق بالتجارة الإلكترونية القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو لسنة 2018 ، حيث نص من خلاله على تنظيم التجارة الإلكترونية و شروط ممارستها وكذا العقوبات المتعلقة بها ، كما كرس حماية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإلكترونية. ومع تزايد أهمية التجارة الإلكترونية ، اخذ الاهتمام يزداد بتطوير وسائل الاتصال الإلكترونية حيث زاد الاقبال على استخدام شبكات الاتصال الحديثة والانترنت على نطاق واسع .

غير ان أهمية هذا الموضوع تبرز من خلال مساهمة التجارة الإلكترونية في تحقيق الارباح للشركات الكبيرة والمتوسطة من خلال توظيف امكانياتها على شبكات الاتصال الإلكترونية مما ساعد الدول المتقدمة والنامية في تطور اقتصادها و تجارتها الخارجية هذا من جهة ومن جهة اخرى تحقق التجارة الإلكترونية فائدة لفئات كثيرة من المجتمع واهمها المستهلك الذي اصبح بإمكانه الانتقال من موقع لأخر داخل شبكة الانترنت والدخول الى عالم كبير من العروض للسلع والخدمات و حرية اختيار التاجر او المورد الإلكتروني الذي يتعاقد معه بما يتناسب و احتياجاته اكثر من اخر ، حيث يمكن له شراء اغراض و الدفع يكون الكترونيا دون ان يتكلف عناء الانتقال من مكانه و في اي وقت يشاء .

الا ان الاشكال المطروح في هذا الصدد يتعلق بمدى توفر الحماية الفعالة للمستهلك الإلكتروني في حالة اخلال المورد او التاجر بالتزاماته او تعرضه للنصب والاحتيال من خلال العروض المغرية او بسبب الاشهار او التسويق الإلكتروني الذي يكون في بعض الاحيان مضلل ولا يعكس حقيقة السلعة او الخدمة المعروضة ، او في حالة حصول المستهلك على منتجات مقلدة و غير اصلية خاصة وان المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية يتعاقد عن بعد بحيث لا يتصل بالسلعة بصورة مباشرة ومادية عند ابرامه للعقد الإلكتروني ، مما يجعل حماية حقوقه تضعف في مجال التجارة الإلكترونية و صعوبة الحصول على وسائل اثبات فيها .

و للإجابة على هذه الاشكالية ارتأينا الى تقسيم هذه الدراسة وفقا للخطة التالية:

### المحور الاول: مفهوم التجارة الإلكترونية

لتحديد مفهوم التجارة الإلكترونية يتعين عرض كل من تعريف لها وكذا بيان خصائصها ، اشكالها وكذا اهدافها من خلال ما يلي:

#### اولا: تعريف التجارة الإلكترونية

مصطلح التجارة الإلكترونية ينقسم الى قسمين:

- التجارة ، وهي تعبر عن النشاط الاقتصادي الذي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الدولة و المؤسسات و الافراد في اطار نظم وقواعد متفق عليها.

-الإلكترونية ، يقصد بها اداء النشاط التجاري باستخدام وسائل او وسائط الكترونية .

لقد ورد بشأن التجارة الإلكترونية عدة تعريفات بسبب تعدد الجهات التي اوردت هذه التعريفات ، نذكر اهمها فيما يلي:

1-التجارة الإلكترونية هي عمليات الشراء والبيع التي تدعمها الوسائل الإلكترونية و اساسها الانترنت ، بحيث تكون الاسواق الإلكترونية مجال السوق بدلا من اماكن السوق اين يستخدم البائعون اسواقا الكترونية لتقديم منتجاتهم و خدماتهم على خط مفتوح.<sup>1</sup>

2-كما تعرف التجارة الإلكترونية بانها نوع من التجارة تتم من خلال وسيط الكتروني بما في ذلك التجارة عبر الهاتف و التلفزيون والفاكس وكذلك عبر الانترنت وشبكات الاتصال المخصصة لذلك.<sup>2</sup>

3-التجارة الإلكترونية هي وسيلة لإدارة و تنفيذ الأنشطة المتعلقة بالسلع والخدمات بين شخصين او اكثر قد يكون احدهما او كلاهما شخص اعتباري على شبكة الانترنت بالإضافة الى الشبكات التجارية العالمية الأخرى.<sup>3</sup>

4-كما عرفتها المنظمة العالمية للتجارة بانها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر وسائل الكترونية ، و يتضح من هذا التعريف انه يعبر عن مضمون وحقيقة التجارة الإلكترونية اذ انه يتفق مع مفهوم الاعمال التجارية في ظل قوانين التجارة الجديدة وهي العملية التي تتم بوسائل الكترونية.<sup>4</sup>

5-تعريف المشرع الجزائري: عرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية من خلال المادة 6 فقرة الاولى من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية<sup>5</sup> كما يلي: " التجارة الإلكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني، باقتراح او ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني ، عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

من خلال هذه المادة يتضح لنا ان المشرع الجزائري اعطى تعريف واضح للتجارة الإلكترونية ، خلال تحديد عناصرها والمتمثلة في:

- صدور نشاط من قبل مورد الكتروني يتضمن موضوعه سلع و خدمات.
  - ان يكون موجه لمستهلك الكتروني وعن بعد.
  - ان يتم من خلال الاتصالات الالكترونية.
- كما حدد المشرع من خلال هذا التعريف اطراف العلاقة في التجارة الالكترونية و هما المورد الالكتروني من جهة والمستهلك الالكتروني من جهة اخرى .

#### ثانيا: خصائص التجارة الالكترونية

- تنسم التجارة الالكترونية بعدة خصائص سنتطرق لأهمها:
- التلاقي بين طرفي التجارة يكون عن بعد و هذا ما نص عليه المشرع الجزائري من خلال المادة 1/6 المذكورة اعلاه ، بحيث ينعدم التلاقي المباشر و يتم عن طريق شبكة الاتصالات.<sup>6</sup>
  - الاعتماد على ركائز الكترونية في تنفيذ المعاملات دون اي وثائق ورقية .
  - تجد التجارة الالكترونية عائقا امام تطورها يتمثل في الاثبات القانوني واثاره.
  - اجراء العديد من المعاملات بين عدد كبير من المشتركين في ان واحد وعلى موقع واحد، مما يسهم في توفير الجهد والوقت والمال.<sup>7</sup>

- يتم التعامل بين الطرفين في التجارة الالكترونية بواسطة شبكة الاتصالات و ما يميز هذه الطريقة هو وجود درجة عالية من التفاعل من غير ضرورة وجود الطرفين في نفس الوقت على الشبكة.
- امكانية بيع وشراء السلع الغير مادية من خلال شبكة الاتصالات كالتقارير والابحاث والصور ، و بهذا تكون للتجارة الالكترونية فاعلية اكثر على عكس الوسائل التقليدية المستخدمة في البيع والشراء.<sup>8</sup>

#### ثالثا: اشكال التجارة الالكترونية

- التجارة الالكترونية تتم في سوق الكتروني يتقابل فيه الموردون والمستهلكين و الوسطاء، حيث تقدم فيه المنتجات و الخدمات في صورة رقمية او افتراضية ، حيث تختلف اشكال التجارة الالكترونية نظرا لأطراف العلاقة التجارية وتنقسم الى الفئات التالية:

##### 1- التجارة بين شركات الاعمال:

- تشمل هذه الفئة كافة اشكال العمل والتبادل بين الشركات ، والتي تتم بوسائل الكترونية كإجراء المفاوضات وتبادل المعلومات و البيانات و من ثمة ابرام العقود التجارية وفقا لقواعد تقنية و قانونية محددة سلفا.<sup>9</sup>
- ومثال على هذه الفئة، تقديم طلبيات الشراء الى المورد باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات ، كما يمكنها ان تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة باستعمال التكنولوجيات ، وهذا النوع من التجارة هو الاكثر شيوعا في الوقت الحالي سواء على المستوى الوطني او العالمي.<sup>10</sup>

ومن ابرز تقنيات هذا النوع من التجارة التسويق الإلكتروني ، التبادل الإلكتروني للبيانات، والتجارة الإلكترونية داخل المؤسسة الواحدة بين فروعها المتعددة.<sup>11</sup>

2-التجارة بين شركات الاعمال والمستهلكين:

يوجد على شبكة الانترنت العالمية مواقع للتجارة الإلكترونية بين شركات الاعمال والمستهلك ، مهمتها تقديم كافة انواع السلع والخدمات من خلال استعراضها للبيع والشراء ، كما تستخدم في ذلك بطاقات الائتمان ما اجل اتمام عمليات البيع والشراء ، حيث يعتبر استخدام بطاقات الائتمان من اكثر عمليات الدفع شيوعا و استخدامها بين المستهلك وشركة الاعمال ، بالإضافة لوسائل دفع اخرى كالشيكات الإلكترونية والدفع النقدي عند التسليم،<sup>12</sup> و يتم التعامل في هذه الفئة مباشرة بين الشركة مع المستهلكين و تسمى بتجارة التجزئة الإلكترونية.<sup>13</sup>

3-التجارة الإلكترونية بين شركات الاعمال والدولة:

وهنا تقوم الدولة او الحكومة بعرض الاجراءات واللوازم والرسوم ونماذج المعاملات عل شبكة الانترنت ، بحيث تستطيع شركات الاعمال الاطلاع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية و تقوم بأجراء المعاملات الكترونيا دون اللجوء لمكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية.<sup>14</sup>

4-التجارة الإلكترونية بين الدولة والمستهلكين:

يكون التعامل هنا بين الدولة والمستهلك او طالبي الخدمة او موردين و يشمل ما تجريه الدولة من مناقصات ، او اوامر توريد او الخدمات التي تقدم للمواطنين عبر الوسائط الإلكترونية ،<sup>15</sup> وكذالك عمليات دفع الضرائب الذي يتم الكترونيا دون الحاجة لتوجه المستهلك لمصالح الضرائب المختصة ، وكذا دفع فواتير الغاز والكهرباء والمياه ومخالفات المرور.<sup>16</sup>

5-التجارة بين مستهلكين ومستهلكين اخرين:

في هذا النوع من التجارة يقوم الافراد بالبيع والشراء فيما بينهم و بشكل مباشر عبر شبكة الانترنت ، ومثال ذلك عندما يقوم احد المستهلكين بوضع اعلان على موقعه الإلكتروني او في موقع اخر من اجل بيع احد الاغراض او الخبرات الخاصة به ، حيث انتشر ما يسمى بالمزاد الإلكتروني الذي يعرض فيه الزوار كل ما يرغبون في بيعه على موقع معين متخصص بالمزايدة بين مستخدمين وزوار الموقع.<sup>17</sup>

6-التجارة بين شركات الاعمال او المستهلكين او الدولة و البنوك:

وهذه تتضمن جميع المعاملات البنكية بين البنوك و عملائه سواء كانوا شركات او افراد او مع الدولة، من خلال شبكة الانترنت، ويسمى بالبنوك الإلكترونية و تؤدي هذه الاخيرة الى تعريف عملائها بخدمات البنك من خلال شبكة الانترنت كخدمات دفع وتسديد الفواتير، والتحويلات المالية ، وكشف الحسابات و الودائع والحسابات الجارية وكذا تبادل الرسائل الإلكترونية بين البنك والعميل.<sup>18</sup>

#### رابعاً: اهداف التجارة الإلكترونية

- 1- تسيير المعاملات التجارية: تسمح التجارة الإلكترونية بإنجاز جزء كبير من العمليات التجارية المختلفة بين البائع والمشتري ، حيث تسمح باختزال الزمن والمسافة مما يقلص الآثار السلبية للزمن والمسافة على الاقتصاد ، كما تشمل التجارة الإلكترونية على المعاملات المادية والغير مادية في نفس الوقت ، مما يسمح بتقليل التكاليف.
- 2- الفعالية التجارية: من اهم اهداف التجارة الإلكترونية الوصول الى اعلى مستويات الانتاج والتوزيع ، حيث ان اعتماد تكنولوجيا الاعلام والاتصال في اطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي ، كما يمكن للمؤسسات ان تنتج المعلومات حول معاملاتها واحتفاظها بها بطرق آلية مما يسمح لها بالمعالجة والتوزيع بصفة سريعة ، كما يمكن ان تستعمل هذه المعلومات في تقييم السوق و معرفة مسارها وهذا ما يمكن ان يساعدها فيما بعد في التخطيط والتحسين.
- 3- تطوير اسواق جديدة: تهدف التجارة الإلكترونية لتطوير اسواق جديدة من خلال استخدام العلاقات التجارية الإلكترونية و ادخالها في استراتيجياتها ، كالقيام بالسيطرة على السوق و انشاء اسواق جديدة.<sup>19</sup>
- 4- تحقيق فائدة للمستهلك: وذلك من خلال ما يلي:
  - تحرير التجارة من تكلفة الموقع المادي و تسمح للمستهلك بعالمية الاختيار ، كما تحسن المنافسة مما يؤدي لجودة الخدمات المقدمة للمستهلك.
  - تؤدي الى تصفية الوسطاء فلم تعد الحاجة لتجار بالجملة والتجزئة ، فمن خلال التفاعل الإلكتروني يمكن للمنتج ان يتصل مباشرة بالمستهلك مما يؤدي الى انخفاض الاسعار نتيجة انخفاض التكاليف.
  - انشاء فرص تجارية جديدة وامكانية ظهور منتجات جديدة وخدمات عن طريق تفاعل المستهلك الإلكتروني المباشر.<sup>20</sup>

- 5- الدخول الى الاسواق العالمية و تحقيق عائد اعلى من الأنشطة التقليدية: ان الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية تسعى لإلغاء الحدود والقيود امام دخول الاسواق التجارية ، و بفضلها تحول العالم الى سوق مفتوح امام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع او المشتري ، و اذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى الى تحرير التجارة في البضائع والخدمات فان التجارة الإلكترونية تحقق هذا الهدف دون الحاجة الى الجولات والمفاوضات.<sup>21</sup>

#### المحور الثاني: فعالية قانون التجارة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني

لقد اصبح المستهلك في ظل التجارة الإلكترونية و تحكم اليات السوق فيها عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه ، فقد يلجأ المنتج الى التغاضي عن سلامة وامن المستهلك بإيهامه بمزايا غير حقيقية في انتاجه ، فالخطر الذي يتعرض له المستهلك الإلكتروني في ظل التجارة الإلكترونية اكبر من الخطر الذي يهدده في التجارة التقليدية لان نطاق التجارة الإلكترونية اشمل واوسع ، ولذا وجب مراعات جانب الاعلام لتمكين المستهلك من معرفة نوعية المنتج

ومزاياه الحقيقية وحتى مساوئه او بعض عيوبه و مساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد من عدمه، كذلك يتعين مراعاة الجانب النفسي والثقافي للمستهلك وتنمية الوعي المعلوماتي لديه وكذا مراعاة سن المستهلك طالما ان التعاقد يكون عن بعد خاصة وان نسبة كبيرة من الاطفال يتقنون جيدا التعامل مع شبكات التواصل من باب التعلم و التسلية ، كل هذه الامور ينتج عنها اشكالات قانونية في الواقع ومن هنا يطرح اشكالية مدى فعالية الحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني في الجزائر وخاصة بعد صدور القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، هل جاء هذا القانون بما يضمن الحماية للمستهلك الإلكتروني ؟ لمعرفة الاجابة على هذه الاشكالات القانونية يجب اولا الوقوف على تحديد مفهوم للمستهلك الإلكتروني ، كما سنتطرق للحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني بموجب القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية .

#### اولا: تعريف المستهلك الإلكتروني

##### 1-التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني:

من المعروف ان المستهلك في المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت هو نفسه المستهلك في العمليات التعاقدية التقليدية ، الا ان الوسيلة تختلف حيث ان المستهلك الإلكتروني له نفس الحقوق التي يتمتع بها المستهلك العادي مع الاخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة بالتعاقد الإلكتروني<sup>22</sup> ، وفي تعريف المستهلك اتجه جانب من الفقه الى التوسع في مفهوم المستهلك وذلك بغرض ادخال المهني او التاجر ضمن فئة المستهلكين و بالتالي المستهلك وفقا لهذا الاتجاه هو كل من يرم تصرفا قانونيا من اجل استخدام المنتج او الخدمة في اغراضه الشخصية او المهنية، اما غالبية الفقه فتبنوا المفهوم الضيق للمستهلك يكون فيه المستهلك كل من يقوم بالتصرفات القانونية الازمة لا شباع حاجاته الشخصية والعائلية.<sup>23</sup>

كما انه يكاد يجمع الفقه في تعريف المستهلك بانه كل شخص طبيعي او معنوي يتعاقد بقصد اشباع حاجاته الشخصية ولا يكون الغرض من حصوله على السلع والخدمات لاستغلالها في المجال المهني او التجاري.<sup>24</sup> ما يمكن ان نستخلصه من خلال ما تقدم اعلاه انه لا فرق بين المستهلك العادي والمستهلك الإلكتروني الا من حيث الوسيلة التي يستخدمها هذا الاخير الذي يتعاقد عن بعد من خلال وسائل الاتصال وشبكة الانترنت ، وبالتالي فان الحماية المقررة للمستهلك العادي هي نفسها الحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني الا ان الواقع العملي وطبيعة المعاملات الإلكترونية تفرض تقرير حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني ذلك ان هذا الاخير اثناء تعامله مع المورد الإلكتروني او المهني يكون الاتصال غير مباشر و بصورة غير مادية و هذا ما يحدث اشكالات بالنسبة لحقيقة السلع والخدمات سواء ما تعلق منها بالعيوب الخفية او خداع المستهلك من خلال الاشهار و التسويق الإلكتروني المضلل و الكاذب، وكذا الاخذ بعين الاعتبار سن المستهلك ومدى اهليته للتعاقد الإلكتروني واثره عليه ، مما يتعين تقرير حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني تتناسب و البيئة التي يتعاقد فيها.

## 2-تعريف المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني:

عرف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني في المادة 6 فقرة 3 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما يلي: "المستهلك الإلكتروني: كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بعبوض او بصفة مجانية سلعة او خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

من خلال هذه المادة نستنتج ان المشرع الجزائري اعطى تعريف دقيق للمستهلك الإلكتروني حيث اقر بان المستهلك الإلكتروني كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بعبوض او بصفة مجانية ....وهذه الحالة الاخيرة تكون في حالة تقديم الجمعيات الخيرية او افراد اعانات في شكل سلع او خدمات كالألبسة والاغذية و خدمات النقل والتعليم المجانية . وهنا نتساءل عن حكم الاعانات التي تكون في شكل ادوية ، هل يجوز تقديم هذه الاعانات الكترونيا ، مع العلم ان المشرع الجزائري استثنى صراحة بموجب المادة 3 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي نصت على ما يلي:

"تمارس التجارة الإلكترونية في اطار التشريع والتنظيم المعمول بهما.

غير انه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما ياتي:

-لعب القمار والرهان واليناصيب .

-المشروبات الكحولية والتبغ.

-المنتجات الصيدلانية.

-المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية او الصناعية او التجارية ."

ما يمكن استخلاصه من هذه المادة انه لا يجوز التعامل من خلال التجارة الإلكترونية المستثناة حصريا حتى ولو كانت على سبيل الهبة او منحها مجانا للمستهلك الإلكتروني ، حفاظا على سلامة وامن المستهلك الصحية من خلال حضر التعامل بالمنتجات الصيدلانية، وكذا الحفاظ على الامن العام بالنسبة للحالات الاخرى .

ثانيا: حماية للمستهلك الإلكتروني بموجب القانون 05-18 :

لقد فتحت التجارة الإلكترونية امام المستهلك مجال واسع للتعامل في الاسواق المحلية والعالمية ، دون حاجة للدخول في علاقة مباشرة مع البائع ، حيث يظل البائع والمشتري على اتصال دائم في مجلس افتراضي رغم بعد المكان واختلاف الزمان لذلك يتعين تقرير حماية خاصة للمستهلك من خلال اعلامه بشروط البيع او التعاقد ، وكذا حمايته من كل ما يهدد امن وسرية المعلومات الخاصة به .



## 1- ضمانات المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد:

### أ- شروط ممارسة التجارة الإلكترونية:

أقر المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية مجموعة من الشروط لممارسة التجارة الإلكترونية تعتبر من جهة تنظيمًا للمعاملات التجارية الإلكترونية، كما تعد من جهة أخرى ضمانات للمستهلك الإلكتروني و تتمثل خاصة فيما يلي:

- كل ممارسة لنشاط تجاري إلكتروني يتطلب التسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية و الحرفية، مع نشر موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت ممتدة بـ com.dz، كما يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد على وسائل تسمح بالتأكد من صحته<sup>25</sup>، إذن فهذه الشروط تعتبر ضمانات للمستهلك الإلكتروني بحيث تسمح له بالتأكد من صحة الموقع و ما يرد فيه من عروض مما يتيح له فرصة معرفة صاحب الموقع في حالة النزاع.

- لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، حيث تكون أسماء النطاق الموردين في متناول المستهلك الإلكتروني.<sup>26</sup>

- يجب أن تكون المعاملات التجارية الإلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني، وفي حالة التعاقد مع المستهلك الإلكتروني يجب أن توثق من قبل هذا الأخير بعد مصادقته على العقد.<sup>27</sup>

- يجب أن توضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني لأي منتج أو خدمة حتى يتمكن من التعاقد بعلم تام، كما يجب أن يتحقق المستهلك من تفاصيل الطلبية دون ضغط أو توجيه لإرادته في الاختيار خاصة أثناء ملئ الخانات المعدة لذلك.<sup>28</sup>

- يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني معلومات محددة بموجب المادة 13 من القانون 05-18 السالف الذكر.<sup>29</sup>

- حق المستهلك الإلكتروني في إبطال العقد في حالة إخلال المورد الإلكتروني بالتزاماته المتعلقة بالعرض التجاري المسبق و كذا المعلومات الواجب توافرها في العقد الإلكتروني.<sup>30</sup>

### ب- حماية المستهلك الإلكتروني من الأشهار الإلكترونية المضلل:

و يعني ذلك توجيه الأشهار أو الاعلان التجاري المضلل للمستهلك مما يؤدي به الى اللبس بحيث لا يكتشف الخداع إلا بعد تعاقد و دفعه للثمن و تقوم جريمة الأشهار الإلكترونية المضلل بتوافر أركانها فأركان الأول يتمثل في التضليل أما الركن الثاني أو المعنوي فيتمثل في نية الخداع و التضليل لحمل المستهلك على التعاقد، كما أن التضليل قد يكون إيجابيًا من المعلن بما يخالف الحقيقة كما قد يكون سلبيًا كالامتناع عن ذكر بيان جوهري في السلعة محل الدعاية،<sup>31</sup>

و في هذا الصدد لم يتطرق المشرع الجزائري للإعلان أو الأشهار المضلل صراحة من خلال القانون 05-18 إلا أنه عرف الأشهار الإلكتروني من خلال المادة 6 فقرة 5 بان "الأشهار الإلكتروني: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير

مباشرة الى ترويج بيع سلع او خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية"، كما نص على مفهوم اخر يقترب الى الاشهار الالكتروني عندما نص في المادة 10 من القانون 05-18 على ان تسبق كل معاملة تجارية عرض الالكتروني يكون واضح من حيث الصورة والقراءة و الفهم وان يتضمن معلومات لا تدع الشك في حقيقته ، كما اقر عقوبات على الاخلال بالمادة 11 من نفس القانون والتي نصت على المعلومات الواجب توافرها في العرض التجاري الالكتروني على سبيل الحصر.<sup>32</sup>

### ج- حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية:

يعتبر شرطا تعسفيا في اطار التعاقد الالكتروني كل شرط حرر مسبقا و بشكل منفرد من قبل مورد الالكتروني او عون اقتصادي، مستغلا في ذلك نفوذه الاقتصادي و الفني بهدف الحصول على مزايا خاصة على حساب المستهلك الالكتروني مما يترتب عنه الاخلال بتوازن العقد الالكتروني<sup>33</sup>، وفي هذا الصدد نص المشرع الجزائري في المادة 29 من القانون رقم 02-04<sup>34</sup> المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على الشروط التعسفية المحضورة قانونا، الا انه لم ينص صراحة على الشروط التعسفية في مجال التجارة الالكترونية وبالتالي يمكن تطبيق هذا القانون على الممارسات التعسفية في مجال التعاقد الالكتروني.

### 2- ضمانات المستهلك الالكتروني بعد ابرام العقد:

#### ألتزامات المورد الالكتروني:

نص المشرع الجزائري على واجبات المورد الالكتروني و مسؤولياته تجاه المستهلك و التي تعتبر في نفس الوقت ضمانات للمستهلك الالكتروني يمكن له التمسك بها لحماية حقوقه بعد ابرام العقد بحيث يتعين على المورد الالكتروني الالتزام بما يلي:

- العمل على حسن تنفيذ العقد سواء من قبله او من قبل مؤدي الخدمات التابعين له ، الا انه لا يكوم مسؤولا في حالة ما اذا كان عدم التنفيذ بفعل المستهلك او للقوة القاهرة.<sup>35</sup>

- كما يلتزم المورد الالكتروني بإرسال نسخة الكترونية من العقد للمستهلك الالكتروني ،<sup>36</sup> بالإضافة لإعداد فاتورة تسلم للمستهلك الالكتروني<sup>37</sup> ، نلاحظ في هاته الحالتين ان المشرع يمكن المستهلك من دليل اثبات في حالة النزاع.

- في حالة عدم احترام المورد الالكتروني لموضوع العقد المتفق عليه او آجال التسليم ، يحق للمستهلك الامتناع عن دفع الثمن و اعادة المنتج على حاله خلال مدة 4 ايام من تاريخ التسليم الفعلي مع حقه في المطالبة بالتعويض و استرجاع المبلغ المدفوع خلال اجل لا يتعدى 15 يوما من تاريخ استلام المنتج ونفس الحكم في حالة كان المنتج معيبا.<sup>38</sup>

#### ب- حماية الخصوصية وسرية المعلومات للمستهلك الإلكتروني:

لابد من حماية خصوصية و سرية المعلومات للمستهلك الإلكتروني وذلك من خلال اليات الامن الخاصة كآليات التشفير التي تحمي البيانات الشخصية والتي تستعمل مفتاح متاح لمجموعة من الاشخاص فقط ، قد يكون شخص واحد او عدة اشخاص ، وكذلك الية التوقيع الرقمي الخاصة اتي تعتبر اكثر ثقة من التوقيع باليد، ايضا ما يسمى بآلية تكامل البيانات التي تحمي البيانات من التعديل الغير موثق<sup>39</sup>، حيث ان التجارة الإلكترونية تتطلب اليات فعالة و موثوقة لضمان اعلى درجات الامن والخصوصية ، من خلال اثبات اصالة الشيء ونسبه الى صاحبه بمعنى تمكين كل طرف من اطراف التعامل بالتحقق من هوية الطرف الاخر و عدم الانكار وبالتالي للحفاظ على الامن والخصوصية لابد من شهادة و ضمانة طرف ثالث موثوق به الجهات الحكومية ذلك ان التجارة الإلكترونية تحتاج الى ارساء نظام ضمان قانوني.<sup>40</sup>

و بالنسبة للمشرع الجزائري فلقد نص في المادة 26 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ضرورة التزام المورد الإلكتروني بالحفاظ على المعلومات الشخصية للزبائن والحصول على موافقتهم قبل جمع البيانات و المعطيات ذات الطابع الشخصي.

كما يتعين عليه ان يضمن امن المعلومات و سرية البيانات ، كما نص المشرع على كيفية تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي و تأمينها وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما<sup>41</sup> مع الاشارة الى انه لم يصدر اي تنظيم يتعلق بقانون التجارة الإلكترونية لحد الساعة .

و نشير في هذا الصدد ان اي اعتداء على المعلومات الشخصية للمستهلك يشكل جريمة الكترونية معاقب عليها قانونا كما يطلق عليها في بعض القوانين كالقانون المصري خيانة الامانة المعلوماتية<sup>42</sup> ، الا ان المشرع لم ينص من خلال قانون التجارة الإلكترونية على هذا النوع من الجرائم او تحديد عقوبة للاعتداء على المعلومات الشخصية و بالتالي نطبق في هذه الحالة القواعد العامة المنصوص عليها في جريمة خيانة الامانة .

#### خاتمة

بعد ان تطرقنا من خلال هذه الدراسة لمفهوم التجارة الإلكترونية واثرها على المستهلك الإلكتروني يمكن ان نستخلص بعض النتائج و الاقتراحات وفقا لما يلي:

#### النتائج:

-يصعب اعطاء تعريف محدد للتجارة الإلكترونية لاختلاف نظرا للاختلاف الفقهي والقانوني الا ان المشرع الجزائري عرف التجارة الإلكترونية بانها ذلك النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح او ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية ، حيث بين من خلال هذا التعريف اطراف العلاقة و كذا الوسيلة المستخدمة و عناصر التجارة الإلكترونية.

- تتميز التجارة الإلكترونية بخصائص كثيرة أهمها ، التعاقد عن بعد ، والغاء عنصري الزمان والمكان بالإضافة لسرعة التعاقد كونها تتم عبر وسائل الاتصال وشبكة الانترنت.
- تهدف التجارة الإلكترونية لتحقيق الفعالية التجارية ، تطوير اسواق جديدة ، تسيير المعاملات التجارية و تسهيلها ، الدخول الى الاسواق العالمية ، تحقيق فائدة للمستهلك الذي يتعاقد من خلال المواقع الإلكترونية مما يتيح له حرية الاختيار و بأسعار وتكاليف منخفضة .
- لا فرق بين المستهلك العادي والمستهلك الإلكتروني الا من حيث وسيلة التعاقد،
- الحماية المقررة للمستهلك العادي بموجب القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هي نفس الحماية التي يستفيد منها المستهلك الإلكتروني.
- المستهلك الإلكتروني يحتاج لحماية خاصة نظرا لخصوصية التعاقد في مجال التجارة الإلكترونية حيث ان التعاقد يتم عن بعد دون الاتصال المباشر والمادي للأطراف مما قد يؤدي بالمورد الإلكتروني الى استغلال هذا بان يخدع المستهلك من خلال الاشهار المضلل الذي يخفي حقيقة السلع والخدمات او بيع سلع مقلدة وغير اصلية.
- اقرر المشرع الجزائري على غرار التشريعات المقارنة حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني بموجب القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما تم بيانه من خلال هذه الدراسة، الا ان التطبيق الفعلي يصطدم بالواقع ومدى مناسبة تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر مما يحدث اشكالات تتعلق بانعدام الرقابة على المواقع الإلكترونية و صعوبة تحديد وسائل الاثبات في مجال التجارة الإلكترونية لسهولة تغيير الادلة الإلكترونية كونها موجودة في عالم افتراضي.
- اشكالية التعامل في حالة كان المستهلك الإلكتروني لم يبلغ سن الرشد التي تسمح له بالتعاقد .
- التوصيات:**
- بما ان المشرع اصدر قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يتعين انشاء جهة حكومية تكلف بالرقابة على اعمال التجارة الإلكترونية .
- قبل التعاقد الإلكتروني يتعين على المورد الإلكتروني التأكد من هوية المستهلك الإلكتروني من خلال طلب ارسال صورة بطاقة التعريف الوطنية او جواز السفر لحل اشكالية سن المستهلك ومدى اهليته للتعاقد.
- العمل على حل نزاعات التجارة الإلكترونية وفقا لنظام التحكيم الإلكتروني الذي يتماشى مع السرعة المتطلبة في المعاملات التجارية خاصة وان التجارة الإلكترونية تهدف لتحقيق السرعة في المعاملات اكثر من غيرها، لاسيما بالنسبة للتعاقد الإلكتروني بين الشركات فيما بينها.
- وضع اليات لضمان امن وسرية المعلومات و البيانات الشخصية يصعب اختراقها من قبل الغير.
- تطوير وسائل الدفع الإلكترونية و التوسع في استخدام بطاقات الائتمان.

- العمل على اعداد كوادر و متخصصين في مجال تكنولوجيا الاتصالات وشبكات الانترنت تكون قادرة على تفعيل التجارة الإلكترونية و الحفاظ على الامن والسلامة المعلوماتية.
- نشر الوعي المعرفي للتجارة الإلكترونية يكفل الثقة و الشفافية في معاملات التجارة الإلكترونية.
- تدريس موضوعات التجارة الإلكترونية في المعاهد والجامعات

#### قائمة الهوامش:

- <sup>1</sup> أمل كرم خليفة، التجارة الإلكترونية، مكتبة بستان المعرفة للنشر، ط1، 2013، مصر، ص.14
- <sup>2</sup> زهر بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة للنشر، ط2، 2014، الجزائر، ص.21
- <sup>3</sup> معتز سيد احمد عفيفي، قواعد الاختصاص القضائي بالمسؤولية الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر، ط1، 2013، مصر، ص.10
- <sup>4</sup> محمود ابراهيم غازي، الحماية الجنائية للخصوصية والتجارة الإلكترونية، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، ط1، 2014، مصر، ص.327
- <sup>5</sup> القانون رقم 05-18، المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج رع 28.
- <sup>6</sup> المادة 6 فقرة 1 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المذكور سابقا .
- <sup>7</sup> أمل كرم خليفة، المرجع السابق، ص.33-34
- <sup>8</sup> معتز سيد محمد احمد عفيفي، المرجع السابق، ص.12-13
- <sup>9</sup> زهر بن سعيد، المرجع السابق، ص.26
- <sup>10</sup> أمل كرم خليفة، المرجع السابق، ص.34
- <sup>11</sup> زهر بن سعيد، المرجع السابق، ص.27
- <sup>12</sup> معتز سيد محمد احمد عفيفي، المرجع السابق، ص.13-14
- <sup>13</sup> زهر بن سعيد، المرجع نفسه، ص.27
- <sup>14</sup> عصام عبد الفتاح مطر، التحكيم الإلكتروني دار الجامعة الجديدة للنشر 2009 مصر ص.29
- <sup>15</sup> زهر بن سعيد، المرجع نفسه، ص.28
- <sup>16</sup> معتز سيد محمد احمد عفيفي، المرجع نفسه، ص.14
- <sup>17</sup> زهر بن سعيد، المرجع السابق، ص.28
- <sup>18</sup> عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص.29
- <sup>19</sup> أمل كرم خليفة، المرجع السابق، ص.36-37
- <sup>20</sup> محمود ابراهيم غازي، المرجع السابق، ص.321-322
- <sup>21</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2014، الأردن، ص.102-103
- <sup>22</sup> محمد حسن الحسيني، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الخاص، دار النهضة العربية للنشر، 2013، مصر، ص.28
- <sup>23</sup> خالد ممدوح ابراهيم، ابرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي للنشر، ط2، 2011، مصر، ص.422-423
- <sup>24</sup> محمد حسن الحسيني، المرجع نفسه، ص.29
- <sup>25</sup> المادة 8 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية .
- <sup>26</sup> المادة 9 فقرة 2 و3 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- <sup>27</sup> المادة 10 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- <sup>28</sup> المادة 12 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

<sup>29</sup>تنص المادة 13 من القانون 05-18 على ما يلي: "يجب ان يتضمن العقد الإلكتروني على وجه الخصوص المعلومات الآتية:

-الخصائص التفصيلية للسلع و الخدمات.

-شروط وكيفية التسليم.

-شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع.

-شروط فسخ العقد الإلكتروني.

-شروط وكيفية الدفع.

-شروط وكيفية اعادة المنتج.

-كيفية معالجة الشكاوى

-شروط وكيفية الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.

-الشروط والكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الاقتضاء.

-الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع طبقاً لأحكام المادة 2 اعلاه.

-مدة العقد حسب الحالة.

<sup>30</sup>المادة 14 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>31</sup>خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص.433

<sup>32</sup>نصت المادة 39 فقرة 1 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية: "يعاقب بغرامة مالية من 50.000 دج الى 500.000 دج ، كل

مورد الكتروني يخالف احد الالتزامات المنصوص عليها في المواد 11 و 12 من هذا القانون ."

<sup>33</sup>صونية شرقي، حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الاعمال، كلية

الحقوق والعلوم السياسية، ام البواقي، 2017/2018، ص.47

<sup>34</sup>القانون رقم 02-04، المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ع 41

<sup>35</sup>المادة 18 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

<sup>36</sup>المادة 19 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>37</sup>المادة 20 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>38</sup>المواد من 21 الى 23 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

<sup>39</sup>فاروق سيد حسين، التجارة الإلكترونية و تامينها، هلا للنشر والتوزيع، ط.1، 2001، مصر، ص.13-14

<sup>40</sup>سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، المرجع السابق، ص.129-130

<sup>41</sup>المادة 26 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

<sup>42</sup>محمود ابراهيم غازي، المرجع السابق، ص.588.