



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's democratic republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of higher education and scientific research  
جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييرج  
University Of Mohamed Al-Bashir Al-Ibrahimi - BBA  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
Faculty of Law and Political Sciences



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص : قانون أعمال

الموسومة بـ :

## أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني

إعداد الطالبتين :

أعدور مريم

بن سهيل سارة

نوقشت وأجيزت يوم : 2024/06/10

أمام لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذ التعليم العالي	ميهورب يزيد
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر قسم ب	رمضان مريم
ممتحنا	أستاذ مساعد قسم ب	بلعقون محمد الصالح

السنة الجامعية: 2024/2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's democratic republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



Ministry of higher education and scientific research  
جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج  
University Of Mohamed Al-Bashir Al-Ibrahimi - BBA  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
Faculty of Law and Political Sciences

## إذن بالإيداع

أنا الممضي أسفله الأستاذة ..... من ..... ر. رمضان

الرتبة : ..... أستاذة محاضرة

المشرف على مذكرة الماستر الموسومة بـ : ..... أستاذة التجارة الإلكترونية

على ..... المسئلة الإلكترونية

من إعداد :

الطالب الأول : ..... أ. عبدون حريم

الطالب الثاني : ..... بن سبيل سارة

أوافق على إيداع الطالب (الطالبين) لمذكرة التخرج لدى الإدارة من أجل برمجتها للمناقشة.

إمضاء الأستاذ المشرف

رمضان مريم



ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في 27 ديسمبر 2020  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي  
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الأول)

أنا الممضي أسفله.

السيد(ة): أعدور مرييم ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة  
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: A.01.2.04392 والصادرة بتاريخ 30/12/2020  
المسجل(ة) بكلية / معهد للتفوق والعلوم البسيطة قسم الحرثي  
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).  
عنوانها: أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني

أصح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

03 JUN 2021

التاريخ: 2021...1.06.1.03..

توقيع المعني (ة)

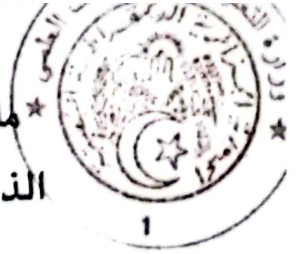
*Handwritten signature*

ب-ت-1 من رقم A.01.2.04392  
2021/12/30

مؤدق عليه

رئيس المجلس التأسيسي  
ويتوسط منه رئيس فرع البلدي  
جمال سلاحيحة





ملحق بالقرار رقم 1082... المؤرخ في 27 ديسمبر 2020  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

## الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي  
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الثاني)

أنا الممضي أسفله.

السيد(ة): بن مسهيل بسارة ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة  
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 402.94.9294 والصادرة بتاريخ 2022/09/15  
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم البيئية قسم الجغرافيا  
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،  
عنوانها: أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الجزائري

أصح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2024/06/03

03 JUN 2024

توقيع المعني (ة)

تاريخ: 2022/09/15  
رئيس فرع البلدية  
جمال سلاحيحة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات  
والصلاة والسلام على سيدنا وحبينا مُحَمَّدٍ  
وعلى آله وصحبه أجمعين.  
كل الشكر والتقدير للأستاذة الفاضلة  
الدكتورة " رمضاني مريم "  
التي تكرمت بالإشراف على هذا العمل  
وعلى إرشاداتها ونصائحها القيمة.  
كما نتقدم بالشكر إلى الأساتذة الأفاضل  
أعضاء لجنة المناقشة.  
وإلى كل من مد لنا يد العون فشكرا لكم جميعا.

## إهداء

أهدي ثمرة جهدي واجتهادي  
إلى أغلى ما أملك في هذه الحياة  
إلى من كان دعاؤها سر نجاحي " أمي الغالية " حفظها الله.  
إلى من علمني الكفاح وكافح حتى نشعر بالأمان  
إلى سندي الدائم " أبي الغالي " حفظه الله.  
إلى من نشأت وتربيت بينهم وقضيت أحلى أوقاتي برفقتهم  
إخوتي الأعزاء وأخواتي الغاليات  
وأولادهم بسمه هذه الحياة ونورها.  
إلى جميع صديقاتي وإلى رفيقتي في هذا العمل " سارة ".  
وإلى كل من ساندني ولو بكلمة.

" أعدور مريم "

## إهداء

"وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين"

الى الله قبل كل شيء

الحمد لله حبا و شكرا و متنانا على البدء و الختام .  
اهدي هذا النجاح لنفسي الطموحة اولا ، الى نفسي العظيمة  
التي تحملت كل العثرات و اكملت رغم الصعوبات ، ابتديت  
بطموح و انتهيت بنجاح ، ثم الى من تملك الجنة تحت القدم  
الى ملاكي الطاهر و قوتي بعد الله الى التي افضلها عن نفسي  
الى التي ربطني و انارت دربي و اعانتي الى داعمتي  
الاولى التي ضحت من اجلي و التي لم اراها يوما ما تدخر  
جهدا في سبيل اسعادي دائم و ابدا اليك يا اغلى انسانة  
في هذا الوجود امي الحبيبة ، ثم الى من احمل اسمه بكل عز  
و افتخار لمن مهد لنا الطريق ببذل و تعبته الى من عمل بكد  
في سبيلي و علمني معنى الكفاح و دعمني بلا حدود و اعطاني  
بلا مقابل و اوصلني الى ما انا عليه ابي الغالي شمعة  
حياتي سندي ادامه الله لي عاهدتهم بهذا النجاح ها انا  
اتممت وعدي و اهديه لكم "امي و ابي" ، ثم الى رمز  
الوفاء الى الرجل العظيم الذي اخرج أجمل ما في داخلي و  
شجعني للوصول الى طموحاتي كان لك الفضل في كل شيء كنت  
بطلا و رمزا للصبر رفيقا و مؤنسا و غرست في قلبي حب  
التحدي أنا فخورة بنجاحي لأتقاسم معك هذه الفرحة زوجي  
العزيز ، والى ابني الصغير حبيب قلبي رغم صعوبة الحمل و  
السهر و التعب وبكاءك الليلي و لكن تشجعت بك و ثابترت  
لكي تكون فخرا بأمك في يوم من الايام اللهم احفظ لي ابني  
و اجعله في المراتب العليا ، الى من مد يده دن كلل و لا  
ملل وقت ضعفي اخواني ادامكم الله لي ضلعا ثابتا لي ، الى  
من امننت بقدراي و امان ايامي و تذكرني بقوتي اخواتي  
الاعزاء و الى كل من سعى معي لإتمام مسيرتي الدراسية إلى  
كل العائلة الكريمة منهم خالتي و الى صديقتي مريم و  
جميع اصدقائي اهدي اليكم بحثي و جهدي و ليالي كثيرة من  
السهر و التعب و الامنيات راجية من الله تعالى ان يمننا  
بعونه و توفيقه .

"بن سهيل سارة"



قال الله تعالى :  
{يرفع الله الذين آمنوا منكم و الذين أوتوا  
العلم درجات}

{المجادلة : 11}

وقوله تعالى: {وقل رب زدني علما}

{طه : 114}

مقدمته

في البداية اعتمدت التجارة الالكترونية على تبادل المستندات التجارية بين الشركات وذلك من خلال استخدام شبكات الحاسوب البدائية، حيث كان الموردون والعملاء يتبادلون المستندات، كالفواتير ونماذج الطلبات التجارية وتأكيد الشحن باستخدام تقنية تبادل البيانات الالكترونية، ولكن مع التطور المستمر في التجارة الالكترونية، ظهر نوع اخر من المتاجر، وهي المكتبة الالكترونية، حيث أن التجارة الالكترونية لاقت نجاحا كبيرا في هذا المجال وبدأت في التطور الكبير، وانطلاقا مما سلف فان التجارة الالكترونية هي عملية بيع وشراء البضائع و الخدمات عبر الانترنت، حيث أنها تشمل جميع الانشطة التجارية التي يتم تنفيذها عبر الويب، بدءا من مواقع البيع بالتجزئة الالكترونية وصولا الى المزادات الالكترونية بين الشركات، وعليه التكنولوجيا تساهم في تيسير هذه العمليات من خلال استخدام الانترنت والتطبيقات والانظمة المتخصصة في تنفيذ المعاملات التجارية، حيث تعمل التجارة الالكترونية بطريقة اساسية عبر شبكة الانترنت، كما انها تؤثر على المستهلك ومنه لابد من حماية المستهلك حيث يعد موضوع حماية المستهلك من اهم المسائل التي نالت اهتمام الدولة الحديثة نتيجة التطور التي اصبحت تعرفه العقود، وتجدر الإشارة الى ان حماية المستهلك هي مجموعة من القوانين و التنظيمات المصممة لضمان حقوق المستهلك وضمان التجارة العادلة، كما انها ترتب حماية المستهلك بفكرة حقوق المستهلك وتكوين منظمات المستهلك كما يمكن حماية مصالح المستهلك من خلال تعزيز وتشجيع المنافسة في الاسواق.

### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا لهذا الموضوع في كونه من أكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث والتفصيل نظرا للتطور الحاصل في مجال التعاقد الإلكتروني، وكذلك إرتباطه بحماية المستهلك الإلكتروني الذي أصبح المتضرر الأول في ظل هذا النوع الحديث من التعاقد، بسبب الممارسات الاحتيالية والتلاعبات التي يقدم عليها المورد الإلكتروني، كما تظهر أهمية

الموضوع في معرفة الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحمايته في مختلف مراحل التعاقد.

### أهداف الدراسة :

- محاولة التعرف على مدى تأثير التجارة الالكترونية على المستهلك
- تسليط الضوء على مدى حماية حقوق المستهلكين.
- معرفة كيفية نجاح التجارة الالكترونية على الاسلوب الحديث للتبادل التجاري الذي يستخدم الوسائط الرقمية بين البائع و المشتري .

### أسباب الدراسة:

### الأسباب الذاتية:

الرغبة الشخصية في دراسة مواضيع متعلقة بالتجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى أن موضوع البحث يلامسنا نحن كأفراد مستهلكين في المجتمع الجزائري وقد نكون عرضة للاحتيال في هذا المجال بالتالي فهو موضوع شيق ومرتببط بالواقع الذي نعيشه.

### الأسباب الموضوعية:

من الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع كونه يعد من أهم المواضيع فيما يخص التجارة الإلكترونية، كما يتطرق إلى دراسة الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، وكذا الوقوف على آخر مستجدات النصوص القانونية والتشريعات التي أقرها المشرع الجزائري في هذا المجال.

### الدراسات السابقة:

من بين اهم الدراسات التي تناولت جانب من جوانب موضوع بحثنا نذكر منها :

- خوجة، الذهبي، " الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية "، رسالة ماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2015، والتي خلصت إلى تكريس حماية فعالة للمستهلك

وهو الطرف الأضعف في هذه العلاقة، وذلك بإيجاد آليات قانونية سواء في المرحلة السابقة على العقد مروراً بالمرحلة الآنية لتكوين العقد وصولاً إلى مرحلة تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد. وقد تناولت ماهية التجارة الإلكترونية، حيث تطرقنا إليها في دراستنا، إضافة إلى موضوع حماية المستهلك في مرحلتي ماقبل وعند إبرام عقد التجارة الإلكترونية وفي مرحلة تنفيذ العقد، بينما قمنا بدراسة الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد وفي مرحلة تنفيذ العقد.

- جامع مليكة، "حماية المستهلك المعلوماتي"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم القانونية "القانون الخاص" جامعة الجليلي اليابس سيدي بلعباس كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، السنة الجامعية 2017-2018. نتجت عن هذه الدراسة إلى أن توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني وحيث أننا في دراستنا تطرقنا إلى آليات حماية المستهلك أما في هذه الدراسة نتجت على أن حماية المستهلك يعتبر من أهم التحديات في مجال التجارة الإلكترونية، خاصة بالنظر إلى مركز الضعف الذي يتواجد فيه المستهلك من جهة وافتقاره للمعلومات التقنية من جهة أخرى، لذلك قد تدفعه الاعلانات والدعايات المغرية على شبكة الانترنت إلى إبرام العقد الإلكتروني، نظراً لسهولة هذا النوع من التعاقد، الذي يتم من خلال الضغط على زر الفأرة ليبرم العقد.

\_ نصيرة، خلوي عنان، "الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة)"، مذكرة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري . تيزي وزو، 2013، والتي توصلت إلى أن العديد من التشريعات المقارنة اجتهدت في توفير حماية ناجعة للمستهلك عبر الانترنت، تكفل له إصدار إرادة مستنيرة واعية وتتصدى لأساليب التسويق الحديثة التي في معظمها تهدف إلى إغراء المستهلك وحثه على الدخول في علاقات تعاقدية يكتشف لاحقاً عدم رغبته بها. لهذا تبنت هذه التشريعات مجموعة من قواعد تهدف إلى توفير بيئة آمنة في مجال التعاقد الإلكتروني. وقد تناولت الحماية المدنية والحماية الجزائية للمستهلك عبر الانترنت، بينما قمنا بدراسة الموضوع من جانبين، جانب مفاهيمي

يتعلق بالتجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني و الآخر يتعلق بالحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية.

- موزه، عبد الله الكبيسي، " الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير في القانون الخاص جامعة قطر يناير 2021م. نتجت عن هذه الدراسة الى تعريف المستهلك الإلكتروني والذي تطرقنا اليه في دراستنا للمشرع الجزائري وفي هذه الدراسة تطرق إلى ان المشرع القطري بالمفهوم الواسع للمستهلك، فتشمل حماية المستهلك في القانون كل من يشتري أو يستفيد من السلع او الخدمات. وتهدف هذه الرسالة إلى الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من الغش التجاري في البضائع المعلن عنها عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التشريع القطري.

### صعوبات الدراسة:

لقد واجهتنا من خلال دراستنا بعض الصعوبات والتي تتعلق بسعة مجال الدراسة وتشعبها، بحيث استدعى ذلك جهد كبير في تحصيل المادة العلمية وتحليلها، والخروج بالأحكام المنظمة لمجال الدراسة.

### الإشكالية :

تتمثل مشكلة بحثنا في التساؤل التالي:

ما مدى فعالية الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية؟

### التساؤلات الفرعية:

تندرج ضمن الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

ماهو المفهوم العام للتجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني؟

فيما تتمثل آليات الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية؟

**المنهج المتبع:**

من اجل الاجابة على الاشكالية وظفنا المنهج الوصفي التحليلي وذلك نظر الطبيعة الموضوع والذي يقوم على مفهوم التجارة الالكترونية وحماية المستهلك و ذلك من خلال التعريف وذكر الانواع...الخ و كذلك النصوص القانونية والآليات حماية المستهلك.

**تقسيم الدراسة:**

استدعت الدراسة إلى تقسيم البحث إلى فصلين، حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني، قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين، درسنا في المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية، بينما في المبحث الثاني مفهوم المستهلك الإلكتروني، أما بالنسبة للفصل الثاني تطرقنا فيه إلى الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية، وقد تضمن كذلك مبحثين، درسنا في المبحث الأول: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة عن التعاقد، بينما في المبحث الثاني الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد.

# الفصل الأول

الإطار المفاهيمي  
للتجارة الإلكترونية  
والمستهلك الإلكتروني



## الفصل الأول:

### الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية و المستهلك

#### الإلكتروني

أدى التطور في وسائل الاتصال، إلى ظهور أنماط جديدة من التعاملات، والتي أصبحت تتم عن بعد بوسائل إلكترونية، وأشهر هذه التعاملات التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، فقد كان لها الأثر الكبير على المستهلك من خلال المعاملات الإلكترونية كإبرام العقود الإلكترونية المختلفة وهو الأمر الذي يستدعي وضع حماية قانونية للمستهلك.

لذلك سنقوم بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، نخصص الأول إلى ماهية التجارة الإلكترونية، أما الثاني لمفهوم المستهلك الإلكتروني.

## المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من المواضيع الهامة في العصر الحديث التي تعتمد على شبكات الاتصال ومختلف الوسائل التقنية الحديثة المعتمدة لتنفيذ النشاط التجاري وهو ما أدى إلى ظهور نمط جديد من الأعمال تعرف بالأعمال التجارية الإلكترونية القائمة على العلاقات التعاقدية عبر شبكة الانترنت.

ولدراسة هذا الموضوع قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين، تناولنا في (المطلب الأول) مفهوم التجارة الإلكترونية، و (المطلب الثاني) أنواع التجارة الإلكترونية وأهميتها.

### المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة المتداولة بكثرة لدى مختلف القطاعات الاقتصادية مؤخرًا، حيث يدل على إجراء المعاملات والصفقات التجارية عبر الوسائل الإلكترونية.

ولبيان مفهوم التجارة الإلكترونية سنتطرق لتعريفها في (الفرع الأول)، و تحديد خصائصها في (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

تعريف التجارة الإلكترونية ينقسم إلى مقطعين، الأول هو التجارة وهي ممارسة البيع والشراء، وهي احتراف الأعمال التجارية، والثاني هو الإلكترونية وهي تدل على أن التجارة تتم عبر وسائل الاتصالات الحديثة المعالجة الكترونياً، أما مفهوم التجارة الإلكترونية القانوني، فإن مدلول التجارة يمتد ليشمل عمليات الإنتاج والتصنيع للسلع وتداولها بقصد تحقيق الربح، والتجارة الإلكترونية تعتبر إحدى أساليب التجارة الدولية الحديثة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - حورية، لشهب، (النظام القانوني للتجارة الإلكترونية)، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثالث والعشرون، نوفمبر 2011، ص ص 27-28.

سنتناول تعريف التجارة الإلكترونية من خلال التطرق إلى التعريف الفقهي (أولاً)،  
والتعريف التشريعي (ثانياً).

### أولاً: التعريف الفقهي

لقد وردت في موضوع التجارة الإلكترونية عدة تعريفات، و الحقيقة أنه ليس هناك  
تعريفاً محدداً لها حتى الآن بسبب تعدد الجهات التي أوردت هذه التعريفات، و نعرض أهمها  
في ما يلي:

\_ أنها أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات  
متطورة.

\_ وأيضاً تعرف بأنها تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات  
عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية الأخرى.<sup>1</sup>

وقد عرفها جانب من الفقه بأنها: " عرض المشروع للمنتجات و الخدمات على موقع  
للانترنت بغرض الحصول على طلبات من العملاء " ووفق هذا التعريف تعتبر التجارة  
الإلكترونية صورة جديدة من صور الدعاية و الإعلان وشكل جديد لطلب المنتج أو الخدمة  
بطريقة إلكترونية.

بينما يرى جانب من الفقه أن التجارة الإلكترونية هي عبارة عن تنفيذ لكل ما يتصل  
بعمليات شراء وبيع السلع والخدمات والمعلومات وتسوية مدفوعاتها عبر شبكة الانترنت.<sup>2</sup>

وبالرغم من تعدد التعريفات وتنوعها إلا انه يمكن تقسيمها إلى اتجاهين رئيسيين وهما:

<sup>1</sup> - محمد الفاتح، محمود بشير مغربي، التجارة الإلكترونية، دار الجنان، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016، ص 12.

<sup>2</sup> - عبد الوهاب، مخلوفي، " التجارة الإلكترونية عبر الانترنت "، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر، 2011 - 2012، ص ص 29 - 30.

## 1. الاتجاه الضيق:

يذهب أنصار هذا الاتجاه لتعريف التجارة الإلكترونية في إطار ضيق، بحيث تشمل أنشطة البيع والشراء وتقديم الخدمات عبر شبكة الانترنت، فالبعض يعرفها بأنها نظام إلكتروني يتيح التعامل في تقديم السلع والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، وتنفيذ العقود المتعلقة بهذه السلع والخدمات.

كما يعرفها البعض الآخر من أنصار هذا الاتجاه بأنها: " العملية التي تتم بين طرفين بائع ومشتري أو أكثر عن طريق استخدام الكمبيوتر عبر شبكة الانترنت ".

يرى أنصار هذا الاتجاه من الفقه بأن التجارة الإلكترونية لا تتعدى عمليات البيع والشراء باستخدام وسيط إلكتروني هو في الغالب شبكة الانترنت، وبهذا نجد أنصار هذا الاتجاه قد أغفلوا جوانب كثيرة للتجارة الإلكترونية، والتي تتنوع باختلاف الأعمال التجارية التي تتم عبر الشبكات الإلكترونية ومنها: الإعلان عن السلع والمنتجات والخدمات وتبادل المعلومات والتزويد بخدمات الاتصال وإنشاء المواقع والمتاجر الافتراضية.<sup>1</sup>

## 2. الاتجاه الموسع:

حيث يرى أصحاب هذا الجانب بأن التجارة الإلكترونية تتسع لتشمل جميع الأعمال الإلكترونية بما فيها الأعمال التجارية والتي تتم على شبكة الانترنت أو باستخدام الوسائط الإلكترونية المختلفة وعرفوها كالتالي:

\_ هي ببساطة تتمثل في الصفقات التجارية أو نشاطات الأعمال التي تتم بالوسائل الإلكترونية.

<sup>1</sup> - خدوجة، الذهبي، " الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية "، رسالة ماجستير في الحقوق، تخصص القانون الأساسي الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، الجزائر، 2013-2014، ص ص

\_ هي عبارة عن صفقة العمل التي حدثت في العالم الافتراضي عبر وسائل الاتصال الإلكترونية.<sup>1</sup>

## ثانيا: التعريف التشريعي

سنحاول تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، ثم عرض تعريفها طبقا للتشريعات المقارنة.

### 1. تعريف التجارة الإلكترونية طبقا للتشريع الجزائري:

عرفها المشرع الجزائري في القانون رقم 05/18 في نص المادة 06 منه أن:

يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي: " التجارة الإلكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".<sup>2</sup>

من خلال هذا التعريف، يشترط المشرع لاعتبار العمليات التجارية ضمن حقل التجارة الإلكترونية، و بالتالي تخضع لأحكام القانون 05/18، وجوب أن يتوفر في جميع أطراف العملية التجارية، الصفة الإلكترونية، سواء المورد، أو المستهلك، أو الوسيلة المستعملة في إبرام العقد، وما يؤخذ على هذا التعريف أنه قصر عمليات المورد الإلكتروني على اقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد، بينما العمليات التجارية الإلكترونية أوسع من ذلك بكثير.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - خديجة، بركة، رانيا جميلة، قندوزي، " الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر "، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2021-2022، ص 8.

<sup>2</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 05/18، المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة في 16/05/2018.

<sup>3</sup> - المختار، بن قوية، (التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطرة)، مجلة معارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 2، 2021/12/31، ص 292.

## 2. تعريف التجارة الإلكترونية طبقاً للتشريعات المقارنة:

### أ\_ التشريع التونسي:

عرفها قانون المبادلات و التجارة الإلكترونية التونسي بأنها: " العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية" <sup>1</sup>.

وواضح من هذا التعريف للتجارة الإلكترونية بأنها أي عملية تجارية، سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، تتم عن طريق المبادلات الإلكترونية، لأن أي عملية تجارية هي مبادلة ما بين سلعة و ثمنها أو خدمة و قيمتها أو أداء عمل ومقابلته ولكن بطريقة إلكترونية حيث يتفاوض طرفا العقد ويصدر الإيجاب والقبول اللازمين لإبرام العقد الإلكتروني. <sup>2</sup>

### ب. التشريع المصري:

نصت المادة الأول من مشروع القانون المصري المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنها: " هي كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية ويستوي في هذه الوسيلة أن تكون الانترنت أو غيرها. <sup>3</sup>

ينبني على هذه التعاريف القانونية، أن التجارة الإلكترونية تقوم على نفس الأسس التي تقوم عليها التجارة التقليدية، غير أنها تعتمد على وسائل الاتصالات الحديثة، وشبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت، سواء جميع عمليات البيع والشراء، تم على دعامة إلكترونية، أم جزء منها فقط. <sup>4</sup>

<sup>1</sup> - جهاد محمود، عبد المبدى، التراضي في تكوين عقود التجارة الإلكترونية، مكتبة القانون والاقتصاد، الطبعة الأولى، الرياض، 2016، ص 23.

<sup>2</sup> - عبد الوهاب، مخلوفي، المرجع السابق، ص 26-27.

<sup>3</sup> - خدوجة، الذهبي، المرجع السابق، ص 16.

<sup>4</sup> - المختار، بن قوية، المرجع السابق، ص 292.

## الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تختلف فيها وتتميز عن التجارة التقليدية، فهي تتسم بسرعة وسهولة الاتصالات وإمكانية إبرام الصفقات التجارية بين الأطراف المتعددة في مجالات التجارة والخدمات والمعاملات المالية والنقدية مما يوفر الوقت والتكلفة، وتعتمد التجارة الإلكترونية وبشكل أساسي على شبكات الاتصالات والمعلومات والتي من أهمها الانترنت، ويمكن أن نحدد مجموعة من الخصائص المميزة لها وهي على النحو التالي:<sup>1</sup>

### أولاً: الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:

فالتجارة الإلكترونية، أو بالأحرى الوسائط الإلكترونية التي تجري من خلالها أنشطة التجارة الإلكترونية، لاسيما الانترنت، لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، ومن ثم فإن أي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت لا يحتاج إلى التوجه إلى منطقة جغرافية بعينها. فإثناء موقع تجاري على الانترنت يتيح للمؤسسة صاحبة الموقع الوصول إلى أسواق مستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله.<sup>2</sup>

### ثانياً: غياب المستندات الورقية لمعاملات التجارة الإلكترونية:

يطلق بعض الفقهاء الأمريكيين على التجارة الإلكترونية و نظام التبادل الإلكتروني للبيانات تعبيراً بديلاً هو التجارة اللاورقية، وقد أصبح هذا المصطلح شائعاً في تشريعات التجارة الأمريكية، وهناك العديد من الفوائد التي نجنيها من غياب المستندات الورقية المادية وأهمها:

<sup>1</sup> - خالد، ممدوح إبراهيم، عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2020، ص ص 35-36.

<sup>2</sup> - فارس، فضيل، حمزة، ضويفي، (الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة)، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة الجزائر 3، العدد 03، ماي 2011، ص 27.

1: خفض التكاليف الناتجة عن إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية، حيث قدرت تكلفة إنتاج ومعالجة الأوراق في الصفقات التجارية بـ 10 % من قيمة المنتجات أو البضائع.

2: الأتمتة<sup>1</sup> الكاملة للصفقات التجارية التي يمكن أن تشمل الإيجاب والقبول والتعاقد والدفع والتسليم وغيرها.<sup>2</sup>

### ثالثا: السرعة في إنجاز العملية التجارية:

تتسم التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة أي سرعة التعاقد وسرعة التسليم بالنسبة لكثير من الصفقات، و من ثم فهي تختزل عنصر الوقت، فقد اعتدنا أن نذكر عند التفرقة بين التجارة المحلية والدولية عاملي المسافة والوقت والواقع أن التجارة الإلكترونية الدولية جاءت لتختزل هذين العاملين إذ هي تختزل الحدود وتتم في وقت قصير للغاية.

وبهذا أُلغيت المسافات والحدود، بحيث أصبحت جميع أسواق العالم بفضل شبكة الانترنت، وبغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري " سوقا مفتوحا " تتيح مجالات متعددة، للمنتجين ورجال المال والأعمال والمستهلكين، فتسمح للمنتجين فرص عرض كل منتجاتهم وتتيح للمستهلكين والعملاء فرصا سهلة وسريعة للحصول على السلع والخدمات المعروضة أمام المستهلك.<sup>3</sup>

### رابعا: غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:

تدور المفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس التعاقد التقليدي في مجلس العقد للاتفاق على تفاصيل العقد المراد إبرامه بينهما، وقد يحتاج إبرام العقد جلسة واحدة أو عدة

<sup>1</sup> الأتمتة (Automation) : تسمى أيضا " التشغيل الآلي " وفي بعض الأحيان " المكننة "، وهو مصطلح حديث نسبيا يغطي مجالا واسعا من التكنولوجيات التي تتطلب قدرا ضئيلا من التدخل البشري، ويشمل ذلك أتمتة عمليات مثل التصنيع، وتكنولوجيا المعلومات، والتسويق، كما يغطي التطبيقات الشخصية مثل التشغيل الآلي للأجهزة المنزلية.

<sup>2</sup> - خديجة، بركة، رانيا جميلة، قندوزي، المرجع السابق، ص ص 10-11.

<sup>3</sup> - حورية، لشهب، المرجع السابق، ص ص 34-35.



جلسات لحين الاتفاق على الشروط والتفاصيل، أما في عقود التجارة الإلكترونية فلا يكون هناك مجلس للعقد بالمعنى التقليدي، فمجلس العقد الإلكتروني في مجلس افتراضي بلا جدران، فقد يكون البائع في مكان والمشتري قد يبعد عنه بألاف الأميال، وقد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين مكاني البائع و المشتري.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية و أهميتها.

غيرت التجارة الإلكترونية سلوكية الشراء و البيع المعتاد عليها، أصبحت جزء من حياتنا لا يتجزأ لسهولة الوصول للعملاء و التواصل معهم، فالتجارة الإلكترونية حققت الكثير من الإقبال عليها و نجحت بجعل الكثير من الشركات و العملاء و على مستوى العالم بالاعتماد عليها ببيع منتجاتهم أو بتقديم خدماتهم و الترويج لها، و نظرا لمفهوم التجارة الإلكترونية الواسع و نظرا لشهرتها و كثرة استخدامها سنتحدث في هذا المطلب عن تصنيف التجارة الإلكترونية حسب طبيعة العمليات أو العلاقات بين الأطراف المشاركة فيها، وعن أهمية التجارة الإلكترونية التي تتجلى بفوائدها على المستهلكين و فوائدها على المجتمع.

### الفرع الأول: أنواع التجارة الإلكترونية:

#### أولاً: منظمات الأعمال إلى المستهلك<sup>2</sup> B2C

هي التجارة الإلكترونية التي تشمل التعاملات بين الشركات و الأفراد من حيث توفير الخدمات و المنتجات للمتسوقين عبر الانترنت.<sup>3</sup>

وهذا النوع من التجارة معني بشكل أساسي ببيع السلع و الخدمات مباشرة للمستهلكين، و يقوم المستهلكون من خلال التصفح عبر الموقع الإلكتروني للشركة المعنية باختيار ما

<sup>1</sup> - خالد، ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 38.

<sup>2</sup> B2c : business to consumer commerce est la vente de biens et de services par des entreprises a des consommateurs utilisant internet.

EST I abreviation de business to consumer.

<sup>3</sup> -محمد، نور صالح الجداية رئيس قسم إدارة الأعمال جامعة جدارا و سناء جودت خلف دكتوراه نظم المعلومات الحاسوبية التجارة الإلكترونية الطبعة الثانية 2012 المملكة الأردنية الهاشمية رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية 2008/6/1739 ص 27.

يرغبون بشرائه، كما يتم في العادة دفع الرسوم مضافا إليها تكاليف الشحن، و عليه تقوم الشركة المعنية بشحن الطلب و إرساله مباشرة إلى عنوان المستهلك<sup>1</sup>.

### ثانيا: التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال B2B<sup>2</sup>

أخرى ،واستلام الفواتير وإتمام عمليات الدفع ، ويقتصر التعامل في هذا النوع من التجارة على الشركة و عدد مورديها زبائنها عن طريق الشفرة الموثقة إضافة إلى بطاقة الائتمان وعناوين على شبكة الانترنت خاصة بالشركة، وتبلغ نسبة هذا النوع حوالي 85 بالمئة من إجمالي التجارة الإلكترونية سواء كان داخل الدولة أو بين الدول ذلك باستخدام تبادل الوثائق الكترونيا<sup>3</sup>.

### ثالثا: أنشطة التجارة الإلكترونية ما بين الحكومة ومؤسسات الأعمال: G2B<sup>4</sup>

هذا النمط من التجارة الإلكترونية يتضمن استخدام المؤسسات الحكومية للشبكة العالمية للمعلومات مع الشركات مثل المعلومات الخاصة بالضرائب و الرسوم الجمركية، ما إلى ذلك من معلومات، كما أنها تشمل الخدمات التي تقدمها الأجهزة الحكومية للشركات.

### رابعا: أنشطة التجارة الإلكترونية ما بين المستهلك C2C:

هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم في العادة بين المستهلكين بعرض ما يرغب بشراء المنتج المعروض بالاتصال مباشرة بالبائع: بيع سيارة أو جهاز حاسب آلي.....الخ.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - جمال قاسم حسن و محمود عبد السلام التجارة الإلكترونية سلسلة كتيبات تعريفية العدد 20 موجهة الى الفئة العمرية

الشابة في الوطن العربي صندوق النقد العربي 2021، ص ص 10\_11.

<sup>2</sup> \_ b2b : business to business relating to business arrangements or trade between different businesses rather than between businesses and the public especially when this takes place.

<sup>3</sup> - تباي أمل، مريمدة أمل، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية جامعة 8 ماي 1945 قالمة، السنة الجامعية 2019-2020 ص8.

<sup>4</sup> \_ G2b : relationships of a business with government agencies have a significant impact on the success of any company.

<sup>5</sup> - المرجع نفسه، ص9.

## خامسا :التجارة الالكترونية بين المستهلك و الإدارة C2G<sup>1</sup>:

المحلية تشمل هذه الأنشطة المعاملات التي تتم بين المستهلكين و الحكومة مثل دفع فواتير الماء و الكهرباء عبر المواقع الالكترونية للوزارات أو المؤسسات الحكومية.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني :أهمية التجارة الالكترونية.

يعكس النمو المتسارع للتجارة الالكترونية جانبا كبيرا من أهميتها و ستم الإشارة عليها فيما يلي :

أهميتها بالنسبة للمستهلكين:

- الحصول على منتجات و خدمات أقل كلفة من خلال التسويق في أماكن عديدة و المقارنة السريعة عبر الشبكة
- التسويق و عقد عمليات تجارية أخرى 24 ساعة باليوم و على مدار السنة.
- كما أنه من الممكن القيام بمزادات علنية فعلية يتمكن المستهلكون من خلالها الحصول على منتجات فريدة، والتي لا يمكن الحصول عليها تقليديا إلا بالسفر إلى مسافات بعيدة للوصول إلى مزادات معينة بوقت محدد.
- تفاعل المستهلكين مع مستهلكين آخرين في المجتمعات الالكترونية، وتبادل الأفكار إضافة إلى مقارنة الخبرات.

بالنسبة للمجتمع:

- تسهيل تقديم الخدمات العامة بكلف توزيع أقل، و تحسين نوعية الخدمات الاجتماعية.
- تمكن الأفراد في الأقطار الأقل تطورا و الأماكن الريفية من التمتع بالمنتجات و الخدمات التي لا يمكن أن تتوفر لهم بأسلوب آخر .

<sup>1</sup> \_ c2c : consommateur a consommateur relatif a l'achat et a la vente de produits de services et d'informations entre consommateurs individuels notamment sur internet.

<sup>2</sup> - جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، المرجع السابق، ص 11.

حيث أن التجارة الالكترونية تمكن المؤسسات الجزائرية التي تتبناها كأداة تسويقية وذلك لتحقيق أرباح إضافية، كما أنها تفتح آفاق أوسع أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وأيضاً الاستفادة من الخدمات و السلع الأجنبية ذات تكنولوجيا المتطورة و بالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه، و إعطائه قدرة تنافسية أكبر<sup>1</sup>.

توفر التجارة الإلكترونية اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للشركات الموجودة في السوق للاستفادة من هذه الميزات و للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة، الإلكتروني مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم<sup>2</sup>.

- تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكتروني المختلفة.

- تشكل التجارة الإلكترونية عملاً محرضاً للشركات الوطنية كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها، ذلك أن الشركة مع زيادة الأسواق المتاحة أمامها، يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه، ومضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق الوطنية، وبالتالي يتشكل هذا العامل المحرض على تطوير القدرات التنافسية للاقتصاد الوطني<sup>3</sup>.

- تمكن الأفراد العمل في المنزل، والقيام بتنقلات أقل، مما يؤدي إلى تقليل الازدحام في الطرق، و تلوث هواء أقل.

<sup>1</sup> - جمال الدباغ، التجارة الالكترونية من منظور الإدارة الإستراتيجية: فرص وتهديدات لصناعة التأمين، المؤتمر العلمي الرابع الريادة و الإبداع: إستراتيجية الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، 15-16/03/2005، جامعة فيلادلفيا، الأردن ص 11.

<sup>2</sup> - التجارة الالكترونية، موجودة بموقع <http://www.c4arab.com/showac.php?acid=291> الاطلاع 2024/05/11

<sup>3</sup> - جمال الدباغ، المرجع السابق، ص 12.

## المبحث الثاني: مفهوم المستهلك الإلكتروني.

أتاح الاقتصاد الرقمي بوضوح فرصا جديدة مثيرة ولكنه طرح أيضا تحديات أمام المستهلكين ستتطلب مزيدا من الاهتمام من منظور تنظيمي. حيث أن المستهلكون يواجهون قضايا جديدة ناجمة عن توافر تكنولوجيات المعلومات والاتصالات على نطاق أوسع للأجهزة و الخدمات التطبيقات المتاحة على الخط. كما كان من الطبيعي أن يصحب هذا التطور العلمي ارتكاب بعض أنماط الجرائم التقليدية أو المستحدثة اعتمادا على هذا التطور و لذلك فإننا نصبح بحاجة ماسة إلى وضع نظام تشريعي يؤمن حمايتنا من أي تهديد، على أن المخاطر التي يتعرض لها المستهلك في المعاملات الالكترونية قد يكون مصدرها المهني وهو الطرف الأقوى في العلاقات التعاقدية الذي كثيرا ما يتسم سلوكه بالغش، و التحايل قبل المستهلك .

كما في حالة اختراق الشبكات الالكترونية المنجزة، حيث يتم سرقة المعلومات الالكترونية فضلا، على أن الدعاية و الإعلان في نطاق العقد الالكتروني بصفة خاصة قد يلعب دورا عظيما في إيقاع المستهلك في غلط يدفعه إلى التعاقد دفعا. خاصة إذا ما أخذنا في الاعتبار قوة شبكة الانترنت من حيث الانتشار، التأثير، الدعاية و القدرة على النفاذ بسرعة و سهولة للمستهلك حتى أصبح يشعر أنه محاصر في مسكنه وعمله.

وبهذا استوجبت الدراسة تقسيم المبحث إلى مطلبين، تناولنا في (المطلب الأول) تعريف المستهلك الإلكتروني، وفي (المطلب الثاني) حماية المستهلك الإلكتروني.

### المطلب الأول : تعريف المستهلك الإلكتروني.

عندما نتحدث عن المستهلك الإلكتروني، نشير إلى الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت و التكنولوجيا الرقمية للبحث عن المعلومات و التسوق عبر الانترنت، حيث أن المستهلك الإلكتروني هو شخص يفضل القيام بعمليات الشراء و التسوق و التفاعل عبر الانترنت بدلا من الأساليب التقليدية، و هذا ما سنتحدث عليه في هذا المطلب حيث قسمنا هذا المطلب

إلى فرعين، الفرع الأول نتحدث فيه عن التعريف الفقهي للمستهلك الالكتروني و الفرع الثاني التعريف التشريعي للمستهلك الالكتروني.

## الفرع الأول: التعريف الفقهي للمستهلك الالكتروني.

سنتطرق في هذا الفرع إلى تعريف المستهلك عند الفقهاء الاقتصاديين، ثم سنتناول تعريف المستهلك عند الفقهاء القانونيين.

### 1-تعريف الفقهاء الاقتصاديين للمستهلك

قد عرف بعض الاقتصاديين المستهلك بأنه كل فرد يشتري سلعا أو خدمات لاستعماله الشخصي، أو هو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة، فالمستهلك في المفهوم الاقتصادي يشمل استهلاك الأفراد أو العائلات و الاستهلاك السوقي و الاستهلاك الذاتي وكذا الاستهلاك السلعي أو الخدمي.<sup>1</sup>

أما المستهلك الالكتروني حيث عرفه بأنه ذلك الشخص الذي يبرم عقود مختلفة من شراء و إيجار و غيرها من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع و مواد وخدمات و أغذية و أدوية لإشباع حاجاته الضرورية و المستقبلية دون أن تكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها و دون أن تتوافر له القدرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء و إصلاحها.<sup>2</sup>

ولكن الفقهاء قد اختلفوا في تعريفهم للمستهلك الالكتروني و انقسموا إلى اتجاهين اتجاه أول يضيق في تعريف المستهلك و آخر يوسع من مفهومه.

<sup>1</sup> - خالد، ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الالكتروني، ط2، دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2010 ص25.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه ص50.

## التعريف الضيق للمستهلك الالكتروني:

يرى أنصار الاتجاه الضيق أن المستهلك "هو كل شخص يتعاقد بهدف تلبية و إشباع حاجاته و رغباته الشخصية و العائلية"<sup>1</sup>.

وقد وصل التشدد في تضيق مفهوم المستهلك حسب أنصار هذا الاتجاه إلى استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي وعن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى ولو كان خارج مجال اختصاصه على أساس أن هذا الأخير يكون أقل جهلا من المستهلك الذي يتصرف لإغراضه الشخصية إذا ما واجه أحدهما مهنيا محترفا أثناء تعاقدهما معه، مما يجعل المستهلك أكثر حاجة للدفاع عنه.<sup>2</sup>

حيث أنه يمكن القول أن المستهلك هو ذلك الشخص الذي يبرم التصرفات القانونية لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية غير المرتبطة بنشاطه المهني، الأمر الذي يفهم منه أنه لا يعتبر مستهلكا الشخص الذي يتعاقد من أجل إشباع حاجاته تجارية أو مهنية فالمعيار في تحديد مفهوم المستهلك الجدير بالحماية وفقا للاتجاه الضيق هو أن يكون الهدف من الحصول على السلع والخدمات هدفا غير مهنيا.

وبمقتضى الاتجاه الضيق فإنه يمكن اعتبار المهني أو المحترف مستهلكا إذا تعاقد من أجل إشباع حاجاته الشخصية والعائلية حيث أنه يعتبر في عده الحالة طرفا ضعيفا في مواجهة المتعاقد الآخر وبالتالي يتعين بالحماية شأنه شأن كل مستهلك عادي، في حين أنه إذا تعاقد المهني أو المحترف من أجل إشباع حاجاته تجارية أو مهنته مباشرة أو غير

<sup>1</sup> - عبد الله، ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، سنة 2007، ص29.

<sup>2</sup> - عزوز، سعدي، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الالكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري مجلة افاق للبحوث والدراسات كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة لونيبي علي البليدة، المجلد 2، العدد الثاني، جوان 2018، ص258.

مباشرة فإنه لا يعتبر مستهلكا كالتاجر الذي يتعاقد من أجل تزويد محله بجهاز كاميرا أو أجهزة كومبيوتر.<sup>1</sup>

### التعريف الواسع للمستهلك:

يعرف هذا الاتجاه المستهلك على أنه يشمل كل شخص يقوم بتصرف قانوني، من أجل استخدام السلع أو الخدمات، لاستخدامه الشخصي أو المزود شخصا طبيعيا أو الشركة أو منتجا، وبذلك يشمل المعاملات التجارية بين المنتجين أنفسهم، أي المعاملات التي تتعلق بنشاطهم المزود بشرط أن تكون هذه المعاملات خارجة عن إطار اختصاصهم المزود.<sup>2</sup>

ويعرف أيضا بأنه كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بهدف استعمال مال أو خدمة ويقصد هؤلاء بأن الشخص الذي يشتري غرضا لاستعمال الشخصي أو لاستعماله المهني، ويرون أن التاجر يعد مستهلكا عندما يشتري منتجات لاستهلاكه الشخصي هو وأفراد عائلته، مثال ذلك: الأدوات الكهربائية والأثاث، ويكون مهنيا عندما يشتري ذات الأدوات لاستخدامها في مجال مهنته.

ومن هنا نجد أن فكرة المستهلك تمتد لتشمل الشخص الطبيعي الذي يتعاقد للحصول على السلع أو الخدمات الشخصية أو العائلية و تشمل الأشخاص المعنويين كالجمعيات و الشركات وتضم أيضا المهني سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا و يتعاقد من أجل الحصول على سلعة أو خدمة لا خبرة له فيها مع مهني مختص و يهدف أيضا إلى مد نطاق الحماية القانونية إلى المهني الذي يبرم تصرفات تخدم مهنته فيكون بمثابة المستهلك قليل الخبرة و ليس المهني المحترف فالمحترف الذي يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني يعتبر مستهلكا استنادا إلى أن هذا المهني قد يجد نفسه في مواجهة متعاقد محترف

<sup>1</sup> - مليكة، جامع، " حماية المستهلك المعلوماتي "، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية (القانون الخاص)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجليلي الياض سيدي بلعباس، 2017-2018، ص ص 10\_11.

<sup>2</sup> - عبدالله، ذيب عبد الله محمود، "حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني"، رسالة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، ص ص 14\_15.



وبالتالي لا فرق في وضعه عن وضع المستهلك العادي. المستهلك هو الذي يبرم العقود المشار إليها في سبيل الحصول على السلع و الخدمات لكي ينتفع بها من دون أن تكون لديه نية مسبقة للمضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة بيعها أو تصنيعها فالفرد الذي يحصل على الملابس ليلبسها هو أو أفراد عائلته كذلك الأغذية يحصل عليها حتى يأكلها وهكذا من السلع أو الخدمات، وكل فرد يمكن أن يكون مستهلكا على هذا الأساس حتى لو كان منتجا لسلعة ما فإنه يعد مستهلك لغيرها من السلع و مما سبق يبدو لنا أن الفقه قد انقسم في تحديد مفهوم المستهلك بين المفهوم الموسع و بين المفهوم الضيق فمنهم من توسع في ذلك لم يقصر مفهوم المستهلك على تلبية حاجاته الاستهلاكية الشخصية غير المهنية على النحو الذي تقدم، وأميل إلى ترجيح الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك و ذلك لأنه يحقق حماية أشمل للمستهلك.<sup>1</sup>

وبعد أن انتهينا من بيان مفهوم المستهلك في الفقه سنتطرق الى مفهومه التشريعي في الفرع الثاني.

### الفرع الثاني: تعريف التشريعي للمستهلك الالكتروني.

المشرع الفرنسي لم يقد بتعريف المستهلك في قانون الاستهلاك الفرنسي عكس بعض التشريعات بل ترك ذلك للفقه.

أما المشرع الجزائري فإنه لم يخصص قانون خاص بالمستهلك الالكتروني كغيره من المشرعين و لكن تدارك الموقف و إصدار قانون خاص بالتجارة الالكترونية.

<sup>1</sup> - موزه، عبد الله الكبيسي، "الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، رسالة الماجستير في القانون الخاص جامعة قطر يناير 2021م، ص25، ص24، ص21، ص20.

حيث قام بتعريف المستهلك الالكتروني بصفة صريحة دون حاجة العناء لإسقاط بعض قواعد قانون حماية المستهلك و قمع الغش 09-03 فبراير 2009 على المستهلك الالكتروني.<sup>1</sup>

فقد عرفه المشرع الجزائري حسب المادة 06 من قانون التجارة الالكترونية على أنه كل شخص طبيعي.

أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض لاستخدام هائل. ومن خلال هذا التعريف نجد بأن المشرع الجزائري قد أخذ بالمفهوم الضيق الذي حصره في الغرض الشخصي دون المهني سواء الأشخاص الطبيعية أو المعنوية.<sup>2</sup>

لقد تدارك المشرع الأمر وذلك بموجب المرسوم رقم 09-03 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش حيث عرفت المادة الثانية الفقرة 9 منه المستهلك على أنه: كل شخص يقتني بثمان منتجاً أو خدمة مع دين الاستعمال الواسطي و النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.

كما جاء القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>3</sup>

المحدد لمفهوم المستهلك في المادة الثالثة منه، حيث تنص الفقرة الثالثة منه :

المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني.

<sup>1</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ووزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 15 مؤرخة في 8 مارس 2009 ص 12.

<sup>2</sup> - القانون رقم 18\_05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المصدر السابق.

<sup>3</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الجريدة الرسمية عدد 05 صادرة في 31 جانفي 1990 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315.

هذه المادة توضح أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية أو المعنوية شريطة أن تكون مجردة من الطابع المهني لها، فاعتراف المشرع لها بهذه الصفة يجعلها محل حماية قانون المستهلك و عليه نلاحظ من خلال هذه التعريفات بأن المشرع الجزائري من خلال هذه النصوص القانونية المنظمة للمستهلك العادي لكن مع التطور بات من الضروري تحديد مفهوم المستهلك الالكتروني وسبب غياب قانون للتجارة الالكترونية يمكن في أن التقدم و التطور الهائل في مجال الاتصالات الالكترونية من خلال شبكة الانترنت أدى إلى التزايد الضغوط على المستهلك لمحاولة إغرائه على هذه الشبكة و بالتالي أصبح المستهلكون من خلال هذه التقنية الحديثة بحاجة إلى حماية فعالة لتجنب مخاطر الغش و التدليس التي قد يقع فيها المستهلك الالكتروني جراء التعاقد بواسطة هذه الشبكة.

وعليه فإن المستهلك في نطاق المعاملات الالكترونية، لا يختلف عن المستهلك الذي يتعاقد بالطرق التقليدية، حيث يقوم المستهلك في مجال المعاملات الالكترونية بالتعاقد عبر وسائل الاتصال الحديثة التي أفرزتها ثورة التكنولوجيا لاسيما شبكة الانترنت<sup>1</sup>.

وبالتالي يمكن تعريفه بأنه: «كل من يحصل بواسطة التعاقد بالوسائل الالكترونية على السلع أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعا لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين»<sup>2</sup>.  
أو بعبارة أخرى يمكن تعريفه بأنه كل من يتعاقد بواسطة وسائل الاتصال الحديثة للحصول على السلع و الخدمات لاستعمالها خارج نطاق مهنته.

وتلتزم الإشارة إلى أثر اختلاف الوسيلة التي يتم من خلالها التعاقد عن بعد، فمن الممكن يكون الطرفان في دولتين مختلفتين و لكل منهما نظامه القانوني الخاص به، وهذا

<sup>1</sup> - مناصرة، حنان، تأصيل مدلول المستهلك الالكتروني "تشريعاً، قضاءً، فقهاً-دراسة مقارنة، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة العدد 22 جامعة البليدة 2 ص 20.

<sup>2</sup> - سي الطيب، محمد أمين، الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك رسالة ماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، كلية الحقوق تخصص قانون خاص، السنة 2007-2008 ص 23.

من شأنه أن يثير مشكلة تحديد القانون الواجب التطبيق على الواقعة، فالمستهلك العادي يتمتع بالحماية التي توفرها التشريعات الوطنية الخاصة بحماية المستهلك.

## المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني

أصبح المستهلك في ظل التجارة الإلكترونية عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه خاصة أنه الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت، هذه الأسباب هي التي دعت مختلف التشريعات إلى وضع نصوص قانونية تهدف إلى حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف حماية المستهلك الإلكتروني (الفرع الأول)، ثم إلى مبررات حماية المستهلك الإلكتروني (الفرع الثاني).

## الفرع الأول: تعريف 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 ثلاث محاور رئيسية وهي<sup>1</sup>:

### أولاً: المحور الرقابي:

الذي يضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية العالمية، وتقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني المتمثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك، و التي تهدف بالدرجة

<sup>1</sup> - فاطمة الزهرة، ستو، روضة، جديدي، (حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريعات الدولية)، المجلة الجزائرية

للاقتصاد السياسي، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2022، ص 54.

الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك للتدليس والغش التجاري والتضليل بكافة صورته وأشكاله.<sup>1</sup>

### ثانيا: المحور التشريعي:

و يتم من خلال هذا المحور التحيين الدوري والمراجعة المستمرة للتشريعات التي تهدف إلى حماية حقوق المستهلك، وهذا تماشيا مع تطور المجتمع وما يرتبط به من سلوكيات على المستوى التجاري خاصة.<sup>2</sup>

### ثالثا: المحور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك:

و الذي 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 بأراء الخبراء والمختصين، كما توفر هذه المواقع أيضا خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الإلكتروني.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - روفية، ضيف، سمية لرقط (المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته)، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميلة، المنعقد يومي 23 و24 أفريل 2018، ص 3.

<sup>2</sup> - عبد القادر، روشو، (الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري)، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 06، العدد 02، 2022، ص 464.

<sup>3</sup> - فاطمة الزهرة، ستو، روضة، جديدي، المرجع السابق، ص ص 54\_55.

## الفرع الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

تتمثل أهم مبررات حماية المستهلك الإلكتروني فيما يلي:

### أولاً: التطور الحديث في شبكة الانترنت:

شبكة الانترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، وتتألف من الآلاف من أجهزة الحاسوب المتصلة معا بشبكة الانترنت، فشبكة الانترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس فهذه الشبكة تمثل صالة عرض لكافة المنتجات والخدمات، فالبريد الإلكتروني ومواقع الانترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواع متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك، والتعاقد معه من خلالها.

إن الطبيعة الانفتاحية العالمية لشبكة الانترنت والتطور الحاصل في الشبكة، إضافة إلى غياب السلطة التشريعية وغياب المعلومات عن طبيعة المعلومات والأموال والخدمات المعروضة، وعدم الاتصال المباشر بين المشتري والبائع فضلا عن عدم التحقق من هوية مؤدي الخدمة، تترتب عليه زيادة الحاجة إلى مزيد من الحماية القانونية للمستهلك<sup>1</sup>.

### ثانياً: حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية

إن التطور الحاصل في شبكة الانترنت 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 الانترنت تزيد من

<sup>1</sup> - رافع أحمد، بالعبودي، " حماية المستهلك الإلكتروني في المعاملات التجارية الدولية الخاصة "، أطروحة دكتوراه تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2022، ص 35.

إقبال المستهلكين فهي محور طلب الكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح.<sup>1</sup>

### ثالثاً: افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني:

إن قدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت 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 الانترنت، والتي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات والمنتجات، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك عن التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الانترنت.

فافتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الانترنت، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة، ويتمثل ذلك من خلال ما يواجه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الصغيرة، بالإضافة لما سبق فإن عدم معرفته بشبكة الانترنت قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع قرصنة الانترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - فاطمة الزهرة، ستو، روضة، جديدي، المرجع السابق، ص 55.

<sup>2</sup> - عبد الله، نيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 32.

## خلاصة الفصل:

إن التجارة الإلكترونية تقوم على نفس الأسس التي تقوم عليها التجارة التقليدية، غير أنها تعتمد على وسائل الاتصالات الحديثة، تتميز بعدد من الخصائص التي تختلف فيها عن التجارة التقليدية، وتتخذ التجارة الإلكترونية أنماطاً عديدة، كما أنها استحدثت مفاهيم ونظم جديدة مما جعلها تكتسي أهمية على الصعيد الاقتصادي والتكنولوجي.

إن المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك التقليدي، ويكمن الفرق بينهما في وسيلة التعاقد، حيث أن المستهلك الإلكتروني يتعاقد عن بعد عبر وسائل إلكترونية، كما أن المستهلك الإلكتروني يحتاج لحماية خاصة نظراً لخصوصية التعاقد في مجال التجارة الإلكترونية حيث أن التعاقد يتم دون الاتصال المباشر والمادي للأطراف مما يجعل المستهلك الإلكتروني أكثر عرضة للخطر.



# الفصل الثاني

الحماية القانونية للمستهلك  
الإلكتروني في التجارة  
الإلكترونية

## الفصل الثاني:

### الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التجارة

#### الإلكترونية

اهتمت التشريعات الحديثة بحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، فالمستهلك يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، وبما أن القواعد العامة في التشريعات المدنية لم توفر حماية كافية للمستهلك، فقد أقرت التشريعات الحديثة الكثير من الوسائل لحماية المستهلك سواء في مرحلة ما قبل التعاقد، أو في مرحلة إبرام التعاقد أو مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني حيث أن حاجة المستهلك للحماية في السوق الإلكترونية لها وسائل لحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، فالثقة و الأمان في السوق الإلكترونية من أبرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية احتياجات الشخصية، حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى دراسة حماية المستهلك في المرحلة السابقة عن التعاقد الإلكتروني و في مرحلة تنفيذ العقد، حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين تناولنا في المبحث الأول الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة عن التعاقد، أما في المبحث الثاني تطرقنا إلى الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في مرحلة تنفيذ العقد.

### المبحث الأول: الحماية القانونية للمستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد

تعد المرحلة السابقة على التعاقد من أهم مراحل العقد، لما تتضمنه من تحديد لمعظم حقوق أطراف العقد والتزاماتهم، ولما ينشأ عنها من مشكلات قانونية مختلفة، فإذا كان العقد المبرم من عقود الاستهلاك بين تاجر محترف ومستهلك، فإن العلاقة بينهما تتسم بعدم التوازن، لذلك فإن محاولة تحقيق التوازن بحماية الطرف الضعيف وهو المستهلك تبدأ في هذه المرحلة من خلال تنويره بالمعلومات اللازمة، حتى يقدم على إبرام العقد بإرادة حرة وواعية، خاصة وأنه لا يعاين محل العقد معاينة حقيقية ولموسة، بل تتم المعاينة بمشاهدته من خلال الإعلانات والدعايات التي تكون على موقع شبكة الانترنت، من أجل ذلك ظهرت الحاجة الملحة لحماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية (المطلب الأول)، كما أن هناك التزام على عاتق مقدم السلعة أو الخدمة بتزويده ببعض المعلومات في هذه المرحلة والتي يكون لها دور فعال في تنوير إرادته، وذلك من خلال حق المستهلك في الإعلام (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية الإلكترونية

تكون الأعمال التجارية الإلكترونية مسبوقة بشكل من الدعاية والإعلان، قصد التعريف بالمنتجات والخدمات والترويج لها، إلا أن مقدم السلعة أو الخدمة لكونه في مركز أقوى من المستهلك قد يلجأ إلى بعض الطرق الاحتيالية كالغش والخداع، للتأثير على المستهلك وإيهامه بوجود مزايا في السلعة أو الخدمة تلبي حاجاته، فيقدم على إبرام العقد منجذبا وراء هذه الإعلانات التجارية.

وللبحث في هذا الموضوع لا بد من تحديد تعريف لهذه الإعلانات التجارية (الفرع

الأول)، وتبيين قواعد حماية المستهلك في مواجهة هذه الإعلانات (الفرع الثاني).

## الفرع الأول: تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني

يعرف الإعلان بأنه: " كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسيا على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية".<sup>1</sup>

وعرفه جانب من الفقه بأنه عبارة عن: " مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تهدف إلى توجيه انتباه أفراد المجتمع إلى سلعة، أو خدمة محددة لحثهم على شرائها، أو طلبها، أو هي عبارة عن أنواع الأنشطة المختلفة التي يتم من خلالها نشر، أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة، أو الخدمة المعلن عنها".<sup>2</sup>

أما المشرع الجزائري، فقد استعمل تسمية الإشهار بدلا من الإعلان، وعرفه في المادة 8/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، بأنه: " جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية".<sup>3</sup>

عرفه كذلك في نص المادة 3/3 من القانون رقم 04\_02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".<sup>4</sup>

كما عرفه في المادة 6/6 من القانون رقم 18\_05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، كما يلي: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية".<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - مليكة، جامع، المرجع السابق، ص 23.

<sup>2</sup> - عبد الله ذيب، عبد الله محمود، المرجع السابق، ص ص 35\_36.

<sup>3</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 90\_39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المصدر السابق.

<sup>4</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 04\_02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، لسنة 2004.

<sup>5</sup> - القانون رقم 18\_05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المصدر السابق.

و عليه يتبين أن الإعلان الإلكتروني كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور مهما كانت الوسيلة المستعملة لإقناعهم بمزايا السلعة أو الخدمة، وما يمكن أن تحققه من فوائد بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة سواء من خلال الإنترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى كالهاتف النقال.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية

تقوم قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية على قاعدتين أساسيتين، الأولى تتعلق باشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني، أما القاعدة الثانية فتتعلق بمنع الإعلان الإلكتروني المضلل.

#### أولاً: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني

يقصد بوضوح الإعلان الإلكتروني أن يتضمن الإعلان كل البيانات والمعلومات الكافية عن السلعة، وهذا كله من أجل تكوين إرادة واعية مستنيرة وتفكير واعٍ ومتبصر لدى المستهلك، قبل أن يقدم على إبرام العقد وشراء السلعة.<sup>2</sup> وقد نصت المادة 11 من القانون 05\_18 على شرط الوضوح في الإعلان الإلكتروني، حيث جاء فيها: " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة..."، الأمر الذي يستخلص منه إلزام المورد الإلكتروني بضرورة تقديم الإعلان بطريقة واضحة غير مبهمة، وذلك من خلال استعماله لمصطلحات: " مرئية ومقروءة ومفهومة". وهذا طبعاً يكون

<sup>1</sup> - الطيب، بن شهرة، فاطمة، بوشريعة، (الإعلانات التجارية في مجال المعاملات العقدية الإلكترونية)، مجلة القانون، كلية الحقوق، جامعة غليزان (الجزائر)، المجلد 12، العدد 01، جوان 2023، ص 74.

<sup>2</sup> - ريم عمر، شريتح، الإعلان الإلكتروني مفاهيم واستراتيجيات معاصرة، دار التربية الحديثة، دون طبعة، دون بلد النشر، 2017، ص 157.

بالنسبة للمستهلك الإلكتروني. ثم أورد المشرع في باقي نص المادة مجموعة من البيانات الواجب ذكرها في الإشهار، وهذه البيانات تزيد في وضوح الإعلان للمستهلك.<sup>1</sup>

### ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني الكاذب والمضلل

يعد الإعلان التجاري عامل تسويق وأداة إعلام للجمهور بالمنتجات والخدمات ومظهر من مظاهر المنافسة المشروعة، وحتى يؤدي الإشهار وظيفته لا بد أن تقتصر الرسالة الإشهارية على سرد خصائص السلع والخدمات بكل موضوعية بعيداً عن كل ما هو ذاتي وخيالي، وتجنب المبالغة ليتمكن المستهلك من اختيار ما يناسبه من منتجات عن وعي، إلا أنه يمكن أن يحتوي على تضليل أو نوع من أنواع الخداع، فيصبح بذلك إعلاناً مضللاً وغير مشروع.<sup>2</sup>

يعرف الإعلان المضلل بأنه الإعلان المتضمن عناصر تهدف إلى تضليل المستهلك وخداعه من خلال تقديم معلومات غير صحيحة عن المنتج وإغفال خصائص وأوصاف جوهرية للمنتج المعلن عنه.<sup>3</sup>

وقد عرف بعض شراح القانون الإعلان التجاري المضلل بأنه: " الإعلان الذي يكون من شأنه خداع المستهلك، أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك".<sup>4</sup>

كما أن أساليب التضليل في الإعلان التجاري لا حصر لها، ولكن الفقهاء قسموا هذه الأساليب إلى مجموعتين الأولى: تتعلق بالعناصر الذاتية للسلعة أو الخدمة والثانية تتعلق بالعناصر الخارجة عن السلعة أو الخدمة وذلك على النحو التالي:

<sup>1</sup> - سمير، شيباني، ريمة، عباس، (الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في التجارة الإلكترونية الجزائرية 18\_05)، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، جانفي 2023، ص 541.

<sup>2</sup> - إنتصار، بوزكري، " الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني "، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز 02، سطيف، 2012\_2013، ص 13.

<sup>3</sup> - ريم عمر، شريتح، المرجع السابق، ص 157.

<sup>4</sup> - عبد الله ذيب، عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 42.

**1. العناصر الذاتية للسلعة أو الخدمة:** قد يقع التضليل على السلعة أو الخدمة منظورا إليها في ذاتها والتي تكون محل اعتبار في إقبال المستهلك من أجل التعاقد عليها بدءا من وجود الخدمة أو السلعة مرورا بخصائصها وانتهاء بمكوناتها.

وبهذا قد يكون محل الإعلان الكذب والتضليل على عناصر عديدة منها: وجود السلعة أو الخدمة، طبيعة السلعة أو الخدمة، منشأ السلعة أو الخدمة، مكونات السلعة أو الخدمة، تاريخ الصنع وغيرها.<sup>1</sup>

**2. العناصر الخارجة عن السلعة أو الخدمة:** قد تكون هناك عناصر خارجة عن السلعة أو الخدمة في الإعلان المضلل يمكن أن تؤثر على قرار المستهلك في التعاقد من أجل الحصول على السلعة أو الخدمة ولعل أهمها: الإعلان المضلل بطريقة الترك أو الإغفال العمدي لبعض الجوانب الجوهرية في أوصاف السلعة والخدمة، بحيث تتضخم معها مزايا التعاقد، وبهذا يعتبر تضليل سلبي يقصد به المعلن حث المستهلك على التعاقد، واستخدام الألفاظ المضللة للأسعار، وكذا إدعاء التفرد في نوع السلع والخدمات المعروضة.<sup>2</sup>

وقد منع المشرع الجزائري الإعلان الكاذب في المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 90\_367، والتي تنص على: "يمنع ... استعمال أي إشارة، أو أي علامة، أو أي تسمية خيالية، أو أي طريقة للتقديم أو الوسم، أو أي أسلوب للإشهار أو العرض، أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك ...".<sup>3</sup>

كما جاء في المادة 28 من القانون رقم 04\_02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية: "... يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا

<sup>1</sup> - خدوجة، الذهبي، المرجع السابق، ص 52.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص ص 52\_53

<sup>3</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 90\_367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية، العدد 50، لسنة 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05\_484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، الجريدة الرسمية، العدد 83، لسنة 2005.

كان: 1. يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته".<sup>1</sup>

أما في قانون التجارة الإلكترونية رقم 05\_18 فقد نصت المادة 30 منه في الفقرة الأخيرة على: " التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة".<sup>2</sup>

وتعد خطوة حسنة من المشرع الجزائري في القانون 05\_18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إدراجه نصوصا تتعلق بالإشهار الإلكتروني، من خلال تطرقه للشروط الواجب توافرها في الإشهار الإلكتروني، ونصه على جزاء الإخلال بهذه الشروط.

وقد أقر قانون التجارة الإلكترونية الجزائري عقوبات خاصة في حالة مخالفة الإشهار الإلكتروني النزيه، فجرم سلوك المورد الإلكتروني الذي يستعمل التضليل في عرض السلع والخدمات، حيث أقر عقوبة للمورد الإلكتروني الذي يخالف أحكام المادتين 11 و12 من قانون التجارة الإلكترونية، المتعلقة بالبيانات الإلزامية واجبة الذكر في العرض التجاري، إذ نصت المادة 39 منه أنه: " يعاقب بغرامة مالية من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل مورد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من هذا القانون، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ستة أشهر".

والملاحظ أن المشرع الجزائري شدد عقوبة مخالفة البيانات الإلزامية المشترطة في العرض التجاري الإلكتروني، فإلى جانب العقوبة الأصلية المتمثلة في الغرامة المالية، أدرج إمكانية التعليق القضائي لنفاذ المورد الإلكتروني المخالف إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني مدة من الزمن، وهذا عكس عقوبة من يخالف مقتضيات المتعلقة بالإشهار

<sup>1</sup> - القانون رقم 02\_04، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

<sup>2</sup> - القانون رقم 05\_18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المصدر السابق.



الإلكتروني التي أقر المشرع بشأنها عقوبة الغرامة المالية للمخالفين، إذ تنص المادة 40 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري: " دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يخالف المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون "، أي من يخالف المواد المتعلقة بالإشهار وشروطه.<sup>1</sup>

و نستخلص مما سبق أن استعمال الطرق الاحتمالية التي تؤدي بالمستهلك إلى التعاقد الإلكتروني، تتيح له في حال إصابته بضرر جراء الإعلان الإلكتروني المضلل أن يستفيد من الحماية المدنية المقررة في القواعد العامة حيث تتمثل هذه الحماية بدعوى التدليس التي يرفعها المستهلك بوصفه متعاقدًا مطالبًا بإبطال العقد وفقًا لقواعد المسؤولية العقدية أو التقصيرية، كما يجوز للمستهلك أن يرفع دعوى تنفيذ الالتزام التعاقدية مطالبًا المعلن بتسليمه مبيعًا من ذات خصائص الشيء المعلن عنه، ولا بد من الإشارة أن إقرار أغلب التشريعات الحديثة لوسائل وقائية تهدف إلى منع التضليل والخداع الإلكتروني، كحصول المستهلك على معلومات صحيحة عن المنتجات التي يشتريها، وتجريم الإعلان المضلل، ساعد في توفير حماية وقائية للمستهلك.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام الإلكتروني .

يهدف الالتزام بالإعلام إلى إحاطة المستهلك بجميع المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة من قبل المنتج، وهذه المعلومات تشمل كل ما يتوفر لديه من بيانات سواء ما يتعلق بالحفظ أو الصيانة للمنتج أو الطريقة السليمة لاستعماله، وتبرز أهمية الالتزام بالإعلام بشكل أكبر في التعاقد الإلكتروني الذي يتم عن بعد، حيث يعد الالتزام بالإعلام من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المهني، بهدف تنوير إرادة المستهلك و التعبير عن إرادته و يعتبر هذا الالتزام أهم وسيلة لحماية المستهلك الإلكتروني باعتبار أن التعاقد يتم من خلال تقنيات الاتصال عن بعد ولذلك سنتحدث في هذا المطلب إلى معرفة الالتزام بالإعلام

<sup>1</sup> - سمير، شيباني، ريمة، عباس، المرجع السابق، ص 544.

<sup>2</sup> - عبد الله ذيب، عبد الله محمود، المرجع السابق، ص 47.

الإلكتروني وسنتطرق في الفرع الأول إلى تعريف الالتزام بالإعلام الإلكتروني و في الفرع الثاني نتحدث إلى أهمية الالتزام بالإعلام الإلكتروني.

### الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام.

ويقصد بلفظ الإعلام لغة: مصدر الفصل الرباعي أعلم، يقال: أعلم يعلم إعلاما... وأعلمته بالأمر أبلغته إياه وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب: استعلم لي خبر فلان وأعلمته حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه<sup>1</sup>.

أما اصطلاحا فقد عرفه بعض الفقه المصري بأنه: التزام سابق على التعاقد، يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد الرضا حر سليم كامل متنور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد أو طبيعة طرفيه أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالإدلاء بالبيانات.<sup>2</sup>

عرف بعض الفقهاء الالتزام بالإعلام بأنه: التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى المستهلك<sup>3</sup> ويتضح هذا التعريف أنه قدر الالتزام بالإعلام على المرحلة السابقة على التعاقد، باعتبارها أهم مرحلة تساعد المستهلك على اتخاذ قراره بالإقدام على إبرام العقد أو عدم إبرامه و ما يعاب على هذا التعريف أنه أغفل الالتزام بالإعلام في مرحلة

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، تنسيق وتعليق، علي شبرين دار احياء التراث العربي، الطبعة الأولى، بيروت، 1988، الجزء 9 ص 371.

<sup>2</sup> نزيه، محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص 15.

<sup>3</sup> بن سالم، المختار، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، رسالة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018، ص 25.

تنفيذ العقد، ذلك أن الالتزام بالإعلام يغطي المرحلتين معا وليس فقط المرحلة السابقة على التعاقد.

كما يعرف بأنه : التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك بشخصه و بياناته التجارية وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد و التي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستتيرة.<sup>1</sup>

ويعرف كذلك هذا الالتزام بأنه:التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات و المعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره و لفت انتباهه و نظره إذا استدعى الأمر ذلك.<sup>2</sup> و بأنه جعل المستهلك في أمان ضد مخاطر المنتج الذي يشتريه سواء كان سلعة أو خدمة و هو ما يفرض على المهني التزاما بإحاطة المستهلك علما بظروف العقد و ملاساته.<sup>3</sup>

كما يعرف بأنه: التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك بشخصه و بياناته التجارية وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد و التي بناء عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناء على إرادة حرة مستتيرة.<sup>4</sup> ويعرف كذلك هذا الالتزام بأنه: التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات و المعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره و لفت انتباهه و نظره إذا استدعى الأمر ذلك<sup>5</sup> و بأنه جعل المستهلك في أمان ضد مخاطر

<sup>1</sup> - عائشة، قصار الليل، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد،"مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية،جامعة باتنة 1،العدد العاشر،2017، ص ص 225\_226.

<sup>2</sup> - محمد، المرسلي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، د.ب.ن، 2007، ص 173.

<sup>3</sup> - نبيل، محمد، احمد صبيح حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية "مجلة الحقوق"، جامعة الكويت العدد الثاني السنة الثانية و ثلاثون يونيو 2008، ص 206.

<sup>4</sup> - عائشة، قصار الليل، المرجع السابق، ص ص 225\_226.

<sup>5</sup> - محمد، المرسلي زهرة، المرجع السابق، ص 173.

المنتج الذي يشتريه سواء كان سلعة أو خدمة و هو ما يفرض على المهني التزاما بإحاطة المستهلك علما بظروف العقد و ملابساته.<sup>1</sup>

و الالتزام بالإعلام سواء بشكله التقليدي أو الإلكتروني قد يتم في المرحلة السابقة على التعاقد، أي في مرحلة المفاوضات، حيث يلتزم المهني بتقديم المعلومات و الإرشادات التي تسمح للمستهلك بتكوين فكرة واضحة عن العقد و محله.<sup>2</sup>

وعلى الصعيد القانوني نجد أن المشرع الجزائري لم يتعرض لتعريف محدد و مستقل للالتزام بالإعلام الإلكتروني، غير أنه يمكن استنتاج ذلك من خلال استقراء نص المادة 15/03 من المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك حيث عرفت الإعلام حول المنتجات بأنه: كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي.<sup>3</sup>

ويتضح من نص المادة أن المشرع لم يحدد أية وسيلة، سواء كانت تقليدية أو معاصرة تعتمد على تقنيات الاتصال الحديثة، هذه الأخيرة تعتبر عماد التعاقد الإلكتروني.

### الفرع الثاني: أهمية الالتزام بالإعلام الإلكتروني و مضمونه.

يعد الالتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني من أبرز الالتزامات التي أكدت عليها التشريعات الداخلية و الاتفاقات الدولية في مجال التجارة الإلكترونية، وقد تعاضمت أهمية هذا الالتزام في ظل تزايد حجم التسويق الإلكتروني، حيث أضحت الكثير من التعاملات التي يقوم بها المستهلكين تتم عبر الفضاء الرقمي دون حضورهم الشخصي، و باعتبار أن

<sup>1</sup> - نبيل محمد، أحمد صبيح، المرجع السابق، ص 206.

<sup>2</sup> - محمد السعيد، رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة و مدى حجيتها في الإثبات، منشأة المعارف بالإسكندرية، 2008، ص 16.

<sup>3</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 05 محرم 1435، الموافق ل 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، عدد 58 صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

المستهلك الإلكتروني هو الطرف الضعيف في العقد الإلكتروني فقد أضحى من الأهمية بمكان بحث مدى كفاية الأحكام السارية في تنظيم الالتزام بالإعلام الإلكتروني و ضمان تنفيذه<sup>1</sup>.

إن للمستهلك الحق في معرفة السلعة أو الخدمة، التي تقدم له في عملية البيع و الشراء، على النحو يكون فيها المستهلك ذو دراية و تنوير في معرفة ما سيتم التعاقد عليه من المنتجات و الخدمات بينه وبين المحترف الذي يتمتع بخبره واسعة في مجال التجارة الإلكترونية، لذلك سعى القانون لحمايته من ضرر ناتج عن هذا التعاقد، ضمن إجراءات وقائية تحمي المستهلك قبل إبرام العقد.

و لكون العقد الذي سيبرم بين المستهلك و المحترف عقدا الكترونيا ينتج عنه مخاطر أكثر مما هو عليه في العقد التقليدي، تؤدي إلى تأثير على رضا المستهلك، فقد حرص المشرع الوضعي على اتخاذ إجراءات حديثة لمواجهة هذا الخطر و يعد الالتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني من أهم الإجراءات الوقائية، التي اتخذتها التشريعات الحديثة في حماية المستهلك الإلكتروني.<sup>2</sup>

### جزء الإخلال بالالتزام بالإعلام الإلكتروني:

لا توجد نصوصا مفصلة تحكم مخالفة الإخلال بالالتزام بالإعلام، وهذا ما جعل الفقه يغلب أعمال القواعد العامة في هذا الشأن فالإخلال بهذا الالتزام قبل التعاقد يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك عديم الخبرة، مما يسمح له بالمطالبة بفسخ العقد أو المطالبة بإبطاله إذا وقع فيه غلط أو تدليس و يمكن الرجوع على التاجر الإلكتروني بمقتضى قواعد المسؤولية العقدية استنادا على وجود عقد سابق على هذا العقد الأصلي و أن العقد السابق هو عقد ضمان

<sup>1</sup> - خلاف، فاتح، الالتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، "مجلة الحقوق و العلوم السياسية" جامعة عباس لغرر خنشلة، رقم 19، 2، 09-2021 ص136.

<sup>2</sup> - محمد علي، هشام الاسيدي، كلية القانون جامعة الكوفة مجلة مركز الدراسات الكوفة: "مجلة فصيلة المحكمة" العدد 44 السنة 2018، ص29.

مفترض قبل التعاقد و يمكن الرجوع عليه بقواعد المسؤولية التقصيرية و المطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر بسبب عدم إعلامه على نحو سليم.<sup>1</sup>

### مبررات الالتزام بالإعلام الإلكتروني :

إن تمكين المستهلك من الإعلام الإلكتروني أصبح حاجة عملية تستدعيها طبيعة الحياة المعاصرة ،بسبب التطور الكبير في وسائط الاتصال العصرية و انتشارها السريع في مختلف جوانب الحياة، و الهدف منه توعية إرادة المستهلك قبل إقدام على إبرام العقد، وهذا ما يجعل هذا التمكين يحقق المساواة بين طرف العقد من حيث المعرفة و بالتبعية لذلك يحقق التوازن العقدي لذا نجد أن عدم المساواة في المعرفة بين أطراف العقد تبرر تقرير الالتزام بالإعلام للمستهلك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مكتبة السنهوري بغداد العراق 2011، ص80.

<sup>2</sup> - خلاف، فاتح، المرجع السابق ص 31.

### المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

ينشأ عقد البيع سواء في التعاقد التقليدي أو الإلكتروني، التزامات عديدة على عاتق التاجر كلها تصب في مجال حماية مصلحة المستهلك، ولضمان تنفيذ العقد الإلكتروني وفقا لتحقيق هذه الغاية، نظمت العديد من التشريعات فكرة الالتزام بضمان العيوب الخفية، فالمستهلك الإلكتروني يتعاقد مع التاجر في مجال افتراضي يفتقد من خلاله إمكانية فحص السلع و التأكد من سلامتها من أي عيوب، كما أن عرض السلعة أو الخدمة على شبكة الانترنت، قد لا يسمح للمستهلك بإصدار قراره بناء على إرادة واعية، مما قد يؤدي بالمستهلك إلى الندم على التعاقد والرغبة في العدول.

وبهذا استوجبت الدراسة تقسيم المبحث إلى مطلبين يخصص الأول منهما للبحث في الالتزام بضمان العيوب الخفية كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني، أما المطلب الثاني سيخصص لدراسة حق المستهلك الإلكتروني في العدول.

#### المطلب الأول: الالتزام بضمان العيوب الخفية كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني

من أهم الالتزامات التي ينشئها عقد البيع في ذمة البائع، الالتزام بضمان العيوب الخفية، إذا لم يشتمل المبيع على المواصفات المتفق عليها، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المرجوة منه، وبالنظر لأهمية هذا الالتزام سنحاول التطرق إلى تعريفه (الفرع الأول)، وتحديد الشروط الواجب توافرها لقيام هذا الالتزام (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول: تعريف العيب الخفي

ذهب بعض الفقه إلى تعريف العيب الخفي في المنتج من عدة نواحي سواء من الناحية المادية أو الوظيفية أو العقدية، فيمكن تعريفه من الناحية المادية بأنه العيب الذي يتلف الشيء أو يلحق به الهلاك ويؤدي إلى الانتقاص من قيمته أو منفعته، ويمكن أن يعرف من الناحية الوظيفية بأنه: "العيب الذي يصيب الشيء في أوصافه أو خصائصه، بحيث يجعله

غير صالح للغرض المعد من أجله"، أما من الناحية العقدية بأنه تخلف صفة في المبيع التزم البائع للمشتري وجودها فيه.<sup>1</sup>

غير أن المفهوم الوظيفي للعيب هو الرأي السائد في الفقه والقضاء، فاعتبار المبيع معيبا يعود إلى اللحظة التي يكون فيها غير صالح لتأدية الغرض المعد من أجله، بالإضافة إلى أن صلاحيته لتأدية هذا الغرض قد بلغت قدرا من الضالة لو علمه المستهلك لما أقبل على الشراء أو قبله مع دفع ثمن أقل مما دفعه.<sup>2</sup>

لم يورد المشرع الجزائري تعريفا للعيب الخفي، بل اكتفى بتحديد شروطه، في نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري، التي تنص على:

" يكون البائع ملزما للضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله. فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها.

غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشا عنه".<sup>3</sup>

من خلال ما سبق يمكن أن نعرف العيب الخفي بأنه العيب الذي يصيب المنتج أو الخدمة سواء في الأوصاف، أو في الخصائص، بحيث يجعلهما غير صالحين للهدف المعدان من أجله، أو يؤدي إلى إتلاف المنتج أو إنقاص قيمته أو منفعته، أو تخلف صفة

<sup>1</sup> - خدوجة، الذهبي، المرجع السابق، ص 135.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، نفس الصفحة.

<sup>3</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر رقم 58\_75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1957، المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 78، لسنة 1975، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05\_07، المؤرخ في 13 ماي 2007.



في المبيع، التزم المهني للمستهلك وجودها في المنتج، بحيث يؤثر ذلك في جودة المنتج، أو مخالفة ما اتفق عليه مع المستهلك من شروط.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: شروط الالتزام بضمان العيوب الخفية

إن الالتزام بضمان العيوب الخفية في المبيع، لا يترتب في جميع الأحوال وإنما يتطلب توافر شروط معينة يمكن إجمالها في هذه النقاط التالية:

#### أولاً: أن يكون العيب مؤثراً

يشترط في العيب محل الضمان أن يكون مؤثراً، أي على درجة معينة من الجسامة، وهي أن ينقص من قيمة المبيع بدرجة محسوسة أو أن ينقص من نفعه بحسب الغاية المقصودة، مستفادة مما هو مبين في العقد أو مما هو ظاهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعد له. وفي هذا الصدد يرى البعض، أن العيب يكون مؤثراً إذا كان من شأنه أن ينقص من نفع المبيع أو صلاحيته للغرض المقصود منه أو تفويت منفعة المبيع كلياً أو جزئياً.<sup>2</sup>

وكذا المشرع الجزائري أرجع شرط التأثير في العيب الخفي إلى المساس بقيمة المبيع والانتقاص من منفعته على نحو يعارض الغاية المقصودة منه حسب ما هو واضح في عقد البيع.<sup>3</sup>

#### ثانياً: أن يكون العيب خفياً

يعتبر خفاء العيب من بين شروط ضمانه من طرف البائع، بحيث لا يكون المشتري عالماً بوجوده، ويعتبر شرط خفاء العيب بمثابة اللبنة التي تأسست عليها أحكام الضمان،

<sup>1</sup> نصيرة، خلوي عنان، " الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة) "، رسالة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 52.

<sup>2</sup> كهيبة، قونان، (قصور ضمان العيب الخفي في حماية مستهلك المنتجات الخطيرة)، مجلة القانون والمجتمع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد الخامس، جوان 2015، ص 38.

<sup>3</sup> خدوجة، الذهبي، المرجع السابق، ص 136.

ويسمى بضمان العيب الخفي لكون البائع يلتزم به أصلاً إذا كان بالمبيع عيب خفي. يقتضي شرط خفاء العيب، أن لا يكون ظاهراً للعيان، وألا يكون المشتري عالماً به. فإذا تخلف أحد هذين الشرطين، انتفى الخفاء وكان العيب غير موجب للضمان.<sup>1</sup>

وعليه يشترط في العيب أن يكون خفياً لدى المستهلك، والعيب الخفي هو العيب الذي يكون موجوداً وقت التعاقد وليس بوسع المستهلك تبيّنه أو اكتشافه ولو فحص المنتج بعناية الرجل العادي.

لكن حسب نص المادتين 379 و 2/447 من القانون المدني الجزائري، فإنهما أجازتا للمستهلك الاستفادة من أحكام ضمان العيب الخفي حتى وإن كان العيب ظاهراً، وذلك في حالتين:

الحالة الأولى: أن يكون المهني قد أكد للمستهلك خلو المبيع من العيوب، ويقع على المستهلك عبء إثبات ذلك.

الحالة الثانية: إذا أثبت المستهلك أن المهني قد تعمد إخفاء العيب غشاً منه، إذ لا يجوز أن يستفيد المهني من غشه.<sup>2</sup>

### ثالثاً: أن يكون العيب قديماً

يقصد بقديم العيب الخفي الموجب للضمان هو توافر العيب في المبيع وقت التسليم، أي أن البائع يضمن العيب الذي ينشأ بعد العقد وقبل لحظة التسليم، أما العيب الطارئ بعد مرحلة التسليم فيسقط من ضمان البائع، بحيث يستتبط هذا الحكم من نص المادة 1/379 من القانون المدني الجزائري بنصها على عبارة " وقت التسليم "، وبهذا نستشف أن العيب الموجب للضمان يجب أن يتواجد بالمبيع قبل إتمام البيع حتى وإن تم اكتشافه بعد مرحلة التسليم، وبهذا يسقط ضمان العيب الذي يرجع إلى حادث طارئ أو قوة قاهرة إلا إذا أثبت

<sup>1</sup> - كهيّنة، قونان، المرجع السابق، ص 30\_31.

<sup>2</sup> - نصيرة، خلوي عنان، المرجع السابق، ص 53\_54.

المستهلك ظهور العيب بعد تسلّم المبيع راجع إلى أسباب قديمة قبل التسليم، مستغنياً في ذلك بكافة طرق الإثبات بما فيها القرائن.

ويلاحظ أن صفة القدم بالنسبة للمنتجات الخطيرة تتسم ببعض الخصوصية، فالعيب في هذه الحالة لا يتحدد بالتسليم فقط وإنما يتصل بالتصنيع والإنتاج أيضاً.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول

يعد الحق في العدول آلية قانونية، استحدثها المشرع الجزائري في محاولة منه إلى تحقيق أقصى حماية ممكنة للمستهلك أمام احترافية المهني الذي يستعمل كافة وسائل الدعاية والإشهار لإغراء المستهلك الضعيف للتعاقد معه، كون الحق في العدول يعتبر آلية مستحدثة على القانون الجزائري، فإن هذا يعني أن هذه الآلية ستكون غريبة عن المجتمع الجزائري بصفة عامة، حيث من خلال ممارسة حق العدول يتمكن المستهلك بالتراجع عن العقد في مدة حددها القانون تختلف حسب طبيعة المنتج محل العقد ويكون ذلك العدول بإعادة المنتج إلى المحترف على حالة أي في غلافه الأصلي حيث تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء عن الحق في العدول باعتباره ضماناً قانونية استحدثها المشرع الجزائري لحماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد حيث قسمنا هذا المطلب إلى فروع درسنا في الفرع الأول تعريف الحق في العدول وخصائصه أما في الفرع الثاني سنتناول نطاق تطبيق الحق في العدول وآثاره.

### الفرع الأول: تعريف الحق في العدول وخصائصه

هناك العديد من الفقهاء والقانونيين يحاولون إعطاء تعريف واضح له. حيث عرف البعض الحق في العدول بأنه: حق المستهلك في إرجاع لسلعة أو رفض الخدمة

<sup>1</sup> - خدوجة، الذهبي، المرجع السابق، ص 137\_138.

في خلال مدة معينة يحددها القانون، دون التزام التاجر أو مقدم الخدمة بحسب الأحوال برد قيمتها، مع تحمل المستهلك مصاريف الرجوع فقط.<sup>1</sup>

وذهب فريق آخر من الفقه إلى تعريف الحق في العدول: حق المستهلك في الرجوع عن العقد و نقضه بالإرادة المنفردة لعيب اكتشفه إذ ما سارع بإبلاغ المنتج خلال فترة زمنية قصيرة.<sup>2</sup>

وفي نفس السياق سارت السلطات التشريعية للدول حيث أن هناك من اعتمد حق العدول و هناك من رفضه، أو على الأقل لم تتضمنه تراسنته القانونية.

وهذا ما فعله المشرع الجزائري حيث لم يتناول الحق في العدول في قانون الاستهلاك حتى سنة 2018 القانون 09-18 بالرغم من كونه سن قانونا متعلقا بحماية المستهلك و قمع الغش ابتداء من سنة 1989، القانون 02-89 طيلة هذه المدة لم يمنح المشرع المستهلك حق العدول عن التعاقد صراحة، غير أنه أشار إلى هذا الحق في قوانين أخرى، مثل قانون التأمينات وكذا فيما يتعلق بالقرض الاستهلاكي، وقد عرف المشرع العدول بكونه: حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف إضافية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- أحمد، الحبسي، أحمد بن حمودة ، حماية المستهلك أثناء تنفيذ عقد البيع، القاهرة، دار النهضة العربية، 2017 ، ص 361.

<sup>2</sup>- إسماعيل، يوسف حمدون ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، القاهرة، مصر المصرية للنشر و التوزيع ، 2017 ، ص 712.

<sup>3</sup>- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المادة 2 من القانون 09-18 المعدلة للمادة 19 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، الجريدة الرسمية، العدد 34.

ورغم تعدد الأسماء إلا أنها تدل على معنى واحد يمكن في حق المستهلك في إعادة النظر في العقد الذي أبرمه و الرجوع عنه خلال مدة محددة تختلف باختلاف محل العقد، أو هو تمكين للمستهلك من التحلل من العقد بإرادته المنفردة.<sup>1</sup>

## 2- خصائص الحق في العدول:

حق ليس مطلقا بل مقترن بمدة، ونجد التشريعات المقارنة قد ميزت في تحديد المدة بين العقود التي محلها سلعا أن يبدأ سريان مدة الرجوع من تاريخ تسلم البضاعة، وبين العقود التي محلها خدمات أين يبدأ سريان مدة الرجوع من تاريخ إبرام العقد.<sup>2</sup>

ضف إلى ذلك انه ينتمي إلى طائفة الحقوق المؤقتة حيث ينقضي إما باستعماله أو بفوات المدة المحددة له، بل نجد أن التشريعات التي تضمنته جعلته من النظام العام لا يجوز لمن تقرر له النزول عنه و يقع باطلا كل شرط بسلب المستهلك حقه في ممارسته لهذا الحق.<sup>3</sup>

أن حق المستهلك في العدول يمارس بإرادة منفردة وبصفة مستأثرة منه، وبالتالي فهو يعد بديل عن نظرية عيوب الإرادة إذ يستطيع التحلل من العقد دون حاجة إلى حكم قضائي

حق منظم بقواعد آمرة أي متعلق بالنظام العام خشية أن يتم تقييده بغير ما قيده به المشرع نفسه لأنه حق قانوني غير أنه طبقا للقواعد العامة للمستهلك لا تمنع من التنازل عن حق العدول بصد نشأته و ثبوته ويأتي ذلك عن طريق عدم ممارسة هذا الحق خلال المدة المحددة، كما يقع باطلا بطلانا مطلقا كل شرط أو اتفاق يقيد من ممارسة هذا الحق أو يحد منه لأنه يهدف إلى حمل المحترف على مراعاة حسن النية في تنفيذ العقود و تسليم السلع

<sup>1</sup> - أيمن، مساعدة، علاء حضاونة، "خيار المستهلك بالرجوع في البيوع المنزلية وبيوع المسافة"، مجلة الشريعة والقانون، العدد السادس، 2011، ص 162.

<sup>2</sup> - شندي، يوسف، "اثر خيار المستهلك بالرجوع عن التعاقد على تحديد لحظة إبرام العقد" مجلة الشريعة و القانون، العدد الثالث و الأربعون 2010، ص ص 291-292.

<sup>3</sup> - عمر، محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، الطبعة الثانية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص ص 769-770.

مطابقة للكيفية والمواصفات والعرض الذي وضعه في إعلانه عنها فضلا عن حماية الرضائية التي تعد ركن من أركان العقد، و.م.ع هذا فإن الطابع الإلزامي لهذا الحق لا يمنع من الاتفاق على شروط في مصلحة المستهلك مثل زيادة مهلة العدول.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: نطاق تطبيق الحق في العدول وآثاره

#### -نطاق تطبيق الحق في العدول:

النطاق الزمني لممارسة الحق في العدول: حيث أن المشرع الجزائري رغم كونه لم يصدر التنظيم الخاص بأحكام الحق في العدول ضمن قانون المستهلك إلا أنه قد منح المستهلك مدة ثمانية أيام عمل للعدول في القرض الاستهلاكي عندما يكون محل القرض سلعة ما اقتناها المستهلك، وقد حسم المشرع الأمر بنصه على أن هذه المدة تحسب من تاريخ إمضاء العقد.<sup>2</sup>

أما إذا كان البيع تم في المنزل فقد منح المشرع للمستهلك مدة 7 أيام عمل فقط للتراجع عن العقد، ولم يول المشرع أي اهتمام لتاريخ الانعقاد في هذه الحالة.<sup>3</sup>

كما قرر المشرع الجزائري مدة شهر للمتعاقد في عقد التأمين على الأشخاص للعدول عن تعاقد، يبدأ حساب المدة من يوم دفع القسط الأول، ويبلغ الطرف الآخر بقراره في العدول بموجب رسالة مضمونة الوصول.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - أمينة، محمد احمد، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2016ص117.

<sup>2</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المادة 11 من المرسوم التنفيذي 15-114، المتعلق بشروط و كفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي المؤرخ في 23 رجب 1436، الموافق ل12 ماي 2015، الجريدة الرسمية، العدد 24.

<sup>3</sup> - المادة 14 من المرسوم التنفيذي 15-114، المتعلق بشروط و كفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، المصدر نفسه.

<sup>4</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المادة 90 مكرر من القانون 95-07، المتعلق بالتأمينات، المؤرخ في 25 جانفي 1995، الجريدة الرسمية، العدد 13.

### -النطاق الموضوعي لممارسة حق العدول :

عقود أداء الخدمات العقود التي بدأ في تنفيذها مباشرة بالاتفاق مع المستهلك قبل نهاية المدة الممنوحة للمستهلك حتى يمارس حقه في العدول، ولا شك أن لهذا الحظر مبرره، حيث المشرع بإقراره حق المستهلك في العدول ربطه بعدم إلحاق ضرر بالمحترف ، فإن بدأ هذا الأخير بتقديم الخدمة للمستهلك مع موافقته عليها يسقط حقه في ممارسة حق العدول.<sup>1</sup>

### -عقود توريد منتجات مصنعة خصيصا للمستهلك:

حيث أن السلع في هذه الحالة يتم إنتاجها بطلب من المستهلك<sup>2</sup>.

### -عقود توريد سلع سريعة التلف أو متقلبة الأسعار:

لا مجال للحديث عن العدل إذ أن السبب في عدم إمكانية المستهلك في العدول في مثل هذه العقود.

أما بالنسبة التي تعرف أسعارا متقلبة باستمرار مع تقلبات السوق المالي، فإن المستهلك حالة عدوله عن التعاقد يكون المحترف في هذه الحالة ملزما برد قيمة السلعة التي دفعها المستهلك، وعندما سيكون هذا الثمن لا يعبر عن قيمة السلعة الحقيقي<sup>3</sup>.

### آثار الحق في العدول:

بالنسبة للمستهلك: استعمال المستهلك لحقه في العدول بمثابة نقضه للعقد والعودة إلى الحالة التي كان عليها قبل الإبرام، يجب أن يرد السلعة إلى صاحبها بنفس الحالة التي كانت عليها وقت تسلمه إياها، لكن يمكن للمستهلك أن يستبعد نقض العقد باستعمال خيار آخر وهو المطالبة باستبدال السلعة المباعة بأخرى مطابقة، وإذا هلكت السلعة فإن الهلاك يكون

<sup>1</sup>- مصطفى، أحمد أبو عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول -دراسة مقارنة-، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة ، 2016 ،ص117.

<sup>2</sup>- إسماعيل، يوسف حمدون، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، القاهرة، مصر المصرية للنشر و التوزيع، 2017، ص826.

<sup>3</sup>- كريم، علي سالم حشماوي، "حق المستهلك في العدول -دراسة مقارنة- "، رسالة ماجستير، الإسكندرية، جامعة الإسكندرية كلية الحقوق مصر ص118.

على المستهلك لارتباط تبعة الهلاك بالتسليم، وهذا إذا كان المستهلك هو المالك وبالتالي تبعة الهلاك تقع على عاتق هذا الأخير.<sup>1</sup> يمكن للمستهلك أن يمارس حقه في رد السلعة أو استبدالها على السلعة المستبدلة نفسها، ويتحمل المستهلك عندما يعيد الشيء المباع نتيجة الاستمالة حق الرجوع نفقات الإعادة.<sup>2</sup>

لا يمكن للبائع أن يلزم المستهلك دفع أي مبلغ آخر سواء كان ناتجا عن التلف في الغلاف أو المنتج أو النفقات المرتبطة بهلاك المنتج، وتجدر الإشارة أن آثار الرجوع عن العقد تختلف باختلاف العقد موضوع الرجوع كما أن المشرع حاول قدر الإمكان إقامة توازن بين الأطراف، منعا لحدوث ظلم لأي طرف من جزاء هذا الخيار و تتمثل الالتزامات الملقاة على عاتق المستهلك في حال اختياره الحق في العدول في الزامين جوهريين هما الزامه برد السلعة وكذا الزامه بدفع أعباء رد السلعة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سي يوسف، زاهية حورية "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 02، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018 ص 23.

<sup>2</sup> - ريان، عادل ناصر، "حق الرجوع عن العقد"، منشورات زين الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان، 2016، ص 183.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 183-184.



## خلاصة الفصل:

وفي نهاية دراستنا لموضوع الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد و في مرحلة تنفيذ العقد في التشريع الجزائري، يتضح لنا أنها أضحت الحاجة إلى حماية المستهلك تتضاعف يوما بعد يوم، خاصة في عصرنا الحالي الذي عرف تطورا هائلا، حيث أن حماية المستهلك الإلكتروني في مواجهة الإعلانات التجارية الإلكترونية، إذ يعتمد بعض الموردين أو المعلنين إلى طرح منتجاتهم مستعملين وسائل الدعاية الكاذبة و المضللة التي يقتونها، لذلك فالمستهلك بحاجة ضرورية لتوفير الحماية له من هذه الإعلانات المضللة، حيث أن الإعلان هو كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على جمهور المستهلكين، لا يعد الإعلان الموجه إلى المستهلك عبر شبكة الانترنت إيجابا وإنما دعوة للتفاوض أو للتعاقد، حيث أن بيان أسعار السلع عبر الانترنت يعتبر إيجابا، لأن بيان الأسعار هو من المعلومات الجوهرية في التعاقد.

كما يعد الالتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني من أبرز الالتزامات التي أكدت عليها التشريعات الداخلية، وقد تعاضمت أهمية هذا الالتزام وهو أهم وسيلة لحماية المستهلك الإلكتروني، حيث ألزم المهني بالإعلام المستهلك قبل التعاقد بكافة البيانات الجوهرية اللازمة حتى يكون على علم بكافة ظروف العقد فالإعلام شرط لحرية الاختيار و هو من أهم مظاهر الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني.

وتطرقنا أيضا إلى دراسة الحماية القانونية في مرحلة تنفيذ العقد، إلى الالتزام بضمان العيوب الخفية حيث إنه يتميز بكونه لا يقوم إلا عند وجود عقد استهلاكي صحيح ملزم لجانبه مرتبا آثاره، ولا يثبت هذا الضمان إلا بمقتضى نص قانوني أو اتفاق مسبق وإذ أقرت التشريعات حماية المستهلك من العيوب الخفية، بالإضافة إلى الالتزام بضمان صلاحية المنتج حيث أن الإلزام بضمان العيب الخفي من أهم الإلزامات الملقة على عاتق البائع تجاه المشتري لذا نظم له المشرع أحكاما تضمنت في بيان العيب الخفي الذي هو الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للشيء المبيع وبينت شروطا له بأن يكون قديما أي

موجود في المبيع وقت إبرام العقد أو بعده ولكن قبل التسليم كما يجب أن يكون خفيا أي لا يعلم به المشتري عند إبرام العقد و قبل التسليم، كما تطرقنا إلى دراسة حق المستهلك في العدول حيث أن الواقع العلمي أثبت أنه بتقرير أصبحت العقود في تزايد مستمر بل وفي نمو متسارع فضلا عن ذلك الارتقاء بمستوى العقود الاستهلاكية، ممارسة المستهلك لحقه في العدول ليس مطلقا بل مقيدا بنطاق موضوعي يتمثل في كون المستهلك لا يمكنه العدول عن كافة العقود التي يبرمها مع المحترف بل توجد بعض من العقود بمجرد إبرامها تصبح نافذة ولا يمكن تصور منح المشرع للمستهلك إمكانية الرجوع فيها.

خاتمة

في ختام الدراسة التي قمنا بها حول موضوع أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني، تبين لنا أن المشرع الجزائري قد انتبه إلى حاجة المستهلك الذي يتعاقد عبر الوسائل الحديثة للحماية، وسبب هذه الحماية راجع في الأساس إلى كون المستهلك الإلكتروني طرفا ضعيفا في العلاقة التعاقدية.

وقد خلصنا إلى أن المشرع الجزائري لم يوفر حماية كاملة للمستهلك الإلكتروني إلا أنه قد وفق في توفير حماية مقبولة عن طريق الآليات القانونية التي تكفل للمستهلك إبرام مختلف المعاملات التجارية في ضوء إرادة حرة وواعية، متصديا بذلك لأساليب الغش والاحتيال، وسعيا منه للنهوض بعالم التجارة الإلكترونية. وقد توصلنا من خلال دراستنا لهذا الموضوع إلى النتائج الآتية:

- يصعب تحديد تعريف للتجارة الإلكترونية نظرا للاختلاف الفقهي والتشريعي إلا أن المشرع الجزائري عرف التجارة الإلكترونية بأنها ذلك النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية.
- التجارة الإلكترونية في الجزائر شهدت تطور وتقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور الإعلام و الاتصالات، حيث أصبحت التجارة الإلكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة في أفراد و مؤسسات وإدارات.
- تعددت أنواع التجارة الإلكترونية و هي الأنشطة هناك التي تكون بين المستهلكين أو بين المؤسسات الأعمال و الحكومة أو بين المستهلك و الإدارة.
- المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك العادي إلا أن الاختلاف بينهما من حيث وسيلة التعاقد.
- جاءت فكرة حماية المستهلك الإلكتروني نظرا لكونه الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية إضافة إلى أن العقد يتم عن بعد مما يجعل المستهلك عرضة لحالات الغش التجاري والاحتيال.

- تعد الإعلانات التجارية الإلكترونية من وسائل جذب المستهلك إلى السلع والخدمات ومن أهم العوامل التي تدفع المستهلك نحو التعاقد بتعريفه بالمنتجات المعروضة في ظل عدم توافر العلم المادي والمرئي لهذه السلع والخدمات.
- إن الالتزام بالإعلام هو التزام يقع على عاتق المهني تلقائيا، فإن هذا الالتزام جاء لتوفير معلومات للمستهلك الذي تجعل منه ذو إرادة مستنيرة.
- - يتمثل الالتزام بالإعلام في كونه التزاما عاما، وهذا ما يجعله يغطي المرحلة ما قبل التعاقد إضافة إلى المرحلة العقدية و اللاحقة للعقد.
- أن العيب الخفي هو كل عيب غير معلوم لدى المشتري، والذي لم يكن باستطاعته اكتشافه عن طريق فحص المبيع بعناية الشخص العادي فهو الذي يقع ضمانه على البائع، والذي عليه الالتزام بتسليم الشيء المتعاقد عليه بالأشكال والمواصفات المتفق عليها.
- يعد العدول عن العقد حق من الحقوق التي تقررت للمستهلك في العديد من التشريعات القانونية، حيث أن ممارسة المستهلك لحقه في العدول ليس مطلقا بل مقيدا بنطاق زمني.

#### الاقتراحات:

- نقترح وضع قانون خاص بحماية المستهلك المتعاقد إلكترونيا.
- إنشاء مراكز لإرشاد المستهلك الجزائري وتوعيته في مجال التعاقد عن بعد.
- محاولة وضع برامج دعم و تحفيز وذلك لمساعدة الأفراد و الشركات، من أجل تنمية التدريب و الخبرة لاشتراك بفعالية في التجارة الإلكترونية.
- يجب على المشرع الجزائري تحديد المهلة المقررة للمستهلك لممارسة حقه في العدول بصفة واضحة.
- محاولة على المشرع الجزائري وضع قواعد خاصة بحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية.

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

## أولاً: النصوص القانونية

## أ- القوانين:

- 1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون 09-18، المعدلة للمادة 19 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 34.
- 2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 04\_02، المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، لسنة 2004.
- 3- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 15 مؤرخة في 8 مارس 2009.
- 4- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وزارة التجارة، الجريدة الرسمية عدد 28 مؤرخة في 16 مايو 2018.

## ب- المراسيم التنفيذية:

- 1\_ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي 15-114، المتعلق بشروط و كفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي ، المؤرخ في 23 رجب 1436، الموافق ل 12 ماي 2015، الجريدة الرسمية، العدد 24.
- 2\_ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 05 محرم 1435، الموافق ل 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك ،الجريدة الرسمية عدد 58 صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013.
- 3\_ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 90\_367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية، العدد 50، لسنة 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05\_484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، الجريدة الرسمية، العدد 83، لسنة 2005.

4\_ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الجريدة الرسمية عدد 05 صادرة في 31 جانفي 1990 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315.

#### ثانيا: الكتب:

- 1\_ ابن منظور، لسان العرب، 711هـ تنسيق وتعليق ،علي شيرين دار احياء التراث العربي، الطبعة الأولى ،بيروت، 1988، الجزء 9.
- 2\_ أحمد، الحبسي، أحمد بن حمودة، حماية المستهلك أثناء تنفيذ عقد البيع، القاهرة، دار النهضة العربية، 2017.
- 3\_ إسماعيل، يوسف حمدون، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، القاهرة، مصر المصرية للنشر و التوزيع، 2017.
- 4\_ أمينة، محمد احمد، حماية المستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2016.
- 5\_ جهاد محمود، عبد المبدي، التراضي في تكوين عقود التجارة الإلكترونية، مكتبة القانون والاقتصاد، الطبعة الأولى، الرياض، 2016.
- 6\_ خالد، ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الالكتروني، ط2، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2010.
- 7\_ خالد، ممدوح إبراهيم، عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2020.
- 8\_ ريان، عادل ناصر، "حق الرجوع عن العقد"، منشورات زين الحقوقية للنشر و التوزيع، لبنان، 2016.
- 9\_ ريم عمر، شريتح، الإعلان الإلكتروني مفاهيم واستراتيجيات معاصرة، دار التربية الحديثة، دون طبعة، دون بلد النشر، 2017.
- 10\_ عبد الله، ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، سنة 2007.
- 11\_ عمر، محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، الطبعة الثانية، منشأة المعارف ، الإسكندرية، 2008.



- 12\_ محمد السعيد، رشدي، التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة و مدى حجيتها في الاثبات، منشأة المعارف بالإسكندرية، 2008.
- 13\_ محمد الفاتح، محمود بشير مغربي، التجارة الإلكترونية، دار الجنان، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016.
- 14\_ محمد، المرسلي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، د.ب.ن، 2007.
- 15\_ مصطفى، أحمد أبو عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول -دراسة مقارنة-، الاسكندرية ، دار الجامعة الجديدة ، 2016.
- 16\_ موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مكتبة السنهوري بغداد العراق 2011، ص80.
- 17\_ نزيه، محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982.

#### ثالثا: المقالات:

- 1\_ أيمن، مساعدة، علاء حضاونة، "خيار المستهلك بالرجوع في البيوع المنزلية وبيوع المسافة"، مجلة الشريعة والقانون، العدد السادس، 2011.
- 2\_ جمال قاسم حسن و محمود عبد السلام التجارة الالكترونية سلسلة كتيبات تعريفية العدد 20 موجهة الى الفئة العمرية الشابة في الوطن العربي صندوق النقد العربي 2021.
- 3\_ حورية، لشهب، (النظام القانوني للتجارة الالكترونية)، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثالث والعشرون، نوفمبر 2011.
- 4\_ خلاف، فاتح، الالتزام بالإعلام المستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري، "مجلة الحقوق و العلوم السياسية"، جامعة عباس لغرر خنشلة، رقم 19، 2-09-2021.
- 5\_ سمير، شيباني، ريمة، عباس، (الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني خلال مرحلة ما قبل إبرام العقد في التجارة الإلكترونية الجزائري 18\_05)، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، جانفي 2023.

- 6\_ سي يوسف، زاهية، حورية، "حق العدول عن العقد الية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 02، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018 .
- 7\_ شندي، يوسف ، "اثر خيار المستهلك بالرجوع عن التعاقد على تحديد لحظة إبرام العقد"، مجلة الشريعة و القانون ،العدد الثالث و الأربعون 2010.
- 8\_ الطيب بن شهرة، فاطمة، بوشريعة، (الإعلانات التجارية في مجال المعاملات العقدية الإلكترونية)، مجلة القانون، كلية الحقوق، جامعة غليزان (الجزائر)، المجلد 12، العدد 01، جوان 2023.
- 9\_ عائشة،قصار الليل، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، " مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة 1، العدد العاشر، 2017.
- 10\_ عبد القادر، روشو، (الحماية القانونية للمستهك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري)، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 06، العدد 02، 2022.
- 11\_ عزوز، سعيدي، "مقتضيات توفير الحماية للمستهك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري"، مجلة آفاق للبحوث والدراسات كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة لونيبي علي البليدة، المجلد 2، العدد الثاني، جوان 2018
- 12\_ فارس، فضيل، حمزة، ضويفي، (الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة)، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة الجزائر 3، العدد 03، ماي 2011.
- 13\_ فاطمة الزهرة، ستو، روضة، جديدي، (حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريعات الدولية)، المجلة الجزائرية للاقتصاد السياسي، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2022.
- 14\_ كهينة، قونان، (قصور ضمان العيب الخفي في حماية مستهلك المنتجات الخطيرة)، مجلة القانون والمجتمع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد الخامس، جوان 2015.
- 15\_ محمد علي ،هشام الاسيدي كلية القانون جامعة الكوفة مجلة مركز الدراسات الكوفة:"مجلة فصيحة المحكمة"العدد44 السنة 2018 ص29.

- 16\_ المختار، بن قوية، (التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطرة)، مجلة معارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 2، 2021/12/31.
- 17\_ مناصرية، حنان، تأصيل مدلول المستهلك الإلكتروني "تشريعاً، قضاءً، فقهاً-دراسة مقارنة، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة العدد 22 جامعة البليدة 2.
- 18\_ نبيل، محمد، احمد، صبيح، حماية المستهلك في التعاملات الإلكترونية، "مجلة الحقوق"، جامعة الكويت العدد الثاني السنة الثانية و ثلاثون يونيو 2008.

#### رابعاً: الرسائل الجامعية

##### أ- أطروحات الدكتوراه

- 1\_ بن سالم، المختار، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، رسالة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018.
- 2\_ رافع أحمد، بالعبيدي، " حماية المستهلك الإلكتروني في المعاملات التجارية الدولية الخاصة"، أطروحة دكتوراه تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2022.2023.
- 3\_ عبد الوهاب، مخلوفي، " التجارة الإلكترونية عبر الانترنت"، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر- باتنة، الجزائر، 2011 - 2012.
- 4\_ مليكة، جامع، " حماية المستهلك المعلوماتي"، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية (القانون الخاص)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي الياصب سيدي بلعباس، 2017-2018.

##### ب- رسائل الماجستير

- 1\_ إنتصار، بوزكري، " الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني"، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز02، سطيف، 2012.2013.
- 2\_ خدوجة، الذهبي، " الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية"، رسالة ماجستير في الحقوق، تخصص القانون الأساسي الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، الجزائر، 2013-2014.

- 3\_ سي الطيب، محمد أمين، الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك رسالة ماجستير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، كلية الحقوق تخصص قانون خاص، السنة 2007-2008.
- 4\_ عبد الله، زيب عبد الله محمود، " حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني "، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009.
- 5\_ كريم، علي سالم حشماوي، "حق المستهلك في العدول -دراسة مقارنة- "، رسالة ماجستير، الإسكندرية، جامعة الإسكندرية كلية الحقوق مصر.
- 6\_ موزه، عبد الله الكبيسي، "الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، رسالة الماجستير في القانون الخاص جامعة قطر يناير 2021م/1442هـ ص25.
- 7\_ نصيرة، خلوي عنان، " الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت (دراسة مقارنة) "، رسالة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري . تيزي وزو، 2013.

#### ت- مذكرات الماستر

- 1\_ تبناني أمل، مريمدة أمل، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية جامعة 8 ماي 1945 قالمة، السنة الجامعية 2019-2020.
- 2\_ خديجة، بركة، رانيا جميلة، قندوزي، " الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر "، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2021- 2022.

#### خامسا: المواقع الإلكترونية:

- 1- التجارة الإلكترونية، موجودة بموقع [www.c4arab.com/showac.php?acid=291](http://www.c4arab.com/showac.php?acid=291) الاطلاع 2024/05/11

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

	شكر وعرافان
أ-هـ	مقدمة
	<b>الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية و المستهلك الالكتروني</b>
08	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية
08	المطلب الأول: مفهوم التجارة الالكترونية
08	الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية
08	أولاً: التعريف الفقهي
11	ثانياً: التعريف التشريعي
13	الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية
13	أولاً: الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:
13	ثانياً: غياب المستندات الورقية لمعاملات التجارة الإلكترونية:
14	ثالثاً: السرعة في إنجاز العملية التجارية:
14	رابعاً: غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:
15	<b>المطلب الثاني: أنواع التجارة الالكترونية و أهميتها.</b>
15	الفرع الأول : أنواع التجارة الالكترونية:
15	أولاً:منظمات الأعمال إلى المستهلك B2C
16	ثانياً: التجارة الالكترونية بين منشآت الأعمال B2B
16	ثالثاً: أنشطة التجارة الالكترونية مابين الحكومة ومؤسسات الأعمال:G2B
16	رابعاً: أنشطة التجارة الالكترونية مابين المستهلك C2C:
17	خامساً: التجارة الالكترونية بين المستهلك و الإدارة:C2G:
17	الفرع الثاني :أهمية التجارة الالكترونية.

19	المبحث الثاني :مفهوم المستهلك الالكتروني.
19	المطلب الأول : تعريف المستهلك الالكتروني.
20	الفرع الأول :التعريف الفقهي للمستهلك الالكتروني.
23	الفرع الثاني :تعريف التشريعي للمستهلك الالكتروني.
25	المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني
26	الفرع الأول: تعريف حماية المستهلك الإلكتروني
26	أولاً: المحور الرقابي:
26	ثانياً: المحور التشريعي:
27	ثالثاً: المحور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك:
27	الفرع الثاني: مبررات حماية المستهلك الإلكتروني
27	أولاً: التطور الحديث في شبكة الانترنت:
28	ثانياً: حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية
28	ثالثاً: افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني:
30	خلاصة الفصل:
<b>الفصل الثاني: الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في التجارة الالكترونية</b>	
33	المبحث الأول: الحماية القانونية للمستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد
33	المطلب الأول: حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية الإلكترونية
34	الفرع الأول: تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني
35	الفرع الثاني: قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية
35	أولاً: اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني
36	ثانياً: منع الإعلان الإلكتروني الكاذب والمضلل

39	المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام الإلكتروني .
40	الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام.
43	الفرع الثاني :أهمية الالتزام بالإعلام الإلكتروني و مضمونه.
45	المبحث الثاني: الحماية القانونية للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد
45	المطلب الأول: الالتزام بضمان العيوب الخفية كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني
45	الفرع الأول: تعريف العيب الخفي
47	الفرع الثاني: شروط الالتزام بضمان العيوب الخفية
47	أولاً: أن يكون العيب مؤثراً
47	ثانياً: أن يكون العيب خفياً
48	ثالثاً: أن يكون العيب قديماً
49	المطلب الثاني: حق المستهلك الإلكتروني في العدول
49	الفرع الأول : تعريف الحق في العدول و خصائصه
52	الفرع الثاني:نطاق تطبيق الحق في العدول وآثاره
56	خلاصة الفصل:
58	خاتمة
62	قائمة المصادر والمراجع
70	فهرس المحتويات



## الملخص:

إن التطور السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وكذا الاستعمال الكبير لشبكة الانترنت نتج عنه عدة تغييرات في مجال التجارة، والتي برز عنها ما يسمى بالتجارة الإلكترونية، المستهلك الإلكتروني، التعاقد عن بعد وغيرها من المفاهيم الحديثة. ومن أبرز خصوصيات التجارة الإلكترونية أنها تتم في وسط افتراضي وغياب مادي لأطراف العقد، الأمر الذي دفع بالمشرع الجزائري ومختلف التشريعات إلى تكريس آليات قانونية فعالة لحماية المستهلك الإلكتروني، باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وذلك بإيجاد آليات الحماية القانونية في المرحلة السابقة على التعاقد وفي مرحلة تنفيذ العقد.

## Abstract :

The rapid development of information and communication technologies, as well as the widespread use of the Internet, has resulted in several changes in the field of commerce, from which the so-called electronic commerce, electronic consumer, distance contracting and other modern concepts have emerged. One of the most prominent characteristics of e-commerce is that it takes place in a virtual environment and in the physical absence of the parties to the contract, which prompted the Algerian legislator and various legislations to devote effective legal mechanisms to protect the electronic consumer, as he is the weak party in the contractual relationship, by creating legal protection mechanisms in the stage preceding the contract and in the implementation stage contract.