

## حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريعات الدولية

## Electronic consumer protection under international legislation

ط.د. فاطمة الزهرة ستو\*<sup>1</sup>، د. روضة جديدي<sup>2</sup><sup>1</sup> جامعة الوادي، (الجزائر)، [settou-fatimazohra@univ-eloued.dz](mailto:settou-fatimazohra@univ-eloued.dz)<sup>2</sup> جامعة الوادي، (الجزائر)، [raouda-djedidi@univ-eloued.dz](mailto:raouda-djedidi@univ-eloued.dz)

تاريخ النشر: 2022/01/31

تاريخ قبول النشر: 2022/01/21

تاريخ الاستلام: 2021/12/30

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهم الجهود والتشريعات الدولية لحماية المستهلك الإلكتروني من أهم المخاطر والجرائم التي يتعرض لها في ظل المعاملات الإلكترونية. حيث تركزت جهودهم بشكل خاص على وضع مدونات للسلوك المقبول والإيجابي الذي يجب أن تتحلى به الأطراف المتعاملة في هذا الفضاء من أجل تحقيق ممارسات شريفة، وعلى الجزائر أن تواكب هذه الدول رغم ما تعانيه من تأخر كبير في هذا النوع من المعاملات.

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي للملائمة لطبيعة الموضوع، حيث توصلت إلى عدم وجود إطار قانوني قادر على ضمان حقوق المستهلك الإلكتروني وحمايته في ظل المعاملات الإلكترونية لكون العقد الإلكتروني يكون بين طرفين في دولتين مختلفتين ولكل دولة قانونها الخاص بما.

**الكلمات مفتاحية:** مستهلك إلكتروني، معاملات إلكترونية، عقد إلكتروني، تشريعات دولية.

**Abstract:**

This study aims to shed light on the most important international efforts and legislation to protect the electronic consumer from the most important risks and crimes that he is exposed to in light of electronic transactions. Their efforts focused in particular on developing codes of acceptable and positive behavior that the parties involved in this space must exhibit in order to achieve honorable practices, and Algeria must keep pace with these countries despite the great delay it suffers from in this type of transactions.

In this study, the descriptive and analytical approach was relied on for its relevance to the nature of the subject, as it concluded that there is no legal framework capable of guaranteeing and protecting the rights of the electronic consumer in light of electronic transactions because the electronic contract is between two parties in two different countries, and each country has its own law.

**Keywords:** Electronic consumer, Electronic transactions, Electronic contract, International legislation.

\* المؤلف المرسل.

## 1. مقدمة :

إن التطور الهائل في التكنولوجيات الرقمية وتقنيات الاتصال وانتشار نظم المعالجة الإلكترونية للمعلومات فرض نفسه تلقائياً على المعاملات التعاقدية بين الأشخاص، حيث انتشرت هذه المعاملات عبر الإنترنت بشكل واسع، وشهدت نمواً متصاعداً وإقبالاً متزايداً لما توفره للمستهلك من وقت وجهد من خلال الأسواق الإلكترونية، وبذلك تجرى المعاملات الإلكترونية التجارية بصورة تلقائية وسريعة.

وبالرغم من المزايا الواضحة التي تقدمها المعاملات الإلكترونية إلا أنها لازالت تعاني من قصور في مجالات سرية تأمين المعلومات والخصوصية المتعلقة ببيانات المستهلك المتداولة عبر الإنترنت. إضافة إلى إمكانية تعرض المستهلك لحالات الغش التجاري والاحتيال وذلك في ظل غياب الرقابة والتشريعات المنظمة للمعاملات الإلكترونية التجارية. ومن هنا بدأ يتبلور مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني والذي يعنى الحفاظ على حقوقه وحمايته من الغش أو الاحتيال والعمل على زيادة ثقته والحفاظ عليها، وهذا ما أدى إلى فرض إيجاد وتبني آليات لحمايته تساهم في وضع أنظمة لحماية المستهلك الإلكتروني في ظل المعاملات الإلكترونية الدولية.

### 1.1 إشكالية الدراسة:

على ضوء ما سبق فإن إشكالية الدراسة تتمحور حول التساؤل التالي:

ما مضمون أبرز التشريعات والقوانين الدولية التي تصب في حماية المستهلك الإلكتروني من الأخطار التي يتعرض لها في ظل المعاملات الإلكترونية؟

وتنبثق من الإشكالية الرئيسية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مبررات حماية المستهلك الإلكتروني؟
- ما أهم الوسائل المستعملة في حماية المستهلك الإلكتروني؟
- ما هي أهم محاور حماية المستهلك الإلكتروني؟

### 2.1 فرضيات الدراسة:

وللإجابة على إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية تم صياغة الفرضيات التالية:

- من بين مبررات حماية المستهلك الإلكتروني التطور المستمر واللامتناهي في شبكة الأترنت وحاجته إلى الخدمات الإلكترونية وكذا افتقاره إلى التنوير المعلوماتي التقني وتستعمل في ذلك وسائل إدارية وتقنية وتشريعية لحمايته منها؛
- تقوم حماية المستهلك على ثلاث محاور رئيسية هي المحور الرقابي، المحور التشريعي والمحور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك.

### 3.1 أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية المستهلك باعتباره أساس وجوهر أي معاملة إلكترونية وباعتباره الطرف الضعيف في العملية التعاقدية الأمر الذي يستدعي البحث عن أهم المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها وكذا أهمية توفير الحماية له في ظل هذه المعاملات، وأهمية وجود مجموعة قواعد من شأنها أن توفر الحماية لكل طرف من أطراف المعاملة الإلكترونية سواء كان داخل حدود الدولة أو خارجها.

### 4.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على سبل حماية المستهلك الإلكتروني في ظل المعاملات الإلكترونية وهذا من خلال التطرق إلى الأدبيات النظرية من تعريفات وخصائص وأهمية وأهداف وآليات حماية المستهلك الإلكتروني، إضافة إلى التطرق إلى أهم تجارب البلدان الرائدة في حمايته من خلال القوانين واللوائح والتنظيمات المعمول بها دولياً.

### 5.1 منهج الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة والإلمام بمحاور الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي ملائمة لطبيعة الموضوع.

### 6.1 هيكل الدراسة:

يهدف الإلمام بأدبيات الدراسة من مختلف الجوانب ومحاولة الإجابة على إشكالية الدراسة فقد تم تقسيمها إلى المحاور التالية:

- الإطار النظري لحماية المستهلك الإلكتروني؛
- المخاطر التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني ووسائل حمايته منها؛
- أبرز التشريعات والهيئات الدولية المساهمة في حماية المستهلك الإلكتروني.

### 2. الإطار النظري لحماية المستهلك الإلكتروني:

أدى ازدهار المعاملات التجارية عبر الوسائط الإلكترونية إلى الرفع من المخاطر التي تواجه المستهلكين، نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة بما تملكه من تقنيات فنية كوسيلة لإغرائهم، حيث تدفعهم للتعاقد دون دراية كافية بالمنتج أو الخدمة، وهو ما يستوجب توفير آليات لحمايتهم.

### 2.1 تعريف المستهلك:

تناول المشرع الجزائري تعريف المستهلك في المادة 03، الفقرة 01 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به" (القانون

رقم 03-09، 2009، صفحة 13). أما المادة 03، الفقرة 02 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فقد عرفت المستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت وبمجردة من كل طابع مهني" (القانون رقم 04-02، 2004، صفحة 04).

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، حيث عرف المستهلك في المادة 02، الفقرة 09 على أنه: "كل شخص يقتني بئمن أو مجانا، منتجاً أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطى أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" (المرسوم التنفيذي رقم 90-39، 1990، صفحة 203).

### 1.1.2 تعريف المستهلك الإلكتروني:

من أهم الآثار التي نتجت عن استخدام وسائل الاتصال الحديثة في التعاقد، ظهور ما يسمى بمصطلح "المستهلك الإلكتروني"، وهو مصطلح ظهر في الواقع العملي حديثاً، ويعبر عن انعكاس وسيلة التعاقد على شخص مستخدمها.

عرف المستهلك الإلكتروني بأنه: "الشخص الطبيعي أو المعنوي، الذي يتزود بالسلع والخدمات أيا كان نوعها، ويتسلمها ماديا أو حكيميا، أو بدون مقابل، لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية الخاصة أو العامة، مادام أنها لا تتعلق بأعمال مهنته، عبر شبكة الأنترنت" (الحسيني، 2013، صفحة 35).

وبالتالي يمكن تقديم تعريف المستهلك الإلكتروني على أنه: "كل من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم ولا يهدف إلى إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني، وأن يقوم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة" (التجاني و عمامرة، 2018، صفحة 1204).

المستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الذي يقوم بإبرام العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها، من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها (بدر، 2005، صفحة 108).

وبالتالي فإن مفهوم المستهلك الإلكتروني لا يختلف كثيرا عن مفهومه في التعاقد بوسائل تقليدية سوى أنه يستخدم وسائل حديثة في التعاقد، فيعتبر مفهوما حديثا للتعاقد يحتل مركزا وسطا بين حاضرين والتعاقد بين غائبين.

والمستهلك الإلكتروني يتميز بالعديد من الخصائص أهمها (بن ذهبية، قدرتي، و الهناني، 2018، صفحة 1181):

- قدرته في التعامل والتفاعل مع المواقع الإلكترونية المتاحة على شبكة الأنترنت؛
- إشراك المستهلك الإلكتروني في تصميم السلعة والخدمة، وذلك من خلال الموقع الإلكتروني للمؤسسة على شبكة الأنترنت الذي يسمح له من تحديد المواصفات الخاصة بالسلع أو الخدمة التي يريد الحصول عليها، لأن المؤسسات الحالية تعتمد على آراء مستخدمي الأنترنت سواء الحاليين أو المرتقبين لتعديل سلعها وخدماتها بما يتناسب مع حاجاتهم ورغباتهم وإمكانياتهم؛
- مرونته اتجاه المتغيرات المحيطة به بفضل التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- يتميز بقدرته على إجراء المقارنة بين السلع والخدمات واختيار ما يناسبه بفضل تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- يتميز المستهلك الإلكتروني عن غيره من المستهلكين التقليديين بخبرته الواسعة في مجال استخدام شبكة الأنترنت والإعلام الآلي.

## 2.1.2 حماية المستهلك الإلكتروني:

يقصد بالحماية الإلكترونية الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام الأدوات الإلكترونية التي تستطيع الوصول لكل مكان وتمارس تأثيرا يتجاوز أحيانا الأدوات التقليدية.

ويقوم تعريف حماية المستهلك على ثلاثة محاور رئيسية هي (بوفنش وسيلة وبوفنش رقبة، 2018، صفحة 1647):

- **اخور الرقابي:** ويتضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية العالمية، وتقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني الممثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك، والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك للتدليس والغش التجاري والتضليل بكافة صوره وأشكاله؛
- **اخور التشريعي:** القائم على أساس إعادة النظر في التشريع القائم من أجل إيجاد آليات لحماية كافة حقوق المستهلك؛
- **اخور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك:** والذي يقوم عليه رفع وعي المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته، بما يرشد قراراته ويوجهه إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية، حيث تقوم مواقع حماية المستهلك بتقديم خدمات التوعية للمستهلك للوقاية من الوقوع في مخاطر التجارة الإلكترونية، من خلال

منتديات لتبادل الخبرات، والقيام بعرض قصص واقعية لتجارب المشترين مع السلع الرديئة، وتحديث مستمر لنشرات إخبارية تتضمن حوادث الغش التجاري وتفاصيل القضايا الحديثة مدعمة بآراء الخبراء والمتخصصين، كما توفر هذه المواقع أيضا خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الإلكتروني.

## 2.2 مبررات حماية المستهلك الإلكتروني:

تتمثل أهم مبررات حماية المستهلك الإلكتروني فيما يلي (وشاش، طبشوش، و قريشي، 2018، الصفحات 1895-1896):

- **حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية:** إن التطور الحاصل في شبكة الإنترنت أدى إلى الاهتمام بالمواقع التجارية التي تحتوي على خدمات متعددة كالخدمات العقارية والسياحية والمصرفية وغيرها من الخدمات الأخرى المهمة، وحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية وزيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين فهي محور طلب الكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن الحماية للمستهلك بشكل ملح وواضح؛
- **التطور الحديث في شبكة الأنترنت:** ظهرت العديد من التقنيات والأدوات التي ساهمت في تطوير عالم الأنترنت مما جعلها من أحدث الخدمات التقنية التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة، ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي بتطورات مستمرة، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية، وبالرغم من هذه المزايا إلا أن هذا التطور يرافقه تطور الاختراق والقرصنة وحيازة البيانات الشخصية للمستهلك في ظل الخدمات المقدمة له؛
- **افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني:** تعتبر شبكة الأنترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فالبريد الإلكتروني ومواقع الأنترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد وهو ما عرض أنواعا متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك والتعاقد معه من خلالها. فقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الأنترنت تسهل عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدها، وهنا يجب أن نفرق بين ما يسمى بإعلام المستهلك والذي هو حق من حقوق المستهلك وبين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الأنترنت، والتي تمثل أدنى حد من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات والمنتجات، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك على التعامل مع

جهاز الحاسوب وشبكة الأنترنت، فافتقار المستهلك للثقافة المعلوماتية يعني عدم توفر الحد الأدنى من القدرة على التعامل خلال هذه الشبكة، بالإضافة إلى المشاكل التي تواجهه عند التعمق في هذه الشبكة قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع فراصنة الأنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.

### 3.2 أهداف حماية المستهلك الإلكتروني:

من أهم هذه الأهداف نجد ما يلي (البكري، 2005، صفحة 237):

- التكفل بحماية المستهلكين من أساليب الغش والخداع الممارس عليهم من طرف المنتجين أو الوسطاء أثناء إتمام عمليات التبادل في إطار العمليات البيعية؛
- الالتزام بضمان الحقوق المختلفة للمستهلكين، وحمايتهم من مختلف أشكال وصور التلاعب الممكن حدوثه في السلع والخدمات التي يحتاجونها ويرغبون فيها،
- تأمين وتقديم المساعدة الممكنة لفئات الدخل المحدود، وتمكينهم من الحصول على السلع والخدمات التي يحتاجونها؛
- تفعيل التنسيق والتعاون مع منظمات الأعمال من أجل تمكينها من المعلومات التي تخص المستهلكين، والتي قد لا تتاح لتلك المنظمات نظرا لضعف قدراتها في الاتصال.

### 4.2 مبادئ حماية المستهلك الإلكتروني:

وضعت الأمم المتحدة العديد من المبادئ التي على أساسها تتحقق أطر لحماية المستهلك بما يتوافق مع

عالمية شبكة الأنترنت والمتجلية في: (فارس طلوش ويونس زين، 2018، صفحة 1861)

- تحقيق العدالة والناصفة: يجب أن تتصرف المؤسسات الناشطة في الفضاء الافتراضي بصدق وأن تسعى إلى تحقيق ولاء اتجاه جميع مستهلكيها على طول مرحلة العلاقة معهم، لاسيما مع المستهلكين الضعفاء والمحرومين وأن تعمل على دمج هذه القواعد في ثقافتها المؤسسية؛
- القيام بممارسات تجارية شريفة: يجب على المؤسسات الناشطة في الفضاء الافتراضي الامتناع عن الممارسات التجارية غير القانونية وغير الأخلاقية أو التمييزية أو المضللة، مثل تقنيات البيع المسيئة أو أي سلوك غير لائق مضر لا مبرر له اتجاه المستهلكين؛
- التواصل والشفافية: يجب على المؤسسات تقديم معلومات كاملة ودقيقة وغير خادعة عن المنتجات، خاصة ما تعلق بشروط ورسوم البيع لمساعدة المستهلكين على اتخاذ قرارات مستنيرة، وينبغي أن تكفل سهولة الوصول إلى هذه المعلومات ولاسيما المتعلقة بالأحكام والشروط الرئيسية، مهما كان مستوى التكنولوجيا المستخدم في ذلك؛

- **التعليم والتوعية:** ينبغي على المؤسسات أن تضع عند الاقتضاء برامج وأجهزة تساعد المستهلكين على اكتساب المعارف والمهارات اللازمة لفهم المخاطر التي تنطوي عليها العمليات الإلكترونية، خاصة المخاطر الإلكترونية المرتبطة بعملية الدفع مع تقديم المشورة والمساعدة المهنية في ذلك؛
- **حماية الخصوصية:** ينبغي على المؤسسات أن تحمي خصوصية المستهلكين من خلال مجموعة من آليات المراقبة والأمن والشفافية مع استشارة الموافقة فيما يخص جمع واستخدام بياناتهم الشخصية؛
- **الشكاوى والتقاضي:** ينبغي على المؤسسات الناشطة في الفضاء الإلكتروني أن توفر آلية للشكاوى تكفل حل نزاعها بصورة عادلة وشفافة وغير مكلفة وفي الوقت المناسب بكفاءة ودون تكبد تكاليف، مع العمل على حل النزاعات بالطرق الودية والسعي الدائم إلى تحقيق رضا العملاء.

### 3. المخاطر التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني ووسائل حمايته منها:

#### 1.3 المخاطر التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني:

إن حاجة المستهلك إلى السلع والخدمات الضرورية التي تقدم عبر شبكة الانترنت (كالخدمات السياحية، والمصرفية والتأمين، وبيع تذاكر الطيران والحجز في الفنادق وغيرها)، تدفعه إلى الإقبال عليها وإبرام التصرفات من خلال شبكة الإنترنت، وغالبا ما يفتقد المستهلك إلى الخبرة والدراية والمعرفة في مجال تقنية تكنولوجيا المعلومات -لاسيما شبكة الانترنت-، الأمر الذي يدفعه إلى الدخول في علاقات من خلال مواقع إلكترونية وهمية وبالتالي تعرضه لجملة من المخاطر والتي تأخذ أشكالا متعددة ومتنوعة وقد يكون الغرض منها تخريب البيانات أو الاطلاع على المعلومات الشخصية للأفراد، إلا أن هذه المخاطر أو الجرائم التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني هدفها واحد وهو الاستيلاء على الأموال. ومن بين هذه المخاطر نذكر على سبيل المثال (صباح عبد الرحيم ووهيبة عبد الرحيم، 2017، الصفحات 130-132):

- **عمليات القرصنة:** والتي يقوم بها مجرمون غير مرئيون سواء كان من طرف الكراكرز (Crackers) الذين يقومون بخرق المواقع الإلكترونية وسرقة المعلومات الشخصية والحسابات المالية، أو من طرف الهاكرز (Hackers) وهم أشخاص متسللون يتابعون عن كثب آخر الأخبار وبرامج الحماية الأمنية والمعلومات إلى حد أنهم ينشؤون النوادي لتبادل المعلومات. وهؤلاء المجرمون يستطيعون الاحتياز الأمني لمختلف المواقع بقصد التخريب والاختلاس والتزوير؛
- **الخداع والاحتيال:** وذلك عن طريق فتح مواقع تجارية على الشبكة تكون وهمية تحمل كل الصفات التي تجذب المستهلك كالتخفيضات والخصومات على السلع التي تكون وهمية؛
- **استخدام الأسماء والعلامات التجارية المشابهة:** بعض المواقع الإلكترونية تقوم بتقليد العلامات التجارية المشهورة على الشبكة بغرض جذب المستهلك والاحتيال عليه؛



- **طلب شراء السلع عبر الاحتيال:** وهو أحد أهم أشكال التطور في نشاط مجرمي الانترنت ويتمثل في شحن البضائع الالكترونية والسلع الفاخرة المشتراة ببطاقات الائتمان المسروقة من مستهلك ما، إلى بلاد بعيدة عن محيط السرقة، حيث يحصل المجرمون على هذه السلع بأسعار أقل داخل الولايات المتحدة وأوروبا على سبيل المثال، ثم يقومون بشحنها إلى الخارج بأسعار أعلى بقليل من قيمتها الحقيقية، بعد ذلك تتحول البضاعة إلى نقود يتم تقاسمها بين المحتالين؛
- **الاحتيال على المستهلك في المزادات:** ترافق ظهور المزادات على الانترنت بكثير من الأخطار والممارسات الاحتيالية من قبل المشتري والبائع على حد سواء، في بعض الحالات يسلم بدائل أقل جودة، وفي بعض الحالات يستلم البائع مستحقاته المالية بينما لا يتمكن من تسليم بضاعته فيما لا يتمكن من دفع مقابلها، هنالك نمط آخر من أنماط الاحتيال في المزادات ويتم ذلك بعمل عدد من العطاءات الوهمية بهدف رفع سعر السلعة المعروضة للبيع وبالتالي خداع المستهلك وغشه في السعر؛
- **خطر سرقة بيانات البطاقة الائتمانية للمستهلك:** قد يتم الحصول على أرقام بطاقة الائتمان الخاصة بالغير بسرقة البطاقة ذاتها أو سرقة بياناتها خارج الوسط الالكتروني (سرقة تقليدية)، وقد يتم الحصول على تلك البيانات عبر الوسط الالكتروني أي الانترنت وذلك بأحد الأساليب (التجسس، الخداع، أو تفجير الموقع)، ثم يقوم الجاني باستخدام بيانات البطاقة المملوكة للغير في شراء سلع أو خدمات عبر الانترنت.  
إضافة إلى:
- **القصور الوظيفي لأداة الدفع الإلكترونية:** ويقصد به ما قد يطرأ على أداة الدفع الإلكترونية من أعطال عرضية نتيجة اختلالات مادية أو كهربائية، أو قصور في أوامر التشغيل المرتبطة بلغة البرمجة الخاصة بتلك الأداة أو قصور في عملية الصيانة والتي يترتب عليها انحراف في سلوك أداة الدفع، وقصور في أداء وظائفها الأساسية كعدم دقة المدفوعات التي تتم من خلالها...؛
- **فقدان أداة الدفع الالكتروني:** كغيرها من الأشياء ولكونها في حيازة المستهلك، فقد تتعرض لمخاطر الفقد أو الضياع وقد يكون ذلك نتيجة لسهو أو إهمال الحامل ودون تدخل الغير أو بتدخل هذا الأخير ويكون ذلك نتيجة لعملية السرقة.

### 2.3 وسائل حماية المستهلك الإلكتروني:

أصبحت مسألة حماية المستهلك الإلكتروني من المسائل الهامة، وخاصة في ظل المعاملات الإلكترونية حيث يكون المستهلك أكثر عرضة للتلاعب بمصالحه وعرضة لمختلف الأخطار بصفة مستمرة فهؤلاء القراصنة والمخربين يسعون دائماً إلى إيجاد وسائل وتقنيات جديدة من أجل استخدامها في إجراء عملياتهم التخريبية

والتدميرية فكلما وجدت وسيلة مخاربة مختلف الأخطار يقوم هؤلاء القراصنة بابتكار طرق جديدة أخرى أكثر خطورة وأكثر مكرًا من التي قبلها، ولهذا فإن أمن وحماية المستهلك الإلكتروني يعد من القضايا المهمة والضرورية جدا لنجاح مشروع الاقتصاد الرقمي ومختلف تطبيقاته ومن بين أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة في تأمين المعاملات التي يفرضها الاقتصاد الرقمي نذكر منها على سبيل المثال:

### 1.2.3 الوسائل الإدارية لحماية المستهلك الإلكتروني:

على الإدارة العليا القيام بعدة مهام تجاه أمن المعلومات كالرقابة والإشراف على أمن المعلومات وسنستعرض مهامها الرئيسية يجب عليها القيام بها كالتالي (جيلالي، 2016/2015، الصفحات 154-155):

- **السياسة الأمنية المثقفة:** تعتبر تقنية النص التشعبي المعروفة لدى مصممي صفحات الويب من بين الطرائق الممكنة لتحقيق أمن المعلومات الإلكترونية، لدى استعمال هذه الطريقة تكتب في أول صفحتين عرضا موجزا عن المبادئ الأمنية الهامة ومعايير الحماية، ونضمن فيهما ارتباطات تهدف لإعطاء المزيد من التفاصيل؛

- توفير أمن الأجهزة: لتأمين الأجهزة لابد من تأمين المبنى كعدم السماح لغير المصرح لهم بالدخول إلى غرف الحاسب الآلي، ومخزن وسائط التخزين. ويفضل استخدام التكنولوجيا الحديثة للدخول على الأنظمة (بصمة الأصبع، بصمة العين، البطاقة المغنطة...)

- **توفير أمن البيانات:** ويكون ذلك بتوزيع الصلاحيات والمسؤوليات حسب الهيكل التنظيمي بما يضمن رفع المستوى الأمني، وتقليص الجرائم، ووضع آلية يتم من خلالها النسخ الاحتياطي وتأمين وسائط الحفظ الخارجية بما يكفل أمنها وتحديثها، ويجب صياغة الضوابط المنظمة لعمليات التشغيل، ولبرمجي قواعد البيانات ومدراءها، وإدارة الشبكات وخطوط الاتصال، وعمليات الإدخال والإخراج، والضوابط الأمنية لبناء وتشغيل البرامج التطبيقية؛

- **توفير أمن الأفراد:** ويكون ذلك باتباع:

منع التوظيف المؤقت نهائيا، ومراعاة إجراءات إنهاء خدمة الموظف بطلب تسليم كل ما كان بحوزته كالمفاتيح والبطاقات المغنطة، وتغيير كلمة المرور قبل مغادرته؛

متابعة العاملين ونقلهم إجباريا بين الأقسام المختلفة والإدارة، وملاحظة الذين لا يطلبون إجازة بإجبارهم على الإجازة ومراقبة النظام بعد ذلك للتأكد من عدم وجود خلل كانوا يتفادونه بوجودهم؛

عقد ندوات ومؤتمرات ومحاضرات بشكل دوري في مجال المعلومات؛

دفع العاملين لحضور المعارض العالمية للأجهزة والبرامج، وإرسالهم إلى الدورات المتخصصة بأمن المعلومات؛

منح الحوافز وربط الترقية والدورات بمدى التقيد بأمن المعلومات.

- توفير قسم متخصص بأمن المعلومات: تقوم المؤسسات الكبيرة بتعيين مدير أمن نظم المعلومات يرتبط بالإدارة العليا مباشرة لأهمية التقارير التي يعدها، ويرأس مدير الأمن قسما مستقلا من المتخصصين في مجال أمن المعلومات ومن ذوي الخبرة الفنية والأمنية في معالجة البيانات والبرمجة حسب نظم التشغيل ولغات البرمجة وقواعد البيانات المستخدمة في المؤسسة، ومدربين على التنسيق الأمني ولديهم المقدرة الكافية للتعامل مع جرائم المعلومات التي تطال زبائنهم والحالات الطارئة؛
- التصريح بالمرور عبر الشبكة: تتميز السياسة الأمنية الجيدة بقدرتها على تنظيم المرور عبر شبكة الاتصال من خلال قبول أو رفض بعض الملفات على الشبكة.

### 2.2.3 الوسائل التقنية لحماية المستهلك الإلكتروني:

- وتتمثل في مجموعة من الإجراءات الفنية التي تتبعها مختلف المؤسسات لحماية معلوماتها وزبائنهم، أهمها (كريمة، 2013/2014، الصفحات 77-82):
- تقنية طبقة الفتحات الآمنة (SSL): طورت هذه التقنية من طرف شركة نت سكيب التي ساعدت على زيادة الثقة في مختلف تطبيقات الاقتصاد الرقمي خاصة التجارة الإلكترونية ومستوى الأمان فيها مما جعلها أساس التجارة الإلكترونية في العالم حيث قامت معظم الشركات المنتجة لمتصفحات الانترنت بالأخذ بها وتزويد متصفحاتها بهذه التقنية. و(SSL) هو برنامج يحتوي على بروتوكول تشفير متخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الانترنت بطريقة آمنة بحيث لا يمكن قراءتها إلا من طرف المرسل والمستقبل (البائع والمشتري).
  - الحركات المالية الآمنة (SET): استخدم هذا البروتوكول في أول عملية تبادل مالي سنة 1997 في الولايات المتحدة الأمريكية، ويشبه إلى حد كبير بروتوكول الطبقات الأمنية في استناده إلى التشفير والتوقيعات الرقمية، كما يستخدم هذا البروتوكول برمجيات المحفظة الإلكترونية حيث تحتوي على رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة له كذلك فإنه يحصل على شهادة رقمية صادرة من أحد البنوك الذي يعتمدها، وعند إجراء الحركات المالية عبر الانترنت فإن كلا من التاجر وحامل البطاقة والشهادة الرقمية لكل منهما مما يتيح التحقق من هوية الآخر؛
  - التشفير الإلكتروني: يعرف التشفير بأنه تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة (دون معنى) لمنع الأشخاص غير المرخص لهم من الاطلاع على المعلومات، إذن فعملية التشفير تعمل على تحويل النصوص العادية إلى نصوص مشفرة وذلك باستخدام مفاتيح وهذه المفاتيح تستند إلى صيغ رياضية معقدة (خوارزميات) وتعتمد قوة وفعالية التشفير على أساسين: الخوارزمية وطول المفتاح (مقدر بالـ Bits)؛

- **البصمة الإلكترونية:** هي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفق خوارزميات معينة تدعى دوال أو اقتاراتات التمويه تقوم هذه الخوارزميات بتطبيق حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (رسالة صغيرة) تمثل ملف كامل أو رسالة (سلسلة كبيرة) وتتكون البصمة الإلكترونية للرسالة من بيانات لها طول ثابت (بين 128 و 160 Bits) تؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير، وتتميز البصمات عن بعضها البعض بحسب المفاتيح الخاصة التي أنشأها والتي لا يمكن فك شيفرها إلا باستخدام المفتاح العام؛
- **التوقيع الرقمي:** يجعل التوقيع الرقمي تحويل المعاملات أكثر أمنا وسرية فهو بمثابة ختم الهوية التي تلازم الرسالة عبر الانترنت. وهو يستخدم من أجل التأكد من أن الرسالة قد جاءت من مصدرها دون التعرض لأي تغيير أثناء عملية النقل، بحيث يستخدم المرسل المفتاح الخاص لتوقيع الوثيقة الكترونيا أما المستقبل فيتحقق من صحة التوقيع عن طريق المفتاح العام؛
- **الشهادة الإلكترونية:** وهي عبارة عن وثائق إلكترونية تثبت هوية المستخدمين عبر شبكة الانترنت ويتولى إصدار هذه الشهادات جهة موثوق فيها يسمى سلطة إصدار الشهادات، تحتوي كل شهادة رقمية يتم إصدارها على معلومات مهمة تتعلق بمالكها وبالسلطة التي أصدرت هذه الشهادة.

### 3.2.3 الوسائل الإدارية لحماية المستهلك الإلكتروني:

إن نجاح المعاملات الإلكترونية في أي بلد ما يتطلب بناء ثقة المستهلكين والتجار ومؤسسات الأعمال بهذا النمط من المعاملات، كما أن المخاطر التي تهدد المستهلك والمتمثلة في الجرائم الإلكترونية أو الافتراضية التي تتخطى الحدود والأماكن الجغرافية يعد أكبر تهديد لهذه الثقة.

وبالتالي أصبح لابد من إيجاد بيئة قانونية مضبوطة كي تضمن حماية حقوق ومصالح كل أطرافها المتعاملين فيها، وليس يجدي نفعاً الاكتفاء بتضمين القوانين التقليدية بمجموعة نصوص إضافية وإدخال تعديلات بقدر ما يكون الحل الأنفع هو الاجتهاد في وضع قانون مستقل للمعاملات التي تخص تطبيقات هذه الاقتصاد الجديد وتوفر الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني في ظل هذا النمط من المعاملات.

وبالتالي فإن توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في الدول تعتبر مرجعا تشريعيا مهما في شتى المجالات وهذا يعكس التطور التكنولوجي والاجتماعي الذي تحظى به، وتعتبر الجزائر من بين الدول التي سعت ومازالت تسعى بتبني نصوص تشريعية وقوانين خاصة بالحماية القانونية من المخاطر والجرائم الإلكترونية التي تمسها إلا أن هذه المساعي غير كافية حاليا لتوفير الحماية القانونية المثلى للمستهلك الإلكتروني، ومن أبرز القوانين نذكر على سبيل المثال القانون رقم 09-04 المؤرخ في 14 شعبان 1430 هـ الموافق لـ 05 أوت 2009 والمتعلق بالقواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها

والذي نص في المادة الأولى منه على: أن الهدف الذي وضع من أجله هو وضع قواعد خاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال (يوسف، 2011، صفحة 182).

#### 4. أبرز التشريعات والهيئات الدولية المساهمة في حماية المستهلك الإلكتروني:

كان من الطبيعي بروز الحاجة لتوحيد النظام القانوني للمعاملات الإلكترونية والتنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين واتساع نطاق الحماية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني والتنظيم القانوني لهذه المعاملات أخذ بعدين، بعد التنظيم الدولي الذي يظهر في مختلف الهيئات الدولية التي تسعى لتحقيق حماية المستهلك، وبعد التنظيم الداخلي من خلال وضع الدول تشريعات وطنية لتكريس حماية المستهلك الإلكتروني.

هناك الكثير من التشريعات المختلفة التي اهتمت بتوعية المستهلك وتنوير إرادته قبل أن يقدم على إبرام العقود بهدف حمايته في مواجهة المخاطر. كما أنشئت أيضا جمعيات تهدف إلى حماية المستهلك وهي جمعيات مدنية لا تهدف إلى تحقيق الربح وتتبع في دفاعها عن المستهلكين عدة طرق ومن أهمها التوعية والدعاية المضادة *Grève des Paiement* و *Contre-Publicité* والامتناع عن الشراء *Grève des Achats* والامتناع عن الدفع *Grève des Paiement*. ومن الدول من بادر بإصدار قانون خاص بالمعاملات التجارية الإلكترونية وضمنه نصوص خاصة بحماية المستهلك.

#### 1.4 حماية المستهلك الإلكتروني في المنظمة الدولية للمستهلك:

تعاضمت الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك خاصة مع زيادة المشكلات التي تواجه المستهلك وهذا ما ساعد بشكل كبير في ظهور المنظمة الدولية للمستهلك التي تأسست سنة 1960 من قبل خمسة (05) منظمات للمستهلكين، جمعت كل من الولايات المتحدة الأمريكية، بلجيكا، بريطانيا، هولندا، أستراليا، وقد بلغ عدد الدول الأعضاء فيها في حدود سنة 1995 أكثر من مائة دولة، وأكثر من مئتي عضو، ومن بين الأهداف التي اعتمدها المنظمة الدولية للمستهلك نجد (ممدوح، 2008، الصفحات 38-39):

- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم؛
- العمل باسم المستهلكين في العالم ونيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية، الشرب والخدمات اللازمة؛
- تطوير التعاون الدولي من خلال القيام بالتحايل المقارنة للمواد والخدمات وتبادل نتائج التحليل والخبرات؛
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلكين أينما كانوا في العالم؛
- اعتماد المنظمة الدولية للمستهلك كهيكل لتبادل المعلومات والمجلات والنشرات الدورية التي تهم حماية المستهلك.

## 2.4 حماية المستهلك الإلكتروني في التوجيه الأوروبي:

تتم التعاقدات الإلكترونية في الغالب على المستوى الدولي لذلك وجب العمل على وضع الوسائل القانونية المناسبة من أجل الحماية الدولية للمستهلك الإلكتروني، ولذلك أصدر المجلس الأوروبي عدة توجيهات في هذا الشأن، منها التوجيه الذي نص على أنه من أجل الحماية الدولية للمستهلك يجب عمل مؤتمرات دولية للمعاملات التجارية الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق تلك التي تتم خارج أوروبا، إضافة إلى التوجيه المتعلق بالقواعد التي تحدد المحكمة الأفضل للمستهلك وبصفة خاصة في ظل معاهدة روما الصادرة في 19 ماي 1980 (الاتحاد الأوروبي، 1997)، ويعد التوجيه الأوروبي 07/97 الصادر في 20 ماي 1997 أهم توجيه على المستوى الأوروبي إذ أنه ينظم قواعد لحماية المستهلكين في العقود عن بعد بإلزام الموردين والمهنيين بواجب إعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات الأساسية للسلعة أو الخدمة، وكذلك عن طرق الدفع والتسليم والتنفيذ كما أعطى له الحق في الرجوع عن التعاقد في المادة 06 منه: "أنه وفي العقود المبرمة عن بعد بواسطة إحدى تقنيات الاتصال عن بعد، يجوز للمستهلك أن يتراجع عن العقد في مهلة سبعة أيام عمل اعتباراً من تاريخ التسليم بالنسبة للسلع، ومن تاريخ توقيع العقد بالنسبة للخدمات ودون جزاء وغرامة ودون الحاجة لبيان الأسباب" (راضي، 2013).

كما تبني الاتحاد الأوروبي في 26 يونيو 2002 توجيهها يتعلق بتسويق الخدمات المالية عن بعد وهو يهدف إلى توفير نوع من الأمان للتجارة والاتصالات الإلكترونية الذي يتعلق بمعالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني وحماية حياته الخاصة في مجال الاتصالات الإلكترونية (بوقرة، 2018، صفحة 2006).

## 3.4 حماية المستهلك الإلكتروني في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:

كان لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية دور في إعداد إرشادات لضمان حماية المستهلك عبر الأنترنت في 09 ديسمبر 1999، حيث أبرزت أهمية التعاون بين الحكومات والشركات والمستهلكين على الصعيد الوطني والدولي، أين وضعت أدلة وقواعد إرشادية بشأن حماية الخصوصية ونقل البيانات، وتتضمن هذه القواعد المبادئ الثمانية الرئيسية لحماية الخصوصية أو الحق في حماية البيانات الخاصة، (فجالي، 2018، صفحة 1226).

من التوجيهات التي أوصت بها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على سبيل المثال لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ما يلي (ممدوح، 2008، الصفحات 40-41):

- يجب أن يكون هناك مستوى معين من الحماية للمستهلك الذي يقوم بعمليات تجارة إلكترونية أو عمليات بيع عن بعد؛

- أن تكون المعلومات واضحة للمستهلك وبلغة مفهومة له وأن يذكر هوية الشركة التي تقوم بالأنشطة التجارية الإلكترونية وكذلك نوع السلع والخدمات التي يقدمها؛
- تقديم معلومات شاملة عن العرض المقدم من المورد بما فيها تحديد الثمن وطريقة الدفع والضمانات المقدمة وطريقة تسليم المنتج؛
- الحصول على موافقة صريحة من المستهلك الإلكتروني؛
- إعطاء المستهلك الإلكتروني مهلة مناسبة للتفكير في إتمام التعاقد أو العدول عنه؛
- التعريف بالقانون الواجب التطبيق على التعاقد الإلكتروني والمحاكم المختصة؛
- إنشاء وسائل لتوثيق المعاملات الإلكترونية فيما بين التاجر والمستهلك؛
- تطوير التعاون الدولي بين الدول والمنظمات الدولية المعنية بحماية المستهلك.

#### 4.4 قانون الاستهلاك الفرنسي:

أصدر المشرع الفرنسي قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد رقم 93-949 الصادر في 26 يوليو 1993 وهو يتكون من خمس أجزاء تتعلق بإعلام المستهلك وحمايته وتنظيم جمعيات المستهلكين وتطابق وأمان المنتجات والخدمات. ولكن المشرع الفرنسي قبل إصدار هذا القانون كان قد وضع ترسانة هائلة من التشريعات والنظم الخاصة بحماية المستهلك وقد تمخض عن تلك القوانين نظام قانوني قائم بذاته لا يتردد البعض عن تسميته بالنظرية القانونية لحماية المستهلك.

كما أنه تماشيا مع السياسات التشريعية الفرنسية التي تهدف إلى حماية المستهلك نجد أن قانون التوقيع الإلكتروني رقم 230 لسنة 2000 ولائحته التنفيذية لم يشير صراحة إلى مبدأ حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، إلا أن الشروط التي وضعها المشرع الفرنسي للقيام بعملية التصديق على شهادات مقدمي هذه الخدمة يبدو واضحا منها أن هدفها هو حماية المستهلك (Loi n° 2000-230, 2000, p. 3968).

تناول المشرع الفرنسي في نص المادة 1-111 من القانون رقم 93-949 "على أن المزدود الذي يعرض منتجاته عبر الأنترنت يجب أن يحدد الخصائص العامة الضرورية للمنتج أو الخدمة وعلى وجه الخصوص الخصائص الكيفية والكمية والمدة التي ستعرض فيها" (Loi n° 1993-949, 1993, p. 10541)، كما نص هذا القانون أيضا على حق المستهلك في العدول حسب المادة 20-121-2 بمقتضى المرسوم رقم 741 لسنة 2001 أنه: "...بشأن جميع عمليات البيع عن بعد يعطي للمشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ تسليم طلبية لإعادتها أو استبدالها أو استعادة ثمنها دون غرامات ما عدا مصاريف الإرجاع" (L'Ordonance n° 2001-741, 2001, p. 13646).

#### 5.4 قانون التجارة الإلكترونية لدوقية لوكسمبورغ:

كما انطوى قانون التجارة الإلكترونية لدوقية لوكسمبورغ على نصوص لحماية المستهلك وأهمها إعلام المستهلك بالمعلومات الخاصة بالموارد وبمواصفات السلع والخدمات والعملية التي يتم بمقتضاها السداد ومدة العرض والسعر وشروط القرض وحق المستهلك في العدول عن التعاقد، كما فرض قانون التجارة الإلكترونية بإيطاليا الموردين بإحاطة المستهلكين بالمواصفات التفصيلية للبضاعة أو الخدمة بما في ذلك الضرائب الإلكترونية في الوقت المناسب قبل إبرام العقد (بوقرة، 2018، صفحة 2006).

#### 6.4 قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية لإمارة دبي:

صدر قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية رقم (2) لعام 2002 لإمارة دبي بهدف إحلال الوسائل التقنية الحديثة في المعاملات التجارية محل الوسائل التقليدية، وقد تضمن من بين نصوصه بيان المعاملات الإلكترونية وإنشاء العقود وصحتها، إلا أن هذا القانون لم يبين قواعد حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية وماهية حقوقه باعتباره الطرف الضعيف في مواجهة التاجر المحترف، ولعل المشرع قصد بذلك الرجوع إلى القواعد العامة.

ومع ذلك فإننا نجد في دولة الإمارات العربية المتحدة ظهرت بعض الجمعيات التي تهدف إلى حماية المستهلك وهذه الجمعيات لا تهدف إلى تحقيق الربح وإنما تهدف إلى توحيد الجهود والخبرة لتوفير وسائل الدفاع عن مصالح المستهلكين ومنها جمعية الإمارات لحماية المستهلك والتي تتطابق أهدافها مع أهداف جمعيات حماية المستهلك في الدول الأوروبية، ومن أهم أهداف هذه الجمعية خلق وعي عام لدى المستهلك وإرشاده وتوعيته بمضار الإعلانات التجارية الخادعة والمضللة وإرشاده لكيفية التأكد من سلامة المواد الاستهلاكية والتأكد من أنها غير ممنوعة من التداول في بلد المنشأ لأي سبب يتعلق بصحة المستهلك وحمايته، وقد تأسست هذه الجمعية في 11/03/1987 ومقرها مدينة الشارقة وتم إشهارها وفق القرار الوزاري رقم 246 لسنة 1981 وقد انضمت لعضوية الاتحاد الدولي للاستهلاك (راضي، 2013).

#### 7.4 حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري:

إن المشرع الجزائري لم يعالج حماية المستهلك الإلكتروني لكنه اكتفى بوضع القواعد العامة بحماية المستهلك، فالقانون الصادر في 07/02/1989 ينظم المبادئ الأولية والعامة للمستهلك تم إصداره في 30 مادة موزعة على ثلاثة (03) أبواب، الباب الأول يتضمن أحكام عامة في 13 مادة، الباب الثاني يتضمن أحكاماً إجرائية، أما الباب الثالث فيتضمن أحكاماً جزائية وهذه المواد تنص على حماية المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة أهمها (بوقرة، 2018، صفحة 2007):

- الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحته وأمنه ومصالحه المادية؛



- الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية؛
  - الحق في الضمان القانوني للمنتج أو الخدمة وحقه في تجربة المنتج؛
  - الحق في التمثيل والتفاوض في إطار جمعيات المستهلكين وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك؛
  - وجوب تدخل الأجهزة المختصة وذلك باتخاذ إجراءات لازمة لرقابة جودة المنتجات والخدمات.
- ثم ألحق المشرع بالقانون رقم 89-02 عدة قوانين وتنظيمات أخرى من شأنها تنظيم العلاقة بين عمليتي الإنتاج والاستهلاك ومن أهمها (بوقرة، 2018، صفحة 2007):
- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق بالجودة وقمع الغش؛
  - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات؛
  - المرسوم التنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها؛
  - المرسوم التنفيذي رقم 01-315 مؤرخ في 16/10/2001 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش؛
  - القانون رقم 04-04 مؤرخ في 231/06/2004 يتعلق بالتقييس؛
  - كما أن المشرع الجزائري نظم لأول مرة الانترنت كمنشأ اقتصادي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98/257 المؤرخ في 25/08/1998 المتضمن ضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 2000/307 المؤرخ في 14/10/2000؛
  - القانون رقم 15-04 المؤرخ في 01 فيفري 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين والذي ينص على النموذج التنظيمي المهتمي وذلك من أجل تحقيق الثقة؛
  - قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يتضمن مفهوم المستهلك الإلكتروني وطريقة المعاملات الإلكترونية التجارية وكذا الجرائم والعقوبات.
- باختصار المشرع الجزائري لم يضع نصا خاصا بحماية المستهلك في العقود الإلكترونية، لكنه خطى خطوات مهمة في حماية المستهلك الإلكتروني من خلال القوانين سالفة الذكر.

## 5. الخاتمة:

أدى ازدهار المعاملات التجارية عبر الوسائط الإلكترونية إلى الرفع من المخاطر المتعددة التي تواجه المستهلكين وذلك في ظل عدم اكتمال الإطار القانوني والتشريعي الذي يحمي المستهلك وقله وعيه الإلكتروني وجهله. بمختلف أساليب حمايته من مختلف مخاطر المعاملات الإلكترونية، أين يكون مستهدفا من بعض التجار

الإلكترونيين الذين يمتنون التجارة الإلكترونية بهدف الغش والاحتيال لا غير. إضافة إلى مخاطر الاختراق الإلكتروني التي ترتبط بالوصول إلى سرية معلومات بطاقات الدفع الإلكتروني للمستهلك واستغلالها من أطراف محترفة -قراصنة المعلوماتية-.

وقد خلصنا في هذه الدراسة إلى صحة الفرضيات والنتائج التالية:

- من بين مبررات حماية المستهلك الإلكتروني التطور المستمر واللامتناهي في شبكة الأنترنت وحاجته إلى الخدمات الإلكترونية وكذا افتقاره إلى التنوير المعلوماتي التقني وتستعمل في ذلك وسائل إدارية وتقنية وتشريعية لحمايته منها؛
- تقوم حماية المستهلك على ثلاث محاور رئيسية هي المحور الرقابي، المحور التشريعي والمحور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك.
- من أهم الأخطار التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني نجد عمليات القرصنة، الخداع والاحتيال، خطر سرقة بيانات البطاقة الائتمانية للمستهلك وكذا استخدام الأسماء والعلامات التجارية المشابهة... الخ؛
- هناك الكثير من التشريعات المختلفة التي اهتمت بتوعية المستهلك وتنوير إرادته قبل أن يقدم على إبرام العقود بهدف حمايته في مواجهة المخاطر نذكر من بينها المنظمة الدولية للمستهلك، التوجيه الأوروبي ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية وكان للجزائر دور في محاولة حماية المستهلك الإلكتروني من خطر المعاملات الإلكترونية من خلال التشريعات والقوانين التي أصدرتها بهذا الشأن.

كما خلصنا إلى أنه لا يوجد إطار قانوني قادر على ضمان حقوق المستهلك الإلكتروني وحمايته في ظل المعاملات الإلكترونية لكون العقد الإلكتروني يكون بين طرفين في دولتين مختلفتين ولكل دولة قانونها الخاص. إضافة إلى أن آليات الحماية من مخاطر المعاملات الإلكترونية ليست متاحة للجميع، فالبعض منها يمكن تطبيقه واستغلاله والاستفادة منه، لكن البعض الآخر غير متاح لكل الأفراد، أو يصعب تطبيقه -غير عملي- أو قد يكون مكلفا جدا لدرجة أنه يلغي بعض المزايا التي يكتسبها المستهلك من هذه المعاملات الإلكترونية، كما أن المشرع الجزائري قد قصر في الإلمام بالجوانب القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في الوقت الذي تزايد فيه استخدام شبكة الأنترنت في الوسط الجزائري، بل اكتفى بتنظيم النصوص المتعلقة بحماية المستهلك بصفة عامة فقط.

### الاقتراحات والتوصيات:

- تدخّل المشرع الجزائري لإصدار قانون يتعلق بالمعاملات الإلكترونية وسن القوانين والتشريعات التي تنظمها على المستوى الدولي، وأمن المعاملات التجارية والمدفوعات بما يعزز من حماية المستهلك الإلكتروني من مختلف أنماط الاحتيال والغش الإلكترونيين؛

- توفير حماية ناجعة للمستهلك الإلكتروني للتصدي لأساليب التسويق الحديثة التي في معظمها تهدف إلى إغراء المستهلك وحثه على الإقدام على الشراء؛
- تعزيز كل الآليات المحلية والدولية الهادفة لحماية المستهلك في ظل العالم الرقمي الحالي؛
- ضرورة تسخير الإمكانيات اللازمة من أجل نشر الثقافة الاستهلاكية الإلكترونية، وبيان مختلف أوجه التعاقد والحماية.
- حرص المستهلك الإلكتروني على اختيار مواقع مؤمنة ومحمية وتجار الكترونيين ذوي سمعة جيدة؛
- توحيد النظام القانوني الدولي بهدف التنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك.

## 6. قائمة المراجع:

### 1- باللغة العربية

- إبراهيم خالد ممدوح (2008)، أمن المستهلك الإلكتروني، مصر: الدار الجامعية.
- أسامة أحمد بدر (2005)، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر.
- إيناس محمد راضي (2013/12/30)، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، جامعة بابل، العراق، متاح على الرابط التالي:  
[https://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/service\\_showrest.aspx?fid=7&pubid=5950](https://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/service_showrest.aspx?fid=7&pubid=5950), consulté le : 22/11/2021.
- بوزكري جيلالي (2016/2015)، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وآفاق، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير (غير منشورة)، تخصص إدارة الأعمال والتسويق، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر.
- بوفنش وسيلة وبوفنش رقية (يومي 23 و24 أبريل 2018)، آليات حماية المستهلك في ظل الاقتصاد الرقمي، المنتدى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي - ضرورة الانتقال وتحديات الحماية-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، الجزائر.
- بوقرة نور الهدى (يومي 23 و24 أبريل 2018)، الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني، وتجارب دولية حول حمايته، المنتدى الدولي الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي - ضرورة الانتقال وتحديات الحماية-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، الجزائر.
- الاتحاد الأوروبي (1997/05/20)، المتعلق بحماية المستهلك في ظل التعاقد عن بعد، متاح على الرابط التالي:  
[http://europa.eu.int/comm/consumers/policy/developments/dist\\_sell/dist01\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/consumers/policy/developments/dist_sell/dist01_en.pdf); consulté le : 19/11/2021.
- تامر البكري (2006)، أسس ومفاهيم معاصرة، عمان، الأردن: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الجريدة الرسمية (2009/03/08)، المادة 03 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، عدد 15، متاحة على الرابط التالي:

- <https://www.joradp.dz/FTP/JO-ARABE/2009/A2009015.pdf?znjo=15>, consulté le : 13/11/2021.
- الجريدة الرسمية (2004/06/27)، المادة 03، الفقرة 02 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، العدد 41، متاحة على الرابط التالي:
- <https://www.joradp.dz/FTP/JO-ARABE/2004/A2004041.pdf?znjo=41>, consulté le : 13/11/2021.
- الجريدة الرسمية (1990/01/31)، المادة 02، الفقرة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، عدد 05، متاحة على الرابط التالي:
- <https://www.joradp.dz/FTP/JO-ARABE/1990/A1990005.pdf?znjo=05>, consulté le : 13/11/2021.
- شمس الدين التجاني ومحمد يوسف عمارة (يومي 23 و24 أبريل 2018)، واقع المستهلك الجزائري في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال - مقومات وواقع القطاع ودوره في حماية المستهلك -، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي - ضرورة الانتقال وتحديات الحماية -، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، الجزائر.
- صباح عبد الرحيم ووهيبة عبد الرحيم (أفريل 2017)، واقع تسوق المستهلك عبر شبكة الانترنت بين الحماية والجريمة، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد 09، العدد 14، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- صراع كريمة (2014/2013)، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة)، تخصص استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، وهران، الجزائر.
- فارس طلوش ويونس زين (يومي 23 و24 أبريل 2018)، قراءة حول الحماية القانونية للمستهلك ضمن تشريعات الأمم المتحدة وبعض الدول المتطورة، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي - ضرورة الانتقال وتحديات الحماية -، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، الجزائر.
- فحالي محي الدين (2018)، حماية البيانات الشخصية والمشرفة للمستهلك في ظل الاقتصاد الرقمي، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي - ضرورة الانتقال وتحديات الحماية -، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، الجزائر.
- محمد بن ذهبية وصلاح الدين قدرى وفراح إلياس الهناني (يومي 23 و24 أبريل 2018)، مخاطر الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني واستراتيجية الجزائر لحمايته - مشروع التصديق والتوقيع الإلكتروني، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي - ضرورة الانتقال وتحديات الحماية -، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، الجزائر.
- محمد محمد حسن الحسيني (2013)، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
- واقد يوسف (2011)، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون (غير منشورة)، فرع القانون العام، تخصص قانون التعاون الدولي، كلية الحقوق، مدرسة دكتوراه للعلوم القانونية والسياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر.

- وشاش فؤاد وهند طبشوش وقريشي هاجر (يومي 23 و24 أبريل 2018)، حماية المستهلك على الصعيد الدولي في ظل مخاطر التجارة الإلكترونية، المنتدى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي - ضرورة الانتقال وتحديات الحماية-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، الجزائر.

## 2- باللغة الأجنبية

- JORF (14/03/2000), Loi n° 2000-230 du 13 Mars 2000 portant **adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information et relative à la signature électronique**, N° 0062, Disponible sur le lien suivant :  
<https://www.legifrance.gouv.fr/download/securePrint?token=mnzoQMpQGoNwBKFPtSLM>, consulté le : 13/11/2021.
- JORF (27/07/1993), Loi n° 1993-949 du 26 Juillet 1993 relative au **code de la consommation (partie Législative)**, N° 0171, Disponible sur le lien suivant :  
<https://www.legifrance.gouv.fr/download/securePrint?token=3xcYy!TRnjtpD5kV2Y@D>, consulté le : 13/11/2021.
- JORF (25/08/2001), L'Ordonnance n° 2001-741 du 23 Aout 2001 portant **transposition de directives communautaires et adaptation du droit de la consommation**, N° 0196, Disponible sur le lien suivant :  
<https://www.legifrance.gouv.fr/download/securePrint?token=oc872rV8!8EYAjbw4fN!>, consulté le : 13/11/2021.