

(حماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية)

(Consumer Protection in Light of Law 18-05 Regarding E-commerce)

بن حمدون عبد الله¹، التنمية الإدارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية، جامعة غرداية (الجزائر)،

benhamdoune.abdellah@univ-ghardaia.dz

بهاز جيلالي، مخبر التطبيقات الكمية والنوعية للإرتقاء الإقتصادي والاجتماعي والبيئي بالمؤسسات الجزائرية، جامعة غرداية

bahaz.djillali@univ-ghardaia.dz (الجزائر)

تاريخ القبول: 2023/..../..

تاريخ الاستلام: 2023/..../..

ملخص :

تهدف هذه توضيح التعريفات القانونين لأركان هذه المعاملة التجارية الإلكترونية ضمن قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وكذا الاجراءات الحماية للمستهلك الإلكتروني؛ ومن أبرز النتائج المتوصل إليها، هي أن المشرع قدم ضمانات للمستهلك الإلكتروني قبل نشوء العلاقة التعاقدية بما يضمن حق التبصر للمستهلك الإلكتروني، وعند إبرام العقد أن لا تحوي خانات العقد الموجهة للمستهلك الإلكتروني من أية إيجاءات توجه اختياره، وضمن حق العدول عن العقد وحتى ارجاع السلعة بعد تنفيذ العملية؛ كلمات مفتاحية: تجارة إلكترونية، مورد الكتروني، حماية المستهلك، مستهلك الكتروني، قانون 18-05.

Abstract:

This aims to clarify the legal definitions of the elements of this electronic business transaction within Law 18-05 related to e-commerce, as well as the protective measures for the electronic consumer. One of the key outcomes is that the legislator has provided guarantees for the electronic consumer before the formation of the contractual relationship, ensuring the right of inspection for the electronic consumer. When entering into a

¹ بهاز جيلالي.

contract, the contractfieldsdirectedtowards the electronic consumer should not containany indications that influence theirchoice. The right to withdrawfrom the contract and return the goodsafter the transaction has been executedisalsoincluded..

Keywords: e-commerce; electronic supplier; consumer protection; electronic consumer; Law 18-05.

1. مقدمة:

تحفل الحياة الاجتماعية للبشرية بعديد المظاهر الاقتصادية التي لا يمكن الاستغناء عنها لضمان حركية التفاعل بين افراد المجتمع، ومن أهم هذه المظاهرة الاقتصادية نجد المعاملات التجارية التي تتم بين الافراد والمجتمعات والدول والشعوب، حيث انه وبتتبعا للتطور التاريخي لهذه الظاهرة نلاحظ اعتماد التنظيمات والدول لجملة من الاعراف الاجتماعية والقواعد التنظيمية في مسعى منها لتنظيم هذه العلاقة بين أطراف هذه المعاملة التجاريةوتحديدا بين البائع(التاجر) والمشتري (المستهلك)، وفي ظل التطور التكنولوجي والطفرة الرقمية وظهور الانترنت التي شهدها العالم ومست جميع مجالات الحياة الاقتصادية ومنها المعاملات التجارية، برزت التجارة الإلكترونية كفضاء عالمي رقمي يمكن المتعاملين من ممارسة أنشطتهم التجارية دون حدود تعيق التواصل بين مختلف الاماكن الجغرافية، لسهولة التعاملات وخاصة المنتجات الرقمية، ومازاد من اهميتها دورها الفعال في الازمات وفترات الأوبئة وازمة كورونا خير مثال لما تذكره الإحصائيات من تزايد في التعاملات من هذا النوع من التجارة على مستوى العالم، وأمام هذا النمو المتسارع لتعاملات الرقمية التجارية قامت الانظمة الدولية بتطوير ترسانتها التشريعية بما يتواءم ومتطلبات سيورة الاعمال التجارية الإلكترونية، والجزائر كبلد ضمن المنظومة العالمية قامت بعدة تشريعات مواكبة لجريات هذا التطور الرقمي في مجال التجارة اهمهما قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المؤرخ في 10 ماي 2018، حيث يسعى هذا القانون إلى التعمق في المفاهيم الأساسية لهذا النوع من المعاملات التجارية كونها ترتكز أساسا على المعاملات الإلكترونية وهي بيانات غير ملموسة وبالتالي كان لزاما تبين الاركان المادية للمعاملة قصد إرساء جو من الثقة يعزز من القاعدة الاستهلاكية باعتبار أن المستهلك هو

الحلقة الأضعف في العملية يتوجب إحاطته أكثر بالحماية، ومن خلال ما سبق يمكن طرح الاشكالية التالية:

ما مدى مساهمة قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في تأطير التعاملات التجارية

الإلكترونية بين الأطراف المتعاملين وحماية المستهلك الإلكتروني؟

ويتفرع عن هذه الاشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الأطر التعريفية لعملية التجارة الالكترونية وأطراف المعاملة ضمن قانون 18-05 المتعلق

بالتجارة الإلكترونية؟

- ما مدى مساهمة قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في توفير جو الثقة في المعاملة

والحماية للمستهلك؟

أهمية الدراسة

- تتجلى أهمية الدراسة كونها تتطرق إلى جانب مهم من الأنشطة البشرية وهو المعاملات التجارية،

التي تكتنفها رغبة المورد في الربح مما يدفع البعض في إتباع وسائل غير مشروعة تتنافى مع مصلحة المستهلك، فكان لابد من الوقوف على هذه المفارقات وتبسيط الضوء على حماية المستهلك في كنف

التشريع؛

- دخول التعاملات التجارية مجال العالم الافتراضي واسع الاطراف ومترامي المساحة الجغرافية،

يقتضي البحث في مجال حماية المستهلك لتأمينه من مخاطر تمثل هذا النمط من المعاملات

التجارية؛

- تبسيط الضوء على أبرز المشاكل الصعوبات التي تعترض المستهلك الجزائري في هذا النوع من

النشاط التجاري ومدى تدارك المشرع الجزائري لها؛

- المساهمة في تدعيم فكرة حماية المستهلك لدى المتعاملين خاصة ما تعلق بمجال التعاملات

الافتراضية، حيث تهدف حماية المستهلك إلى حماية حقوق المستهلك الأساسية، بما في ذلك

الحق في الحصول على السلع والخدمات الآمنة والصالحة للاستهلاك، والحق في الحصول على

- المعلومات الصحيحة حول السلع والخدمات، والحق في الحصول على تعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة عيب في السلعة أو الخدمة؛
- تعزيز ونشر ثقافة المنافسة العادلة والشفرة، حيث تساعد حماية المستهلك على تعزيز المنافسة العادلة في السوق، وذلك من خلال منع الممارسات التجارية غير العادلة التي قد تؤدي إلى استغلال المستهلك؛
- المساهمة في حماية الاقتصاد كون حماية المستهلك تساهم في حماية الاقتصاد من خلال تعزيز الثقة في السوق، مما يؤدي إلى زيادة الإنفاق الاستهلاكي ونمو في الاقتصاد؛
- مواكبة التطور المتسارع للتجارة الافتراضية و وسائلها التقنية بمنظومة تشريعية تضمن حقوق المتعاملين وتوفير حماية أكثر للمستهلك؛

أهداف الدراسة:

- توضيح التعريفات القانونين لأركان هذه المعاملة التجارية ضمن قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؛
- الوقوف على الاجراءات الحماية للمستهلك ضمن قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؛
- تبين مدى ضرورة البحث في القواعد القانونية التي تحكم المعاملات التجارية المستحدثة ودائمة التطور؛
- الوقوف على الدور الذي تلعبه القواعد القانونية في ضبط وتنظيم المعاملة التجارية المستحدثة ودورها في حماية اطراف العملية التجارية؛
- تسليط الضوء على الاهمية التي يولها هذا القانون لحماية المستهلك الالكتروني وقبل وبعد عملية البيع باعتباره الحلقة الاضعف في المعاملة.
- المساهمة في تنبيه اطراف المعاملة كل من البائع والمستهلك إلى الالتزامات القانونية قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وضرورة معرفتها والتقييد بها.

وفي سبيل حلحلة الموضوع والوقوف على إشكاليته الرئيسية وما تفرع عنها من أشكال فرعي تم التطرق للدراسة من خلال المحاور التالية:

عموميات التجارة الإلكترونية، تعريفات إجرائية وقانونية للتجارة الإلكترونية وكذا عناصرها،

المستهلك الإلكتروني وحمايته في ظل قانون التجارة الإلكترونية 18-05

2. عموميات حول التجارة الإلكترونية:

إن التطور التكنولوجي والتسارع الرقمي الذي أستحدث على المعاملات التجارية جعل مصطلح التجارة الإلكترونية يتميز بجملة من الخصائص والمميزات تتميز على المعاملة التجارية التقليدية، وهووجه الاستحداث في هذه المعاملة، ولتحديد الطبيعة القانونية للمعاملة كان من الضروري الوقوف على التعريف الإصلاحي والقانوني للمصطلح.

1.2 التعريف الاصطلاحي للتجارة الإلكترونية:

تعرف التجارة الإلكترونية بأنها "مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية سواء كان بين الشركات ببعضها البعض، أو بين الشركات والأفراد أو بين المشروعات والإدارة" (رمضان، 2001، صفحة 12).

وتعرف أيضا بأنها نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الإنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي، الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية، حيث يتوقع لها البعض أن يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر الشامل، حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم ليتفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات إن أراد (العوضي، 2010، صفحة 167).

مما سبق وبالنظر إلى كثير من التعريفات الاجرائية لهذا المصطلح سواء ما اتسم بالبساطة منها أو ما انطوى على مفهوم التقنية المعقد منها، والذي يرجع إلى التطورات التقنية لوسائل واساليب ممارستها من جهة وتوسع رقعة تداول المبيعات الجغرافية وتنامي المفهوم الاجرائي للمصطلح عبر حقبة الزمن التاريخية من جهة أخرى ، فإنه يمكن الإحاطة بمفهوم التجارة الإلكترونية من خلال تركيبتين جوهريتين هما:

1- التجارة: وهو شق المصطلح الذي يعبر به عن النشاط الاقتصادي الذي من خلاله يتم تداول السلع والخدمات بين الفاعلين الاقتصاديين في العملية (الشركات، الحكومات، الافراد)، في إطار منظم ووفق قواعد متفق أو متعارف عليها.

2- الوسائط الإلكترونية: وهو شق المصطلح الذي يعبر عن الحيز الذي يؤدي فيه هذا النشاط التجاري. من ما تقدم فإنه يقصد بالتجارة الالكترونية القيام بالنشاط التجاري عن طريق استخدام الوسائل التكنولوجية وتقنية الوسائط الإلكترونية والشبكات الاتصال خاصة الانترنت. بعد التعريف الاصطلاحي المقتضب للمصطلح فإن الموضوع يقضي منا أيضا التعريف القانوني له.

2.2 تعريف التجارة الالكترونية في القانون الجزائري:

نجد أن المشرع الجزائري تطرق لجوانب عديدة من التجارة الالكترونية، ففي المادة رقم 6 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 عرف المشرع التجارة الالكترونية على أنها ذلك النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع أو خدمات عن بعد للمستهلك الالكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية (المادة 6، 2018)، هنا أكد القانون على أن يقوم به مورد الكتروني سواء كان ذلك باقتراحه أو ضمانه توفير سلعة أو خدمة دون اقتصارها على نوع معين من السلعة دون الخدمة، بل تطرق إلى السلع والخدمات وعن بعد وأيضا للمستهلك الالكتروني وبوسائط الكترونية- دون أن يحدد طبيعة هذه الوسائط ما هي- حيث ذكر عبارة "عن طريق الاتصالات الالكترونية" فقط.

مما تجدر الإشارة إليه أن المشرع لم يتطرق إلى الأعمال التجارية E.Business التي تفرق عن التجارة الالكترونية رغم ما يشيع لدى كثير من فقهاء المجال بأن التجارة الالكترونية تستخدم كمصطلح مرادف الأعمال الالكترونية، غير أن الأعمال الالكترونية أوسع نطاق وأشمل من التجارة الالكترونية؛ حيث يشمل

مصطلح الأعمال الإلكترونية على كافة الأعمال الإلكترونية الأخرى مثل التجارة الإلكترونية، التسويق الإلكتروني، الاتصالات الإلكترونية، ومنها البريد الإلكتروني والمصارف الإلكترونية والدفع الإلكتروني والبيع بالمرزاد الإلكتروني، إلخ فالأعمال الإلكترونية تعبر عن عملية إدارة جميع الأعمال المتعلقة بالمؤسسات بطريقة الكترونية من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، وخاصة شبكة الانترنت، مما يساعد على كفاءة أعمال المنشأة واستغلال الفرص المتاحة لتوسيع نطاق وجودها وحصولها على أكبر نصيب من السوق العالمي، كما تعرف بأنها استخدام الانترنت لممارسة الأنشطة المختلفة لمؤسسات الأعمال، ويعتبر مفهوم الأعمال الإلكترونية أكثر المفاهيم شمولاً، حيث يشمل كافة أنشطة التي تؤدي بواسطة الانترنت؛ أما التجارة الإلكترونية فهي الجزء الذي يتعلق بعمليات البيع والشراء، وإجراء الصفقات المالية وإتمام العمليات التجارية التي تتم بين المنشأة وبين مؤسسة أخرى، أو بينها وبين عملائها عن طريق الانترنت، ومن ثم فالجارية الاقتصادية تعد جزءاً من الأعمال الاقتصادية والتي تتعلق بأنشطة الشراء والبيع عبر الانترنت الأمر الذي يعني أن التجارة الإلكترونية تقتصر فقط على السلع والخدمات في شكلها البسيط وكل ما يرتبط بها من أنشطة تجارية أخرى .

2.3 عناصر التجارة الإلكترونية:

نلاحظ ان المشرع الجزائري قد أعطى تعريف واضح للتجارة الإلكترونية من خلال إيضاح مختلف عناصرها كما يلي:

أ- العقد الإلكتروني: العقد بمفهوم القانون 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني. من خلال المادة السابقة الذكر يلاحظ بان التشريع الجزائري ركز في تعريفه للعقد الإلكتروني على خصوصيته التي تتمثل بصفة أساسية في الطريقة التي ينعقد بها؛ إذ يتميز العقد الإلكتروني بأنه عقد مبرم بوسيلة إلكترونية بين متعاقدين متباعدين مكاناً، و يمكن تلخيص عموم هذه الخصائص على النحو التالي:

أولاً: العقد الإلكتروني يتم إبرامه بوسائط إلكترونية: يتميز العقد الإلكتروني عن غيره من العقود انه عقد مبرم بوسيلة إلكترونية تتمثل عادة في أنظمة الكمبيوتر المرتبطة بشبكات الاتصالات المختلفة (السلوكية واللاسلكية) التي يمكن عرض أبرزها كالتالي:

- التعاقد بوسائل الإتصال الحديثة:

هناك العديد من الوسائل الحديثة التي تستخدم في إبرام العقود ومنها:

1- المينيتل MINITEL: يعد جهاز المينيتل من وسائل إبرام العقود، وهو وسيلة اتصال مرئية ينقل الكتابة على الشاشة دون الصور، ويلزم لتشغيله أن يوصل بخط الهاتف (الرومي، 2004، صفحة 14).

2- التيلكس: هو جهاز لإرسال المعلومات عن طريق طباعتها وإرسالها مباشرة ولا يوجد فاصل زمني ملحوظ بين إرسال المعلومات واستقبالها، (العجولي، 2002، صفحة 49).

3- الفاكس: هو جهاز استنساخ بالهاتف يمكن به نقل الرسائل والمستندات المخطوطة.

4- الهاتف المرئي: جهاز يمكن صاحبه من الكلام مع شخص ومشاهدته في نفس الوقت.

- التعاقد عن طريق شبكة الأنترنت: تعرف الأنترنت بأنها: "شبكة هائلة من أجهزة الكمبيوتر

المتصلة فيما بينها بواسطة خطوط الاتصال عبر العالم" (مجاهد، 2002، صفحة 5).

ويقصد بها الشبكة العنكبوتية التي تربط آلاف المشتركين وتغطي جميع أنحاء الكرة الأرضية، ويكون الاتصال

عبر هذه الشبكة بواسطة حواسيب (قيني في و منه، 2022، صفحة 320)؛ ويتم استخدام عدة وسائل

في التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت أهمها:

الحاسوب أو الكمبيوتر: أكثر الأجهزة استخداماً في التعاقد عبر الأنترنت،

التجهيزات الذكية: INTELLIGENT EQUIPMENTS، هي أجهزة تحتوي على رقائق تمكن من

عملية الدخول على الأنترنت وتبادل عمليات الاتصال وإرسال واستقبال الإشارات، وتنتشر بشكل واسع

في الأجهزة المنزلية كالثلاجات الذكية، إذ تستطيع هذه الأخيرة القيام بإصدار أمر شراء المستلزمات الغذائية

إلكترونيا عندما ينقص عددها أو وزنها بداخلها، بإرسال أمر الشراء إلكترونيا إلى احدى المتاجر الافتراضية المتواجدة عبر شبكة الانترنت فتتم العملية دون تدخل بشري (الحجازي، 2003، صفحة 88).
الهاتف المحمول: تجارة الهاتف المحمول، M-COMMERCE (الرومي، 2004، صفحة 46).

ثانيا: العقد الإلكتروني هو عقد مبرم عن بعد:

يتميز العقد الإلكتروني عن بقية العقود الأخرى أيضا، بأنه عقد ينتمي إلى طائفة العقود المبرمة عن بعد، ويقصد بالعقود المبرمة عن بعد تلك العقود التي تبرم بين طرفين يتواجدان في أماكن متباعدة، وهذا باستعمال وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد؛ وعليه فإنه من أهم سماته أنه يتسم بـ :

- عدم الحضور المادي لأطراف العقد في لحظة تبادل الرضا بينهم، فهو عقد مبرم بين طرفين لا يتواجهان لحظة التقاء إرادتهما؛

- يتم إبرام العقد عبر وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد.

بيد أن كون العقد الإلكتروني من شاكلة العقود المبرمة عن بعد، لا يعني دائما غياب المتعاقدين، فالتباعد المكاني لا ينفي إمكانية توفر مجلس العقد افتراضي، كأن يكون العقد مبرم عبر الأنترنت باستعمال وسيلة المحادثة والمشاهدة المباشرة.

ب- **المورد الإلكتروني:** تعرفه المادة 6 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في

2018/05/10 كل شخص طبيعي او معنوي يقوم بتسويق او اقتراح توفير السلع او الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

ج- **وسيلة الدفع الإلكتروني:** تعرفها المادة 6 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في

2018/05/10 بانها

كل وسيلة دفع مبرم خصصها طبقا للتشريع المعمول به لتمكن صاحبها من القيام بالدفع عنقر بأو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية،

وبالرجوع إلى المادة 543 مكرر 23 من القانون التجاري الجزائري نجد ذكر وسيلتين هما :

بطاقات السحب وبطاقات الدفع المتوفرة في كل من البنوك العامة والخاصة، يضاف لها خدمة التحويل المالية إلى الـ إلكترونية (الرسد) (الـ

كريم، 2019، صفحة 33).

د- الإشهار الإلكتروني: تعرفه المادة 6 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 كإعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى الترويج ببيع سلعاً وخدمات عن طريق الاتصال الإلكتروني. هـ- الطلبية المسبقة: تعرفه المادة 6 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 هو تعهد بالبيع يمكن أن يفتقر حها للمورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج في المخزون.

و- اسم النطاق : تعرفه المادة 6 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 عبارة عن سلسلة أحرف أو أرقام مقسمة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعرف على الموقع الإلكتروني، وتنص المادة 08 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 أنه يخضع نشاط التجارة الإلكترونية لتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة، ولنشر موقعه الإلكتروني وصفحة إلكترونية على الإنترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz".

4.2 جوانب من التجارة الإلكترونية في الجزائر:

الجزائر وكغيرها من بلدان العالم ظهرت فيها ملامح ومؤشرات التجارة الإلكترونية، تجلت مظاهرها في عديد المواقع الإلكترونية على اختلاف مجالاتها، حيث لاقت اهتماما عميقا من قبل مستخدمي الأنترنت في الجزائر، ومن أبرز هذه المواقع الوطنية نذكر (عيدة و الدينوري، 2022، صفحة 155):

- موقع واد كنيس : (ouedkniss.com) يقدم هذا الموقع خدمات متميزة، تتمثل في تصميم المواقع بأنواعها، استضافة أي موقع في خوادم، حيث يوفر هذا الموقع فرص الإعلان المجاني لكل من يريد عرض أي صنف من السلع والخدمات كما يوفر مساحات إعلانية لمختلف الشركات؛

-موقع شركة الخطوط الجوية الجزائرية: (airalgerie.dz) تقوم الشركة بتقديم مجموعة الخدمات المهمة لزبائنهم على اختلاف مناطقهم وجنسياتهم عرب هذا الموقع، هذه المؤسسة الحكومية التي تختص بالنقل الجوي لجميع أحناء العالم؛

-موقع شركة قيديني: (guiddini.com) تقدم هذه الشركة خدمات للزبائن المتمثلة في البيع والشراء عبر الموقع مع ضمان خدمات توصيل المنتج من خلال هذا الموقع وقد نجح موقع الشركة في دعم التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال استقطاب العديد من الزبائن على موقعها عبر القيام بعمليات عرض منتجاتها عرب موقعها على النت وإدخال تقنية الدفع الإلكتروني وهذا رغم الصعوبات التي واجهتها سواء في بداية نشاطها أو خلال مراحل نشاطها أو أثناء اعتمادها لتقنية الدفع الإلكتروني، بالإضافة إلى العديد من مواقع أخرى متواجدة عبر الشبكة كموقع www.dzsoq.dz الذي يشبه إلى حد كبير موقع ايباي ebay وموقع دي زاد ديل www.dzdeal.dz وموقع كليو ديالي الذي أنشأ بغرض إتمام عمليات البيع والشراء عبر النت بالنسبة للسيارات www.cliodiali.dz

3. حماية المستهلك ضمن قانون التجارة الإلكترونية 18-05:

أصبح التعامل المتاح لتجارة الإلكترونية يطرح عدة رهانات خاصة ما تعلق بحماية أطراف المعاملة التجارية من عمليات التحايل والتدليس وخاصة المستهلك الطرف المستقبل، وفي سبيل ذلك سنت التشريعات ونظمت الاتفاقيات لضمان حقوق المتبايعين، وقانون التجارة الإلكترونية الجزائري نظم تشريعي يصب نصح في هذا الغرض، فما المدى الذي بلغه المشرع الجزائري في توفير حماية للمستهلك في ظل قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية؟

وفي سبيل حلحلة هذا التساؤل من المهم أولاً التطرف للإطار المفاهيمي للمستهلك

1.3 المستهلك:

هو الشخص الذي يشعر ويتعرف على وجود حاجة غير مشبعة ويقوم بشراء المنتج ويتخلص منه بعد الاستهلاك خلال المراحل الثلاث المتعاقبة لعملية الاستهلاك (مرحلة ما قبل الشراء ومن ثم القرار الشراء ومرحلة ما بعد الشراء) (المنجي و عمار، 2020، صفحة 2) وهناك نوعان من المستهلك:

*المستهلك النهائي : وهو المستهلك الذي بشراء منتج لإستخدامه الشخصي أو لإستخدام أحد أقربائه أو أصدقائه المهم ان يتم إقتناء المنتج بغرض الاستخدام النهائي.

*المستهلك الصناعي أو الوسيط أو المستهلك من شركات الاعمال: هو فرد أو مجموعة من الافراد تقوم بشراء منتجات تستخدم إما لإعادة البيع أو في تصنيع منتج اخر او تسهيل عملية الإنتاج وغالبا ماتكون كميات الشراء كبيرة وتمر براحل طويلة، وقد يكون الشراء لصالح جهات حكومية، أو منظمات تهدف لربح أو لا تهدف لربح، كالمؤسسات الدينية.

كما يعتبر من المفاهيم الحديثة التي تطورت بتطور مجريات المعاملات التجارية والوسائل المستخدمة فيها ما يعرف المستهلك الإلكتروني، وبالرغم من أهميته فإن التنظيمات القانونية لاتزال حديثة التشريع في هذا الصدد ومن جملة التشريعات نجد القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية 05-18 المؤرخ في 2018/05/10 الذي عرّف المستهلك الإلكتروني في المادة 6 منه :
كل شخص طبيعياً ومعنوياً يتنكب أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصال بالإنترنت من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

2.3 آليات حماية المستهلك:

عند التكلم عن حماية المستهلك فإننا نقصد به جملة القوانين والتنظيمات المعدة لضمان حقوق المستهلك وخلق جو التجارة العادلة المساعد على المنافسة وانسياب المعلومات الدقيقة في السوق، حيث تشتمل حماية المستهلك عديد من المواضيع، على سبيل الذكر لا الحصر (مقاضاة المنتجات، حقوق الخصوصية، ممارسات تجارية غير عادلة، الاحتيال، سوء تعريف للمنتجات)، ويتعامل مع العلاقات المالية وخدمة سلامة المنتجات والعقود وتنظيم سداد الفواتير والتسعير ورد البضائع وغيرها، وكل ما من شأنه يصب في تداعلات المستهلك والتاجر، ويتم ذلك بواسطة اليات، وتتمثل آليات حماية المستهلك في مجموعة من الإجراءات والأدوات التي يتم استخدامها لضمان حقوق المستهلك وحماية مصالحه. وتختلف آليات حماية المستهلك من دولة إلى أخرى، ولكن هناك بعض الآليات الأساسية التي يتم استخدامها بشكل عام، ومن أهم هذه الآليات:

• القوانين والتشريعات

تلعب القوانين والتشريعات دورًا أساسيًا في حماية المستهلك، حيث تحدد هذه القوانين الحقوق والواجبات الخاصة بالمستهلك والتاجر. وتتضمن القوانين والتشريعات المتعلقة بحماية المستهلك مجموعة من الأحكام التي تستهدف حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير العادلة، وضمان حصوله على السلع والخدمات الآمنة والصالحة للاستهلاك، وتوفير المعلومات الصحيحة حول السلع والخدمات.

• المؤسسات الحكومية

تلعب المؤسسات الحكومية دورًا مهمًا في حماية المستهلك، حيث تقوم هذه المؤسسات بمراقبة السوق واتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك. وتتضمن المؤسسات الحكومية التي تلعب دورًا في حماية المستهلك، جهاز حماية المستهلك، ووزارة التجارة، وهيئة المواصفات والمقاييس، وغيرها.

• المنظمات غير الحكومية

تلعب المنظمات غير الحكومية دورًا مهمًا في حماية المستهلك، حيث تقوم هذه المنظمات برفع الوعي بحقوق المستهلك ومساعدة المستهلك في المطالبة بحقوقه. وتتضمن المنظمات غير الحكومية التي تلعب دورًا في حماية المستهلك، الجمعيات الأهلية، والاتحادات المهنية، وغيرها.

2.3 مظاهر حماية المستهلك الإلكتروني:

تمتد علاقة المورد الإلكتروني بالمستهلك الإلكتروني في المعاملة التجارية الإلكترونية قبل وأثناء وبعد عملية البيع، وحيث أنه عند التكلم عن الحماية لطرف من الآخر أو حماية طرفين لا بد من قيام علاقة معاملة بينهما، فيشترط قيام معاملة البيع والشراء بين المورد والبائع حتى تكون هناك حقوق بينهما يتوجب حمايتها، وأساس قيام هذه المعاملة هي حاجة المستهلك الإلكتروني لما يبيعه المورد الإلكتروني، ولما علم المورد الإلكتروني بحاجة المستهلك الإلكتروني اجتهد في استمالته لما يمتلكه من مبيعات، وكانت وسيلته في ذلك الترويج والإعلان والاشهار، هذه الوسائل التي تعتبر وسيلة من وسائل الاتصال بالمستهلك يحدث

بها أثر يحرك دافعيته للشراء، ومنه بات من الضروري بما كان إيجاد نصوص تشريعية لرقابة أليات الاستهداف هذه، وتوفير الحماية للمستهلك حتى قبل قيام معاملة البيع من الاثار الغير مشروعة للإعلان والاشهار، وعليه سنحول تسليط الضوء في هذا العنصر إلى حماية المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني من التبعات الغير مشروعة للإعلانات- قبل العقد- في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية

الاعلان: يتعامل المورد الإلكتروني في علاقته مع المستهلك في ما تعلق بشق الاعلام عن طريق الاعلانات التي تعرف "كل وسيلة تهدفي إلى

التأثير النفسي على المستهلك تحقيق الغاية تجارية، يفترض فيها التكرار والإلحاح وتوسيط الفكرة على المتلقي في استخدام كل ما من شأنها سها بالخيال، اجتذاب العين واطراء الأذن في نفس الوقت الذي يتم فيها اظهار محاسن منتج أو خدمة بقصد حث المستهلك وتحويله لرضه على استهلاك (عمارة، صفحة 39).

حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام للمستهلك الحق في منحها المعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته في اتخاذ القرار

بالتعاقد منعده؛ ويقصد بذلك الحق في الإعلام بالمتعلق بالمنتجات المعروضة، وهذا مدرج ضمن عقود التجارة الإلكترونية، وية ضمن هذا الحق حسب بعض فقهاء القانون ثلاث نقاط أساسية (يوسف، 2023، صفحة 988):

التبصير والتوضيح بالخصائص المميزة للسلع والخدمات المعروضة باعتبارها الباعث الأساسي للمستهلك على التعاقد وفي إطارها يقع المستهلك كضحية الغش والتقليد.

- التبصير والتوضيح بثمن السلع والخدمات.

- التبصير والتوضيح ببعض البيانات الإلزامية منذ كإلزام البائع ببعضها البعض

الخفية قبل المستهلك، وعدم تجاوز الاتفاق على إعفاء كم هذا الشرط حماية للمستهلك الذي لا يعلم حقيقة العيوب الخفية التي اجتهد المنتج والتاجر في اخفائها.

وهذا ما يتوافق إلى حد كبير مع قانون التجارة الإلكترونية 18-05 في شقه المتعلق بمطلبات المعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني، حيث تنص المادة 11 بأنه يجب أن

يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، كما وضع المشرع ضمن القانون السالف الذكر جملة من الشروط ينبغي توفرها في كإشهار أو ترويج أو رسالة تجارية الكترونية تصب في إطار حماية للمستهلك، وتتمثل هذه الشروط كما جاء نص في المادة 30 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 النص "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كإشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصال الإلكتروني يجب أن يليها مقتضيات الآتية :

- أنتكون محددة بوضوح رسالة تجارية أو إشهارية؛
- أنتسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه؛
- ألا تمسب بالآداب العامة والنظام العام؛
- أنتحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضاً أو مكافأة أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً؛

- التأكيد من أن جميع الشروط الواجب استيفائها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة. فالملحوظ من هذه المادة أنها قامت بحماية المستهلك الإلكتروني في ما تعلق بجانب الإشهار من كل أشكال الغموض في طبيعة الرسالة، ووضوح الشخص المستهدف، وعدم مساسها بالآداب والنظام العامين، ووضوح ما تتضمنه من عروض تنشيط المبيعات، وأن لا تكون مضللة، ورتب على مخالفتها عقوبات ورد ذكرها المادة 40 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05.

من خلال هذا العنصر اتضح لنا أبرز جهود حماية المستهلك المتضمن في قانون التجارة الإلكترونية قبل بداية المعاملة وإبرام العقد.

أما حماية المستهلك عند إبرام العقد: نلاحظ أن المشرع الجزائري قد وضع ضوابط عند مرحلة إبرام العقد الإلكتروني من شأنها أن تقدم ضماناً للمستهلك الإلكتروني ومن أبرز صور هذه الحماية ما ورد في المادة 12 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 10/05/2018 تمرطلبية منتوجاً وخدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية:

- وضع الشروط التعاقدية فيمتنا ولا لمستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينهما التعاقد بعلم ودراسة تامة،

—التحقق من تنافس الأسعار لطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لا سيما فيما يخص ماهية المنتج أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والحدود، والكميات المطلوبة بغرض تمكينهم من تعدد الطلبية، وإلغائها أو تصحيحها لاحقاً أثناء المحتملة،

—تأكيد الطلبية الذي يؤدي بالتكوين بالعقد.

يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبراً عنه بصراحة.

يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره

من خلال هذه المادة يلاحظ أن المشرع ألزم المورد الإلكتروني بإطلاع المستهلك الإلكتروني على الشروط التعاقدية التي تضمن تعاقده المتبصر، والدراية التامة له بتفاصيل السلعة موضع الطلب والخدمات المصاحبة لها، كما يحرص المشرع على أن لا يتضمن جانب العقد عند المستهلك الإلكتروني أية إيهامات من شأنها أن تؤثر في توجيه اختياره؛ الأمر الذي من شأنه حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إثبات التعاقد أما عن حمايته بعد التعاقد وتنفيذ البيع فإن المشرع الجزائي المستهلك الإلكتروني قد مكن من ممارسة حقه في العدول عن عقد البيع أو إعادته إلى الحالة التي كان عليها قبل إبرامه، ويجب أن يعيد السلعة إلى المورد بنفس الحالة التي كانت عليها وقت تسليمها له لكي يمكن

للمستهلك الإلكتروني أن يستبعد نقض العقد باستعمال السلعة المباعة بأخرى مطابقة (سي يوسف، 2018، صفحة 32).

وتنص المادة 23 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته، في حالة تسليمه بغير مطابقة للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتجون جميعاً. يجب على المستهلك الإلكتروني

إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدة أقصاها أربعة أيام عملاً ابتداءً من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى السبب في الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على المورد الإلكتروني.

ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي:

—تسليم جديد موافق للطلبية، أو

—إصلاح المنتج المعيب، أو

—استبدال المنتج بآخر مماثل، أو

—إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون إلزام للمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر.

يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر (15) يوما من تاريخ استلامها المنتوج.

وبهذا العرض المقتضب نكون قد عرجنا على بعض مظاهر حماية المستهلك الإلكتروني المتضمنة في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 قبل واثناء وبعد إبرام العقد.

4. خاتمة:

في ظل هذا التقدم التكنولوجي المتسارع والمتزايد، والذي انعكس على مظاهر الحياة الاقتصادية لاسيما المتعلقة منها بالمعاملات التجارية التي أدخلت عليها الوسائط الإلكترونية، وما كان لها من تأثير على عناصر المعاملة التجارية الغير تقليدية، أو ما بات يسمى بالتجارة الإلكترونية، قمنا بالوقوف على مدى مواكبة القانون الجزائري وخاصة القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10 خاصة ما تعلق بالتعريفات الإجرائية للعناصر المكونة للمعاملة التجارية الإلكترونية، حيث تم التطرق لتعريف المورد الإلكتروني والعقد الإلكتروني وعمليات الإشهار والإعلان وكذا المستهلك الإلكتروني ومدى الحماية التي ضمنها هذا القانون للمستهلك الإلكتروني قبل وأثناء وبعد إبرام العقد ومن أبرز النتائج المتوصل إليها، هي أن المشرع قدم ضمانات للمستهلك الإلكتروني قبل نشوء العلاقة التعاقدية بينه وبين المورد الإلكتروني عن طريق الشروط التي يجب على المورد الالتزام بها خلال الرسالة الإعلامية للمستهلك التي تضمن التبصر له وبالتالي إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين وإعادة التوازن للعقد، وعند إبرام العقد باعتبار تأكيد الطلبية الذي يؤدي بالتكوين للعقد فإنه اشترط أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني مبررا عن اختياره، وأن لا تحوي خانات العقد الموجهة للمستهلك الإلكتروني من أية إحصاءات توجه اختياره، ثم انه وبعد هذا ونظرا لعدم تمكن المستهلك الإلكتروني من المعاينة المادية للمموسة لسلعة وتحقيقهم للأداء المناسب للخدمة تضمن حق العدول عن العقد وحتى إرجاع السلعة بعد تنفيذ العملية؛ وبالرغم من هذه الضمانات التي قدمها هذا القانون يمكن تقديم وجهات نظر بمثابة اقتراحات في هذا الصدد كالتالي:

إن نجاح المعاملة التجارية وخاصة الإلكترونية بشكل يضمن حقوق أطراف المعاملة هو في المقام الأول سلوك وتنشئة اجتماعية تتجلى في أخلاق تنعكس على المعاملة مما يستوجب تدخل الطرف المؤثرة في العملية التجارية بما يخدم هذا التوجه فدرع القانون وحده غير كاف؛

باعتبار أن التجارة الإلكترونية ترتبط بالوسائط الإلكترونية أصبح من الضروري ولمعالجة المعاملة التجارية ضمن الفضاء الإلكتروني من التشديد في التشريعات التي تتعلق بالأمن السيبراني وحماية المعلومة من الاختراق الاستعمال الغير مشروع؛

التسهيل في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بالانفتاح على شبكة الانترنت والعمل على تنمية وعي المستهلك باستخدام هذه الآلية الحديثة،

وضع إطار قانوني للجوانب المتعلقة بنظام الدفع الإلكتروني تعمل على تقليل المخاطر المحيطة باستخداماته.

5. قائمة المراجع:

-أحمد خالد العجولي. (2002). التعاقد عن طريق الأنترنت، دراسة مقارنة (الإصدار طبعة 2002). عمان، الأردن: المكتبة القانونية.

-أحمد عبدالله العوضي. (2010). العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية. مجلة الاقتصاد والمجتمع (6).
-أسامة أبو الحسن مجاهد. (2002). التعاقد عبر الأنترنت (الإصدار طبعة 2002). مصر: دار الكتب القانونية.

-المادة 6. (10 مايو، 2018). قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المؤرخ في 2018/05/10. الجريدة الرسمية لجمهورية الجزائرية. الجزائر.

-أنور عيدة، و سالمي محمد الدينوري. (2022). مدى قدرة المراجع الجزائري على المراجعة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية. مجلة رؤى اقتصادية.

-رانية المنجي، و نيمان عمار. (2020). سلوك المستهلك. منشورات الجامعة السورية الافتراضية.

- زاهية حورية سي يوسف . (2018). حق العدول عن العق الية لحماية المستهلك الإلكتروني. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية.
- سهام قنفي، و علي سامي منهي. (2022). استخدام وسائل الاتصال الحديثة تكريس للعزلة النفسية والاجتماعية. دراسات وأبحاث، 14(1).
- صباح عبد الكريم. (2019). النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني. الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 18 - 05 . قلمة: جامعة 08 ماي 1945.
- عبد الفتاح بيومي الحجازي. (2003). مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- كليل بن يوسف. (2023). حماية المستهلك الإلكتروني في ظل قانون التجارة الإلكترونية الجزائري. مجلة الدراسات القانونية 8(1).
- محمد أمين الرومي. (2004). التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت (الإصدار 1). الإسكندرية: دار المطبوعات الجامعية.
- مدحت رمضان. (2001). الحماية الجنائية لتجارة الإلكترونية. القاهرة: دار النهضة العربية.
- موفق عمارة. (بلا تاريخ). الحماية المدنية في عقود التجارة الإلكترونية. مصر: دار النهضة العرب.