



جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



حماية المستهلك الإلكتروني من المنصات الإلكترونية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص قانون أعمال

تحت إشراف الأستاذة:

- د. أكسوم عيلام رشيدة

من إعداد:

- سمير أعريب

-فايدة كيدوش

لجنة المناقشة:

- د/ قونان كهينة، أستاذ محاضر أ..... رئيسا
- د/ أكسوم عيلام رشيدة، أستاذ محاضر أ..... مشرفا و مقرا
- د/أوديع نادية، أستاذ مساعداً..... ممتحنا

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وعرفان

اللهم صل وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

بسم الله الرحمن الرحيم

(قَتَبَسَمَ ضَاحِكًا مِّن قَوْلِنَا وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا

تَرْضَاهُ وَأُدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ) سورة النمل الآية (19)

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان للأستاذة: أكسوم عيلام رشيدة لإشرافها على هذه المذكرة وعلى كل التوجيهات والارشادات التي قدمتها لنا.

كما نتوجه بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة.

الأهداء

الحمد لله الذي ما تم جهد ولا اختتم سعي إلا بفضله وما تخطى العبد من
عقبات وصعوبات إلا بتوفيقه ومعونته.

أهدي عملي هذا المتواضع إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما
وحفظهما.

إلى من أعتز وأفتخر بهم إخوتي وأخواتي الذين دعموني في مشواري
الدراسي وإلى أصدقائي

إلى كل من أكن له المحبة والتقدير.

الاهداء

الحمد لله الذي ما تم جهد ولا اختمسي إلا بفضله وما
تخطى العبد من عقبات وصعوبات إلا بتوفيقه ومعونته.
أهدي عملي هذا المتواضع إلى الوالدين الكريمين أطال
الله في عمرهما وحفظهما.

إلى من أحملهم في قلبي إخوتي الأعزاء.

إلى كل من كان بجانبني طوال مشواري الدراسي وإلى
أصدقائي

كل الشكر والاحترام والتقدير.

مقدمة

تلعب التطورات التكنولوجية دائماً دوراً حاسماً في تشكيل حجم ونطاق الأسواق في مختلف الصناعات، وذلك من اختراع المطبعة وحتى ظهور الأنترنت، فقد أدى كل تقدم تكنولوجي إلى إحداث تغييرات كبيرة في الطريقة التي تعمل بها الشركات وتفاعل المستهلكين مع المنتج، وتعتبر المنصات الإلكترونية من إحدى أبرز الطرق التي أثرت بها التطورات التكنولوجية على حجم السوق في مرحلة التحول للسوق الرقمي، ومع تبني الشركات والمؤسسات للمنصات الإلكترونية فإنها تكتسب القدرة على الوصول إلى جمهور أوسع والاستفادة من الأسواق غير المستغلة سابقاً.

تغير التطورات والابتكارات في مجال التكنولوجيا بسرعة طريقة شراء المستهلكين للمنتج، ومع استمرار التقدم السريع في التكنولوجيا سيظل سلوك المستهلك يتطور بسرعة أكبر، وقد أدى ظهور المنصات الإلكترونية بدون توقف إلى تغيير عادات الناس بشكل كبير، حيث لا يقتصر وضع المستهلكون اليوم على الحصول على كميات هائلة من المعلومات فقط، إنما ثمة القدرة على شراء أي شيء يريدونه على الفور بنقرة زر واحدة.

وبالرغم من التأطير والاهمية البالغة التي تمتاز بها المنصات الإلكترونية في مجال التجارة والاقتصاد، إلا أن المستهلك الإلكتروني قد يواجه عبر الأنترنت عدداً من المخاطر التي قد ينجر عنها وقوعهم ضحايا للنصب والاحتيال أو التزوير... الخ، حيث يرتبط بعضها بالأجهزة والبرامج المستخدمة في التسوق ويرتبط بعضها الآخر بوسائل الدفع، في حين تنبثق مخاطر أخرى من كيفية إجراء وسيرورة عملية التسوق بصفة عامة، فانتشار وكثرة المنصات الإلكترونية التي تعرض على المستهلك سلعا وخدمات يكثر عليها الطلب وبأسعار رخيصة جداً وتخفيضات مغرية للغاية، حيث

يستقبل الشخص ذو النية السيئة المدفوعات أو التسبيقات عبر حسابه البريدي أو البنكي أو باستعمال خدمة تحويل الأموال المتوفرة في التطبيقات الهاتفية للمؤسسات المالية، دون أن يقوم بإرسال المنتج لصاحب الطلب وذلك بهدف النصب على المستهلك.

وفي إطار حماية المستهلك من المخاطر الجمة التي تنتج عن استعمال المنصات الرقمية في الجزائر، فقد عمل المشرع الجزائري على محاربة هذه الظاهرة وذلك بإصداره مجموعة من النصوص القانونية التي تحول دون الضرر بالمستهلك عامة والمستهلك الإلكتروني خاصة والمتمثلة في القانون رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات (معدل ومتمم)، قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، بالإضافة إلى قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

تكمن أهمية موضوع الدراسة في توضيح الجانب النظري والقانوني ودراسة الأبعاد القانونية والفقهية للأساس الذي يستمد منه المشرع الجزائري حمايته القانونية للمستهلك الإلكتروني، بالإضافة كون المستهلك الإلكتروني من أبرز أطراف العلاقة الإستهلاكية التي وجب حمايته وحماية حقوقه من كل خطر يدهم أمنه ويهدد استقراره الجماعة، وبالتالي فقد بدت الحاجة ماسة إلى إرساء قواعد حماية المستهلك الإلكتروني من الاضرار والاطار التي تنتج عن استغلال المنصات الإلكترونية.

فالهدف من دراسة هذا الموضوع هو محاولة التعرف على ماهية حماية المستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري خلال استعماله للمنصات الرقمية مع تحديد المخاطر التي تواجهه في البيئة الرقمية مع تسليط الضوء على مضمون الحماية القانونية المدنية والجزائية للمستهلك الإلكتروني.

هناك أسباب ودوافع جعلتنا ندرس موضوع حماية المستهلك من المنصات الالكترونية منها ما هو شخصي او ذاتي ومنها ما هو موضوعي، حيث ترجع الأسباب الذاتية او الشخصية الى ميولنا لهذا النوع من المواضيع المتعلقة بشبكة الانترنت والمنصات الرقمية والحماية المقررة للمستهلك الالكتروني من قبل المشرع الجزائري وقيمه كون أن هذا الموضوع يعتبر من المواضيع التي تحتاج للدراسة والدعم القانوني، أما بالنسبة للأسباب الموضوعية فهو ناتج عن أهمية الموضوع بالنسبة للسياسة الإلكترونية التسويقية المنتهجة في الجزائر فنحن في الوقت المعاصر ومع تطور الكبير الذي يحصل في مجال التكنولوجيا والاتصالات فيزداد مقدمة شغفنا وفضولنا لاكتشاف مهارات أكثر حول هذا المجال، لذلك يجب الاطلاع والبحث الكامل على طريقة حماية المستهلك الالكتروني من المنصات الالكترونية، بالإضافة الى اثناء الدراسات السابقة حول الموضوع.

نظرا للإشكالات الفقهية والقضائية والقانونية التي يطرحها موضوع حماية المستهلك من المنصات الالكترونية فالإشكالية الجوهرية هي: **فيما تتمثل أحكام حماية المستهلك الإلكتروني عند استغلاله للمنصات الرقمية؟**

تحقيقا لأهداف الدراسة فقد اتبعنا المنهج التحليلي الذي كان ضروريا لشرح وتوضيح وتحليل المواد القانونية والاحكام القضائية ذات العلاقة بالمستهلك الالكتروني ونسج العلاقة بينها لاستنباط الاحكام واستخلاص النتائج وذلك للتوصل الى المعلومات ذات الصلة بالظاهرة محل الدراسة، بالإضافة الى المنهج الوصفي وذلك من خلال نقل مضمون الوقائع القانونية وفي تحديد المفاهيم المتعلقة بالموضوع.

المقدمة

للإجابة على الإشكالية المطروحة تكون خلال فصلين نتناول مفهوم حماية المستهلك و المنصات الإلكترونية(الفصل الأول)، آليات حماية المستهلك الإلكتروني في ظل المنصات الإلكترونية(الفصل الثاني).

الفصل الأول:

مفهوم حماية المستهلك والمنصات الالكترونية

خلال الفترة الأخيرة حدثت الكثير من التطورات في تكنولوجيات المعلومات والاتصالات حيث ربطت العالم بشبكات الكترونية جعلت منه خلية مترابطة بشكل قوي ففور ظهور هذه الشبكة أدت إلى تغيير نمط الحياة الاقتصادية لكافة المستهلكين فقد أصبح المستهلك يتسوق ويتم كافة تعاملاته التجارية دون عناء كما أصبح بإمكانه أن يعمل ويدفع الكترونيا عن طريق الحاسب بدون بذل أي جهد فالمستهلك أصبح يحمل وصفا وهو " المستهلك الإلكتروني " نظرا للوسيلة التي يستخدمها في اقتناء حاجياته. فقد كان للتقدم الإلكتروني السريع ازدياد المعاملات الإلكترونية التي تشكل المستهلك أحد أطرافها الأساسية ويعد الطرف الضعيف في هذه العملية فغالبا ما يفتقد إلى الخبرة والقدرة على التفرقة بين سلعة وأخرى من حيث الجودة أو الميزة الحقيقية للسلع أو الخدمات. فالرغبة في الربح السريع دفعت الكثير من التجار والمنتجين ومقدمي الخدمات في اتباع اساليب غير مشروعة للإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة فأصبح المستهلك الإلكتروني عرضة لهذه المخاطر.

وعليه سيتم التطرق الى مفهوم المنصات الإلكترونية (المبحث الاول) ثم مفهوم المستهلك الإلكتروني في البيئة الإلكترونية (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم المنصات الالكترونية

شرعت الجزائر في الاهتمام بما يسمى بالمنصات الالكترونية التي نتجت عن التطور التكنولوجي التي تعد مجموعة من الحلول المتكاملة التي تقدم عبر الإنترنت، بحيث تمكن المستخدم أو المستهلك أو قطاعات الأعمال المختلفة من تنفيذ مهام متعددة في نفس المكان عبر الإنترنت، دون الحاجة إلى استخدام الأساليب التقليدية، ونعني هنا وجود ترابط وتكامل بين سلسلة من المعلومات التي يحتاجها المستخدم وتمكنه من الوصول إلى الخدمة المطلوبة في نفس المكان الذي ابتداء منه، وعليه سنتطرق لمدلول المنصات الالكترونية (المطلب الأول)، ثم متطلبات المنصات الالكترونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مدلول المنصات الالكترونية

أحدثت المنصات الالكترونية ثورة في نماذج أنشطة الأعمال التقليدية، وأصبحت المستهلك يعتاد على وجودها، حيث تجعل التسوق ممكنا عن بعد دون عناء التنقل وهو ما يستوجب منا دراسة تعريف المنصات الإلكترونية (الفرع الأول)، مميزاتها (الفرع الثاني)، وانواعها (الفرع الثالث).

الفرع الأول

تعريف المنصات الإلكترونية

تعد المنصات الإلكترونية من التطبيقات التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطوير العملية التسويقية، بواسطتها يتم نقل المحتوى باستخدام وسائل اتصال متنوعة لتوصيل محتوى أو منتج وتتيح المادة المحتوى في أي وقت وفي أي مكان دون تقيد، لذا تسعى العديد من الدول على غرار الجزائر الى استخدام المنصات الإلكترونية لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة.¹

إن المنصات الإلكترونية هي إحدى أدوات التكنولوجيا الحديثة التي يمكن استخدامها في العديد من مجالات العملية التسويقية، بغية تسهيل عملية التسويق فيظل ما توفره من خصائص ومميزات تساعد في هذا المجال،² وعرفت أيضا بأنها "أجهزة أو برامج تستخدم تطبيق أو خدمة ما تعمل وفق نظام التشغيل وتنسيق البرامج التي تستخدم مجموعة من التعليمات لمعالج معين".

¹ - هاني جودة مصباح ابوخريص، "متطلبات توظيف المنصات الرقمية في التعليم كما يدركها أعضاء هيئة التدريس والطلاب" دراسة مطبقة على جامعة الفيوم، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، المجلد 20، العدد 20، جويلية 2020، ص 444.

² - منال فتحي سمحانوأسماء فتحي السيد علي، "متطلبات استخدام المنصات التعليمية الإلكترونية في ضوء التحول الذكي للجامعات" دراسة لأراء أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنوفية، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 14، العدد التاسع، ديسمبر 2020، ص 263.

كما تعرف بانها "عبارة عن منصات متاحة عبر التقنية ومسيرة بتوجهات الأعمال لإدارة وتحسين وتقديم الخدمات الحكومية باستمرار عبر نقاط اتصال رقمية متعددة، على سبيل المثال، متصفح الويب وتطبيق الهاتف المحمول، وتوفير تجربة رقمية معززة لأصحاب المصلحة الذين يستفيدون من الخدمات".

كما يمكن تعريفها بأنها "أرضيات عن بعد، قائمة على تكنولوجيات الويب وتتكون من عرض تقني وتجاري متماسك من أجل النفاذ إلى عالم من الخدمات البعيدة التفاعلية أو غير تفاعلية والتي يمكن بثها أو توفيرها على الخط، والتي يمكن أن تخضع إما للدفع أو تكون مجانية والوصول إليها إما محدود أو غير محدود، ويعتمد هذا العرض على تطوير مجتمع من المستخدمين مع كل من مشغل لمنصة ما".¹

ويرى آخرون أنها "أرضيات للتكوين عن بعد قائمة على تكنولوجيا الويب، وهي بمثابة الساحات التي يتم بواسطتها عرض الأعمال وجميع ما يخص التسويق الإلكتروني وتشمل المنتجات والسلع وما تحتويه من نشاطات تسويقية ومن خلالها تتحقق عملية البيع والشراء باستعمال مجموعة من أدوات الاتصال والتواصل، وتمكين المستهلك من الحصول على ما يحتاجه من اقتناءات".²

¹ - بوعتلي محمد وسامي ليلية، واقع المنصات الرقمية وتأثيرها على التنمية المستدامة في الجزائر "دراسة ميدانية وقياسية"، مرجع سابق، ص 14.

² - جلال صلاح الدينومريشيش خالد، "استخدامات طلبة الاعلام الرياضي السمعي بصري للمنصات الرقمية ودورها في تحسين العملية البيداغوجية"، مجلة روافد للدراسات والأبحاث في علوم الرياضة، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية والرياضية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة محمد بضيف-المسيلة، سبتمبر 2021، ص 29.

كما تعرف أيضا على أنها "الوعاء الرقمي الذي يشكل النسبة الملائمة لربط باقي عناصر واستيعابهم من منتجين ومستهلكين وتضم المنصة مكونين رئيسيين هما المالكون يتحكمون ويراقبون عمل المنصة ويديرون نظام حكومتها ثم المزودون الذين يعملون عبر واجهة المنصة مع المستخدمين"، أو "عبارة عن نوع من الرابطة ونظام تحكمه مجموعة من القوانين والعمليات واستخدامه مفتوح للجميع لهذا يكون الانتشار ويشيع جو من التشبيك الإيجابي بين الأعضاء والمستخدمين للمنصة بهذا يكون الانتشار فيه أسرع وأوسع".¹

الفرع الثاني

مميزات المنصات الالكترونية

تتميز المنصات الالكترونية بالفائدة العارمة نظرا لكونها ذات قدر كبير من الإمكانيات والمميزات، فضلا عن أنها تحتوي على حجم كبير من المحتويات،² إذ تضمن توفير المحتوى في وضعين حيث تسمح بتوفير المحتوى للمستهلكين أو تقاسم المحتوى والتواصل والتعاون مما يوفر قاعدة انطلاقا لأفكار جديدة والمساهمة في تطوير المهارات الرقمية، كما تقوم على إزالة الحواجز والعوائق أمام التواصل وتعزيز

¹ - سيف يوسف سويدي، صناعة المنصات الرقمية، منصة أريد للنشر والتوزيع، ماليزيا، 2020، ص 13-15.

² - أسماء نوري ومحمد عبود، البوابات والمنصات الرقمية، محاضرات في مادة المراجع العربية التقليدية والإلكترونية، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، ص 01.

التفاعلات الاجتماعية، وتسمح للمؤسسات أو المنظمات من الوصول إلى أكبر عدد من جمهور المستهلكين.¹

لتحقيق التفوق في سوق السياحة، ينبغي التركيز على مقارنة العروض المتاحة على المستوى الوطني أو الدولي من خلال المنصة الرقمية، وذلك لضمان اختيار الأفضل والأكثر تنافسية، بالإضافة إلى ذلك يجب المساهمة في تطوير استراتيجية شاملة لتسويق العلامة السياحية "الجزائرية" باستخدام منصات رقمية متقدمة، فهذه الاستراتيجية يجب أن تكون قادرة على مواجهة المنافسة الإقليمية والدولية بفعالية، مما يعزز من جاذبية الجزائر كوجهة سياحية ويزيد من إقبال الزوار على استكشاف معالمها الفريدة.²

يتميز النظام الرقمي بانخفاض التكاليف والاحتياجات من الموارد، إلى جانب سهولة الاستخدام والمرونة، مما يسهم في تحسين التنسيق في توصيل المحتوى، حيث يمكن من خلاله التحديث الفوري وضمان التنسيق في الأحداث، كما يُتيح فتح قنوات للحوار بين المطورين والجمهور، مما يوفر فرصاً أكبر للابتكار والتغيير، حيث يمكن

¹ - وفاء حرمه وسيف الدين تلي، "واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية" منصة أمازون الرقمية نموذجاً، مجلة المدير، المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي، القطب الجامعي-القليعة، المجلد التاسع، عدد خاص بالملتقى الدولي حول اقتصاد المنصات الرقمية "فرص وتحديات"، أكتوبر 2022، ص 44.

² - جازية بن رابح، "المنصات الرقمية كآلية لتفعيل استراتيجية تسويقية مستدامة للمنتج السياحي في الجزائر" منصة نملتيك نموذجاً، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي-تبسة، المجلد السابع، العدد الثاني، جوان 2023، ص 165.

للمطورين تلقي ملاحظات الجمهور بشكل مباشر والعمل على تحسين وتطوير خدماتهم بناءً على هذه الملاحظات.¹

كمتوفر المنصة الإلكترونية تخفيضاً كبيراً في تكاليف المعاملات، بما في ذلك تكاليف البحث والتوزيع والرصد، فمن خلال التحول الرقمي يمكن تقليل الوقت والموارد المستهلكة في هذه العمليات، مما يعزز الكفاءة ويوفر تجربة أكثر سلاسة وفعالية للمستخدمين.²

الفرع الثالث

أنواع المنصات الإلكترونية

تتقسم المنصات الإلكترونية إلى العديد من الأنواع ومن أهمها منصات التواصل الاجتماعي (أولاً)، المنصات التعليمية (ثانياً)، منصات التجارة الإلكترونية (ثالثاً)، المنصات الإخبارية (رابعاً).

أولاً/منصات التواصل الاجتماعي:

تعرف منصات التواصل الاجتماعي بأنها "التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تُستخدم للتواصل مع الآخرين، ونشر المعلومات عبر شبكة الإنترنت العالمية من

¹ - وفاء حرمة وسيف الدين تلي، واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية "منصة أمازون الرقمية نموذجاً"، مرجع سابق، ص 45.

² - دلول شيماء وبن طيبة خلود، دور المنصات الرقمية في تسويق الخدمات "دراسة حالة منصة BZ.BOOKING.PRO لمؤسسة الانفال للسياحة والاسفار"، مذكرة ماستر، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي-تبسة، 2023، ص 07.

خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة"، كما تشير أيضا إلى أنها "أداة اتصال عبر الإنترنت تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى ونشره عبر نطاق واسع، حيث أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي يتم إنشاؤه من قبل عدد كبير من المستخدمين يصل إلى بضعة ملايين، وذلك على عكس المحتوى الذي يتوافر عبر وسائل التواصل التقليدية والذي يتم إنشاؤه من قبل بضعة أشخاص فقط"،¹ وهي تتميز بالعديد من الخصائص والتي يمكننا التطرق لها في النقاط التالية:

- أ- تعتمد على المستخدم: حيث يوضع المحتوى الرئيسي لهذه المواقع من قبل مستخدميها.
- ب- تحقق التفاعل بين المستخدمين: توفر منصات التواصل الاجتماعي تفاعلا كبيرا بين مستخدميها من خلال العديد من الطرق كغرف الدردشة، وممارسة الألعاب، وغيرها من طرق التفاعل الإلكترونية الأخرى.
- ج- تعزز القواسم المشتركة: حيث تحتوي منصات التواصل الاجتماعي على العديد من المجموعات الافتراضية التي تجمع أفرادها قواسم واهتمامات مشتركة.
- د- تركز على تطوير العلاقات بين المستخدمين: حيث يزداد نجاح الشبكات الاجتماعية كلما زاد عدد العلاقات التي تنشأ بين مستخدميها.²

¹ - سميحة ناصر خليف، ما هي وسائل التواصل الاجتماعي، 20 ديسمبر 2020، موجود على الموقع الإلكتروني: <https://mawdoo3.com>، تم الاطلاع عليه يوم 07 افريل 2024، على الساعة 06:14.

² - محمد مروان، مواقع التواصل الاجتماعي، 03 جانفي 2021، موجود على الموقع الإلكتروني: <https://mawdoo3.com>، تم الاطلاع عليه يوم 07 افريل 2024، على الساعة 06:25.

ثانيا/المنصات التعليمية:

تعرف المنصات التعليمية بأنها "بيئة تعليمية تفاعلية توظف تقنية الويب وتجمع بين مميزات أنظمة إدارة المحتوى الإلكتروني وبين شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وتويتر وتمكن المعلمين من نشر الدروس والأهداف ووضع الواجبات وتطبيق الأنشطة التعليمية، والاتصال بالمعلمين من خلال تقنيات متعددة، تقسيم الطالب إلي مجموعات عمل، وتساعد على تبادل الأفكار والآراء بين المعلمين والطالب، ومشاركة المحتوى العلمي، مما يساعد على تحقيق مخرجات تعليمية ذات جودة عالية"¹، وهي بدورها تتميز بالعديد من الخصائص يمكننا التطرق لها في النقاط التالية:

أ- **التفاعلية:** تتيح المنصات الإلكترونية بيئة تعلم تفاعلية بين المعلمين والمتعلمين حول المحتوى التعليمي من خلال تسخير أساليب تقنية للتفاعل سواء تزامنيا أو بعديا.

ب- **المرونة:** تسمح المنصات الرقمية للمتعلم فرصة العودة للمحتويات التدريبية في أي زمان ومكان من جهة، ومن جهة أخرى تنوع في محتوياتها الرقمية المواكبة للموضوعات العصرية.

ج- **التعلم الذاتي:** يتحقق لدى أوساط المتدربين من خلال إمكانية العودة للمحتويات الرقمية والمعطيات التدريبية، بإتاحة حرية اختيار الزمان والمكان والقضاء على الفروق الفردية.

¹ - هاني جودة مصباح ابوخريص، "متطلبات توظيف المنصات الرقمية في التعليم كما يدركها أعضاء هيئة التدريس والطلاب" دراسة مطبقة على جامعة الفيوم، مرجع سابق، ص 444.

- د- **التنوع في عرض المحتوى:** تسعى المنصات لعرض محتويات رقمية غنية باستخدام عدة طرائق للعرض التي تعزز إثارة القدرات العقلية لدى المتعلم والمتدرب من أجل الإبداع في أساليب التفكير وتنمية المهارات.¹
- هـ- **إدارة المحتوى:** إن الأدوات التي تستخدمها المنصة التعليمية الإلكترونية تسمح بالوصول إلى المحتوى التعليمي الإلكتروني سواء تم شراؤه تجارياً أم إضافياً من قبل المستخدمين وبالتالي يمكن لأعضاء هيئة التدريس والمدرسين إنشاء المواد التعليمية والدورات وتخزينها وإعادة توظيفها مع إتاحة الوصول إلى هذا المحتوى عن طريق الإنترنت.
- و- **تخطيط المناهج:** إذ توفر المنصة التعليمية الإلكترونية الأدوات والسعة التخزينية اللازمة لتقييم ودعم الدروس أو المحاضرات ورسم خطة عمل عملية التعلم.
- ز- **التواصل:** تسهل المنصة التعليمية الإلكترونية عملية التواصل والاتصال، حيث توفر الأدوات المختلفة المدمجة في نظامها عملية التواصل عن طريق البريد الإلكتروني ومنتديات النقاش ولوحات الإعلانات والمدونات.²

¹ - بارة فتيحة وبوخاري سمية، "تحديات ورهانات تطبيقات المنصات الرقمية بمؤسسات التعليم العالي" منصة مودل: جامعة البليدة 02 نموذجاً، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة العربي التبسي-تبسة، المجلد الخامس، العدد الثاني، ديسمبر 2022، ص 679.

² - منال فتحي سمحان وأسماء فتحي السيد علي، "متطلبات استخدام المنصات التعليمية الإلكترونية في ضوء التحول الذكي للجامعات" دراسة لآراء أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنوفية"، مرجع سابق، ص 268.

ثالثاً/ منصات التجارة الإلكترونية:

تعتبر منصات التجارة الإلكترونية نقلة نوعية في عالم التجارة والأعمال حيث تمكن المتسوقين من شراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت بسهولة وأمان وتمكن البائعين من دخول أسواق جديدة واقتناص فرص مختلفة عن طريق عرض منتجاتهم بشكل مميز وحديث، وبالتالي فهي حل برمجي ووسيلة حديثة تتيح للتجار وأصحاب الأعمال والمشاريع إنشاء متاجر إلكترونية لبيع ما يقدمونه من منتجات أو خدمات للعملاء عبر شبكة الإنترنت، وتتميز تلك المنصات بأنها سهلة التعامل، وتتيح للأفراد والشركات القيام بأعمالهم التجارية دون أي قيود مرتبطة بالوقت أو الحواجز الجغرافية من خلال المنصة بسهولة وفاعلية، وقد لعبت دوراً مهماً في الاقتصاد العالمي إذ أحدثت ثورة في طريقة تسوق الأشخاص وبيع السلع والخدمات، حيث عملت على:

- أ- **زيادة التجارة الدولية:** مكنت منصات التجارة الإلكترونية الشركات من بيع منتجاتها وخدماتها على مستوى العالم، وكسر الحواجز الجغرافية والسماح للشركات بالوصول إلى أسواق جديدة.
- ب- **خفض التكاليف:** أتاحت منصات التجارة الإلكترونية للشركات تقليل الحاجة إلى المتاجر الفعلية وانخفاض تكلفة النفقات العامة مثل الإيجار والمرافق، حيث ساعدت منصات التجارة الإلكترونية على خفض تكاليف ممارسة الأعمال التجارية.
- ج- **خلق فرص العمل:** أدى نمو التجارة الإلكترونية إلى خلق العديد من الوظائف الجديدة، مثل مطوري الويب والمسوقين الرقميين وممثلي خدمة العملاء.

د- التأثير على سلوك المستهلك: أصبح بإمكان المستهلكين مقارنة الأسعار للسلع والخدمات بسهولة وقراءة المراجعات وإجراء عمليات الشراء من أي مكان وفي أي وقت، مما أدى إلى مزيد من الراحة والكفاءة في عملية الشراء.

رابعاً/المنصات الإخبارية:

وهي "منصات رقمية قامت بإنشائها وكالات الأنباء الإعلامية قصد الانتقاء أو القفز بالعمل الصحفي الراقى مستوياته، حيث ركزت هذه المنصات بشكل كبير على الأدوات الرقمية الأساسية لإنتاج نوعية جيدة من الأخبار بطرق جديدة وبسرعة أكبر وبتكلفة أقل وكذلك لتصميم الممارسات أو الخدمات التي تساعد على حل الأزمات والمهام".¹

المطلب الثاني

متطلبات المنصات الالكترونية

إن الغاية الأساسية في عمل المنصات الالكترونية هو دورها في تعزيز التعاون بين المستخدمين المنتجين ومزودي الخدمات للتعامل مع بعضهم، وهو ما يستوجب منا أيضاً التطرق لدراسة متطلباتها من خلال متطلبات المنصات الإلكترونية من الناحية المادية (الفرع الأول)، ومتطلبات المنصات الرقمية من حيث الأشخاص (الفرع الثاني).

¹ - دلول شيماء وبن طيبة خلود، دور المنصات الرقمية في تسويق الخدمات "دراسة حالة منصة BZ.BOOKING.PRO لمؤسسة الانفال للسياحة والاسفار"، مرجع سابق، ص 10.

الفرع الأول

متطلبات المنصات الإلكترونية من الناحية المادية

تتمثل خدمة الانترنت في "الوصول إلى قواعد البيانات العالمية وآخر الاخبار وغيرها، وكذلك قراءة معظم الجرائد العالمية والمحلية، البحث داخل الموسوعات العلمية والثقافية، البية والشراء من داخل شبكة الانترنت... الخ"،¹ فالأنترنت هي "مجموعة من شبكات الكمبيوتر التي تصل ملايين الأجهزة حول العالم، فهي مصدر قيم للمعلومات، يتغير ويتوسع بين دقيقة وأخرى، ومشروع الأنترنت الأساسي قام في الستينات لأغراض عسكرية وذلك بهدف تناقلالمعلومات وعدم فقدان الاتصال كلياً في حل تعرض جزء من هذه الشبكة لعطل معين".²

ويتطلب العمل على الأنترنت وجود عدد كبير من مزودي الخدمة إضافة إلى المستهلكين الذين لولا وجودهم لما وجدت الشبكة، فالتواجد على الأنترنت يتطلب القيام بخدمات كثيرة ومتنوعة من قبل مقدمي خدمة الأنترنت في الربط بين الشبكات وتزويد المستخدم بالمعطيات،³ فمقدم خدمة الانترنت عرفه المشرع الجزائري في القانون رقم 04-09 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال

¹ - احمد ريان، خدمات الانترنت، إصدارات المجمع الثقافي، الطبعة الرابعة، ابوظبي، 2001، ص 33.

² - محمد جمال احمد قبيعة، تطبيقات الانترنت "مشروع كامل ونماذج عملية"، دار الراتب الجامعية، بيروت، 1997، ص 13.

³ - حدة بوخالفة، مقدمو خدمات الانترنت ومسؤوليتهم الجنائية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي-تبسة، 2017، ص 15.

ومكافحتها،¹ بأنه أي كيان عام أو خاص يقدم لمستعملي خدماته القدرة على الاتصال بواسطة منظومة معلوماتية أو نظام للاتصالات، كما عرفه بأنه أي كيان يقوم بمعالجة أو تخزين معطيات معلوماتية لفائدة خدمات الاتصال ومستعملها،² وبالتالي فالمشرع الجزائري نجده قد نظم استغلال خدمات الانترنت كنشاط اقتصادي مقنن، مما يجعل مقدمي خدمات الانترنت متعاملين اقتصاديين يمارسون نشاطا مهنيا على وجه الاعتياد والتنظيم بهدف الحصول على الربح.³

أما مستعمل الانترنت فهو الشخص الذي يدخل على أحد مواقع شبكة الأنترنت عن طريق استخدام الوسائل الفنية اللازمة، من جهاز تليفون والمودم وغير ذلك من الوسائل، ومستخدم الأنترنت إما أن يكون متلقي للمعلومة من أو على الأنترنت وإما أن يكون مرسل لها، وهو طرف رئيسي في الأنترنت.

ولا يمكن للأنترنت أن تعمل من دون ولوجه وعمله فيها، فهو يتصل بموقع على شبكة الأنترنت بغية الحصول على المعلومات أو إرسالها، وقد يكون متصفحاً لها فقط، كما قد يضيف إليها وقد يجمع بين هذه العمليات وهذا سبب تسميته بمستخدم

¹-قانون رقم 04-09 المؤرخ في 05 اوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر العدد 47 الصادر في 16 اوت 2009.

²- مصطفى هنشور وسيمة، "النظام القانوني لمقدمي خدمات الانترنت"، مجلة البحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي-سعيدة، المجلد الثاني، العدد الخامس، ديسمبر 2015، ص 128.

³- اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018، ص 56.

الأنترنت بدلا من زائرها أو متصفحها أو غيرها من التسميات التي تطلق بهذا الخصوص.¹

الفرع الثاني

متطلبات المنصات الإلكترونية من حيث الأشخاص

يسمح الاشتراك في خدمة الأنترنت لكل من المستهلك الإلكتروني والمحترف الدخول إلى شبكة الانترنت، إلا أن تشغيل واستغلال هذه الأخيرة يتطلب تدخل اشخاص يدعون بالوسطاء التقنيين،² حيث يعرف وسطاء الإنترنت بأنهم مجموعة من الأشخاص التي ينحصر دورهم في تمكين المستخدم من الدخول إلى شبكة الإنترنت والتجول فيها والاطلاع على ما يريد، فهم يتولون تقديم الخدمات الوسيطة في الإنترنت وهم مزودي الخدمة أو ما يطلق عليهم موردي منافذ الدخول ومتعدي الإيواء، وكذلك موردي المحتوى المعلوماتي إلى الشبكة.³

أولا/متعدي الوصول:

يقصد بمتعهد الوصول "أي شخص طبيعي أو معنوي يقوم بدور فني لتوصيل المستخدم الجمهور -إلى شبكة الأنترنت، وذلك بمقتضى عقود اشتراك تضمن

¹ - حدة بوخالفة، مقدمو خدمات الانترنت ومسؤوليتهم الجنائية، مرجع سابق، ص 20.

² - اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 73.

³ - براء علي محمد صالح، المسؤولية العقدية لمزودي خدمات عبر الانترنت "دراسة مقارنة"، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2020، ص 13.

توصيل العميل إلى المواقع التي يريدّها"، وأيضا هو تلك "المؤسسة التي تزود المستخدم بالوسائل الممكنة لدخول الأنترنت وربطه بالحاسب الرئيسي، حيث يمكن المستخدم

من الوصول إلى المواقع التي يرغبها والحصول على حاجاته من المعلومات والخدمات".¹

ثانيا/ متعهدي الايواء :

يعرف متعهدي الايواء بأنهم "كل الأشخاص الطبيعية أو المعنوية التي تتولى تخزين التطبيقات والسجلات المعلوماتية لعملائها، وتمدهم بالوسائل التقنية والمعلوماتية التي تمكنهم من الوصول إلى ذلك المخزون عبر شبكة الأنترنت، أو أنهم كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتخزين صفحات الويب والمواقع الإلكترونية عبر أنظمتها المعلوماتية بمقابل أو بالمجان، على أن يلتزم بقواعد السلامة والربط الكفيلة بحماية شبكة الأنترنت، وضمان استمرارية النفاذ إلى هذه الصفحات والمواقع".²

¹ - حدة بوخالفة، المسؤولية الجزائية لمتعهد الدخول عبر الأنترنت، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس-المدية، المجلد السادس، العدد الأول، جانفي 2020، ص 02.

² - عادل بوزيدة، المسؤولية الجزائية لمتعهدي إيواء المواقع الإلكترونية، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص القانون الجنائي الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي-تبسة، 17-18.

ثالثا/ مورد خدمة الدخول إلى الانترنت:

يطلق عليه أيضا تسمية الناقل المادي للمعلومة بعامل الاتصالات وهو ذلك الشخص الذي يساعد فنيا في تحويل المعلومات ونقلها عبر الشبكة الأنترنت، فهو وسيط بين متلقي المعلومة (مستخدم الشبكة) ومورد المعلومة أو منتجها، كما أنه الشخص الذي يسعى إلى وضع المحتوى المعلوماتي على شبكة الأنترنت، وبذلك يعد مصدر المعلومة وليس مؤلفها أو منتجها، وإنما شخصا مهنيا تخصص في جمع المعلومات وتزويد شبكة الأنترنت بها.¹

وتكمن عملية توريد خدمات الوصول إلى الإنترنت في تزويد متعهد الوصول مستخدمى الشبكة المشتركين معه بموجب عقد تقديم خدمات الدخول بالوسائل والأجهزة الفنية اللازمة لدخولهم إلى شبكة الإنترنت، والتي تمكنهم من التنقل والتصفح فيها بحرية، ومن الوصول إلى المواقع الإلكترونية التي يرغبون الاطلاع على مضمونها، فالنشاط المحوري لمورد خدمة الإنترنت هو تقديم خدمة الدخول إلى شبكة الإنترنت للمشاركين معه من جمهور المستخدمين، الأمر الذي يتطلب تزويدهم بمفتاح دخول، وبكلمة سر، وبريد إلكتروني من أجل ارسال أو استقبال الرسائل الخاصة بهم.²

¹ - حدة بوخالفة، مقدمو خدمات الانترنت ومسؤوليتهم الجنائية، مرجع سابق، ص 32-33.

² - ايمن مصطفى البقلي، النظام القانوني لعقد الاشتراك في بنوك المعلومات الإلكترونية "دراسة تطبيقية مقارنة للتعاقد عبر الإنترنت"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010، ص 10.

رابعاً/ المؤلف أو صاحب المعلومة:

يتمثل المؤلف أو صاحب المعلومة في الشخص مصدر معلومة ما أو رسالة بواسطة إلكترونية تبث بالإنترنت وهو مسؤول عن كل أمر غير مشروع أو مخالف للقانون أو سبب ضرراً للغير، وأيضا هو الشخص الذي يخلق شيء أصلي للتعبير عن شخصيته، سواء كان ذلك في الأدب، أو الدراسات الاجتماعية أو الفن أو في العلوم التقنية ويبثه عبر الأنترنت.¹

المبحث الثاني

مفهوم المستهلك الإلكتروني في البيئة الالكترونية

كثرة المعاملات التي يقوم بها المستهلك الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت قد تحمل معطيات تتعلق بحياته الخاصة وغير ذلك مما يفضل ألا يطلع عليه غيره، وقد يسيء من تصل إلى هذه المعطيات عبر المنصات الالكترونية توظيفها واستغلالها سواء بطريق شرعي أو بطريق غير مشروع، ما جعل التشريعات الوضعية الحديثة تنظر باهتمام بالغ و حذر إلى هذه المشكلة لكي تضع قوانين وتنظيمات تمنع وتعاقب من يعتدي على المستهلك، ولمعرفة خصوصية هذه الحماية التي يفرشها المشرع لا بد من التطرق لمدلول المستهلك الإلكتروني (المطلب الأول)، ثم مخاطر الاستهلاك الإلكتروني (المطلب الثاني).

¹ - حدة بوخالفة، مقدمو خدمات الإنترنت ومسؤوليتهم الجنائية، مرجع سابق، ص 37.

المطلب الأول

مدلول المستهلك الإلكتروني

يتمثل المستهلك الإلكتروني في "الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحه"¹، ولهذا كان لا بد من وضع تعريف للمستهلك الإلكتروني (الفرع الأول)، وضع تعريف لحماية المستهلك الإلكتروني (الفرع الثاني)، بالإضافة لمبررات حماية المستهلك الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الأول

تعريف المستهلك الإلكتروني

يعد المستهلك أحد الأطراف الأساسية المكونة للبيئة الجزئية للتسويق مما جعل الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك تتزايد خاصة مع تزايد المشاكل التي تواجه المستهلك، وهذا ما ساعد في ظهور المنظمة الدولية للمستهلك،² حيث يعرف المستهلك على أنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يحصل على سلعة أو خدمة

¹ - درار نسيم، "المستهلك الرقمي وقصور القوانين الكلاسيكية النازمة لحمايتها"، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس-المدية، العدد الأول، جوان 2017، ص 148.

² - شرفة حكيمة، مبادئ التسويق، دار الخلدونية، الجزائر، 2019، ص 45.

لاستعمال غير منهي، وهو الشخص الذي من أجل احتياجاته الشخصية غير المهنية يصبح طرفا في عقد تموين بسلعة أو خدمة".¹

أما المستهلك الإلكتروني فهو مصطلح حديث لا يختلف عن مفهوم المستهلك التقليدي، إلا من خلال الاستعانة بوسائل الاتصال الإلكترونية في عقد الاستهلاك عن بعد عبر الانترنت، فيعرف على أنه "كل شخص طبيعي أو اعتباري يتعاقد بأحد الوسائل الإلكترونية، من أجل الحصول على السلع والخدمات الإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية، أو احتياجاته خارج نطاق تخصصه".²

كما يعتبر المستهلك الإلكتروني أحد أطراف المعاملات التجارية الإلكترونية وهو نفسه المستهلك العادي، ويكمن الفرق في واسطة التعامل بينه وبين المنتج أي المورد الإلكتروني حيث يتم عبر وسيلة إلكترونية في شبكة الاتصالات العالمية والمتطورة تكنولوجيا،³ كما تم تعريفه بأنه "كل شخص يقوم بإبرام تصرفات قانونية من أجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية الشخصية أو العائلية".⁴

¹ - عبد الرحمان بن جيلالي ومديحة بن ناجي، 'مفهوم المستهلك في القانون الجزائري'، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة-خميس مليانة، المجلد الخامس، العدد الأول، مارس 2023، ص 45.

² - اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 43.

³ - صليحة بن علي وخالدية مكي، استحداث آليات فعالة لحماية رضا المستهلك الإلكتروني، مجلة بحوث، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، المجلد 14، العدد الأول، أكتوبر 2020، ص 112.

⁴ - كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2018، ص 36.

تطرق المشرع الجزائري لتعريف المستهلك الإلكتروني من خلال المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".¹

من خلال استقراء المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية التي تعرف المستهلك الإلكتروني، يتضح لنا أن التعريف الذي قدمه المشرع الجزائري في المادة 06 سالفة الذكر يعكس شمولية ومرونة القانون، حيث يغطي جميع الأشخاص الذين يشاركون في التجارة الإلكترونية، سواء كانوا أفرادًا أو مؤسسات، وسواء قاموا بالشراء بمقابل أو مجانًا، كما يحدد بوضوح أن الهدف من الشراء هو الاستخدام النهائي وأن المعاملات تتم عبر الوسائل الإلكترونية.

كما تطرق المشرع الجزائري لتعريف المستهلك الإلكتروني من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانًا سلع أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية الحاجات الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به"،² وقد أضاف أيضا القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة الثالثة منه لتعريفه

¹ - المادة 06 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018م، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر العدد 28 المؤرخة في 16 ماي 2018.

² - المادة 03 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد 15 مؤرخة في 08 مارس 2009.

على أنه: "المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".¹

من خلال استقراء مضمون هاته المواد يتضح لنا أن المشرع الجزائري قد أخذ بالمفهوم الضيق الذي حصره في الغرض الشخصي دون المهني، سواء الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين، وقد جعل الاستفادة من الحماية منوطة بكون التصرف موجها لإشباع الحاجات الشخصية والعائلية، لا الحاجات المهنية وبالتالي يعترف للمهني بوصف المستهلك ولا يتمتع بالحماية.

الفرع الثاني

تعريف حماية المستهلك الالكتروني

ترتكز فكرة حماية المستهلك على حركة منظمة لحماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين تمارسها مجموعة متعددة من الأجهزة الحكومية وغير الحكومية، دف في النهاية إلى تعريف المستهلك بحقوقه وكيفية حمايتها، بحيث لا تقتصر حماية المستهلك على مرحلة تسويق السلع والخدمات؛ بل تشمل أيضا مراحل الإنتاج والاستهلاك.²

¹ - المادة 03 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر العدد 41 مؤرخة في 27 جوان 2004.

² - روشو عبد القادر، "الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي تسميلت، المجلد السادس، العدد الثاني، سبتمبر 2022، ص 463.

ترتبط كلمة ارتباطا وثيقا بضمان الحقوق التي أرقّت المستهلك حتى أضحي يعاني بشكل دائم من العديد من الأزمات الحادة، ولذلك فالمقصود بحماية المستهلك في هذه الحالة هو توفير الأمان له بمعناه الشامل، أي بمعنى تحقيق مقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة من خلال تعظيم قدراته في التصدي للممارسات الضارة بمصالحه واتخاذ الإجراءات الكفيلة التي توفر له هذه الحماية إجمالاً في مختلف الاتجاهات.¹

وبالتالي، فتعد حماية المستهلك ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الإنسان، ومن ثم وجود نصوص دستورية، ومفهوم عالمي لحقوق الإنسان يشمل كافة المجالات، وأن الالتزام الفعلي لهذه الحقوق يتطلب حماية المستهلك كإنسان ومواطن، ويتحقق ذلك بتوفير حياة آمنة له وكل أفراد أسرته؛ بحيث تكفل الدولة لهم حماية النفس والمال، وتوفر لهم حداً أدنى من الحياة الكريمة فيحصلون على احتياجاتهم كمقابل للسعر العادل للمنتجات والخدمات التي تقدم لهم، دون أية أضرار صحية، وذلك كله إعمالاً لمبدأ تحقيق أمن وفعالية المنتجات والخدمات.²

¹- محمد كامل يعقوب، سياسة حماية المستهلك في ظل شفافية الممارسات التجارية "دراسة حالة المديرية الولائية للتجارة بولاية الوادي لسنة 2019/2020"، مذكرة ماستر في العلوم السياسية، تخصص سياسات عامة وإدارة محلية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي، 2020، ص 22-23.

²- منيرة بلورغي، "حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مداخلة في الملتقى الدولي السابع عشر حول: الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، يومي 10/11 افريل 2017، ص 171-172.

الفرع الثالث

مبررات حماية المستهلك الالكتروني

باعتبار أن المستهلكين من حيث العدد يشكلون السواد الأعظم في المجتمع، ونظرا لكونهم غير متجانسين من حيث المستوى المعيشي، كل هذا أصبح يمثل ضرورة قصوى ومطلب عام يجب الاستجابة إليه لحمايتهم،¹ وهذه الحماية بدورها تعود للعديد من الأسباب والمبررات كحاجة المستهلك إلى الخدمات الالكترونية (أولا)، التطور الحديث في شبكة الانترنت (ثانيا)، زيادة ثقة المستهلك بالتجارة الالكترونية (ثالثا)، وافتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني (رابعا).

أولا/ حاجة المستهلك إلى الخدمات الالكترونية:

تتبع حاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية وبأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وفي هذا السياق فإنه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح.²

¹ - روشو عبد القادر، "الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مرجع سابق، ص 464.

² - درار نسيمة، المستهلك الرقمي وقصور القوانين الكلاسيكية النازمة لحمايتها، مرجع سابق، ص 154.

ثانيا/ التطور الحديث في شبكة الانترنت:

أصبحت أجهزة الحاسوب أكثر قوة في أواخر الثمانينيات وهذا مما زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة، وبالرغم من أن هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الإلكتروني الذي يستطيع المستخدمون استخدامه في إرسال رسائل كل منهم للآخر إلا أن هذه الشركات عملت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركتها، ففي أوائل التسعينيات ظهر ما يسمى بشبكة الإنترنت، وظهرت العديد من التقنيات والأدوات والوسائل التي أسهمت في تطوير هذه الشبكة، ولذلك فإن شبكة الإنترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، وتتألف من الآلاف من أجهزة الحاسوب المتصلة معاً بشبكة الإنترنت، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة.¹

ثالثا/ زيادة ثقة المستهلك بالتجارة الالكترونية:

من المسائل التي تحدد حجم التجارة الالكترونية ثقة الجمهور فيها واقبال المستهلك عليها فالثقة ضرورية في التجارة الالكترونية وعامل اساسي لنجاحها فالمخاطر التي تحدد التجارة الالكترونية كثيرة ، فمن خصوصية التجارة الالكترونية انها تتم دون الوجود المادي للأطراف و يعتمد على وسيط يتكون من اجهزة تقنية متطورة تعالج البيانات و تخزينها ثم تتولى نقلها لتصل الى الطرف الآخر باستخدام

¹ - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية-نابلس، فلسطين، 2009، ص 30.

اليات الاتصال عن بعد الامر الذي يجعل الصفقة غير مؤكدة من قبل المستهلك مالم يتيقن انها محمية بشكل كاف ، وبالتالي هذا الغموض والشك يرتبط ارتباطا وثيقا بثقة المستهلك التي تعتبر مسالة حاسمة للتجارة الالكترونية و تطورها ، فالثقة اهم ما يحتاجه المستهلك في سوق التجارة الالكترونية لتلبية حاجياته الشخصية.¹

رابعاً/ افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني:

تعد شبكة الأنترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فالبريد الإلكتروني ومواقع الأنترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد وهو عرض أنواع متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك والتعاقد معه من خلالها، فقدره المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب و شبكة الأنترنت تسهل عليه الوصول إلى المنتجات و الخدمات التي يريدها، وعليه فافتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الإنترنت، وهذا من خلال ما يواجهه عند التعمق في هذه الشبكة وعدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الصغيرة، بالإضافة لما سبق فإن عدم معرفته بشبكة الإنترنت قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع قراصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي،² لذا فإن حاجة المستهلك إلى الحماية في

¹ - زيغن محاسن ابتسام وبلقاسم تروزين، "مبررات حماية المستهلك في التجارة الالكترونية"، مجلة القانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي صالحى أحمد-النعامة، المجلد التاسع، العدد الثاني، سبتمبر 2023، ص 209.

² - زيغن محاسن ابتسام وبلقاسم تروزين، "مبررات حماية المستهلك في التجارة الالكترونية"، مرجع سابق، ص 210.

التسوق الإلكتروني تتبع أيضا من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية.¹

المطلب الثاني

مخاطر الاستهلاك الإلكتروني

يجري التعامل عبر المنصات الإلكترونية في عالم افتراضي مما يجعل المستهلك عرضة للعديد من المخاطر، فلا وجود لتعامل مباشر بين المستهلك الإلكتروني والتاجر، وبالتالي فمن الطبيعي التفكير أكثر من مرة قبل الثقة في نجاح العملية الإلكترونية، والمخاطر التي قد تواجه المستهلك الإلكتروني خلال تعامله عن طريق المنصات الإلكترونية نجد كل من التزوير الإلكتروني (الفرع الأول)، الغش والخداع (الفرع الثاني)، النصب والاحتيال (الفرع الثالث).

الفرع الأول

التزوير الإلكتروني

تعتبر جريمة التزوير في المجال المعلوماتي من أخطر صور غش المعلوماتية، وقد تضمنت توصية المجلس الأوروبي الخاصة بجرائم المعلوماتية الإشارة إلى جريمة التزوير المعلوماتي وإلى ضرورة تجريم استعمال المحرر المعلوماتي المزور،² كما

¹ - درار نسيمية، المستهلك الرقمي وقصور القوانين الكلاسيكية الناطمة لحمايتها، مرجع سابق، ص 155.

² - مكي ايمان، "حماية المستهلك جنائيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني"، مجلة معارف، جامعة أكلي محند أولحاج-البويرة، المجلد العاشر، العدد 19، ديسمبر 2015، ص 171.

يعرف أيضا بأنه تغيير الحقيقة في مستند أو محرر أو سجل إلكتروني بأية وسيلة كانت، وبنية استعماله، تغييرا من شأنه الإضرار بمصلحة الدولة أو الأفراد.¹

ويعتبر التزوير في مدلوله العام، تغيير الحقيقة أيا كانت وسيلة بالقول أو بالكتابة، فهو في جوهره كذب، وفي مرامه اغتيال لعقيدة الغير، وهذا المفهوم للتزوير عام وشامل لجميع انواع الغش بما في ذلك الاحتيال وإساءة الائتمان،² وبالتالي فتعتبر جريمة التزوير الإلكترونية من الجرائم الإلكترونية التي يمكن ارتكابها بواسطة نظام حاسوبي أو شبكة حاسوبية، أو داخل نظام حاسوب، وتشمل من الناحية المبدئية جميع الجرائم التي يمكن ارتكابها في بيئة إلكترونية، بمعنى أنها تتمثل في المساس العمدي بأنظمة الحاسب الآلي ومكوناته وبرامجه باستخدام أي تقنية حديثة من تقنيات الحوسبة والاتصال وبناءً عليه فإن الجريمة الإلكترونية يُمكن أن تحدث في احدى ثلاث مراحل أثناء إدخال المعلومات أي قبل طبعها في شكلها النهائي، ويُمكن أن ترتكب أثناء معالجة وتحليل البيانات ويُمكن أن تتم أثناء إخراج المعلومات.³

¹ - عادل مستاري، "جريمة التزوير الإلكتروني"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، المجلد 17، العدد الأول، جوان 2017، ص 299.

² - فتيحة عمارة، "جريمة التزوير الإلكتروني"، مجلة القانون والمجتمع، جامعة ادرار، المجلد السابع، العدد الأول، جوان 2019، ص 168.

³ - عبد العزيز نقطي، "جريمة التزوير في بطاقات الائتمان"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي، المجلد 13، العدد الأول، افريل 2022، ص 757.

الفرع الثاني

الغش والخداع

1/ الغش:

يعد الغش "كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة المواد أو فائدتها التي دخل عليها عمل الفاعل، ولا تهم الوسيلة التي لجأ إليها الفاعل في سبيل تحقيق غايته، فقد يتم الغش بإحلال مواد أقل قيمة مكان أخرى أعلى منها فيما يراد إدخال الغش عليه، أو بإنقاص بعض المواد أو إضافة مواد أخرى عليه تزيد من كميته وتقلل من مفعوله، وغير ذلك من الصور التي لا تدخل تحت حصر، حيث يتفنن الغشاشون في استنباطها لتحقيق أغراضهم للحصول على أرباح طائلة وغير مشروعة".¹

كما يعرف على أنه "كل فعل عمدي ينصب على سلعة معينة بشكل يخالف القواعد المقررة لها وأصول الصناعة، ومن شأن هذه المخالفة انتقاصه من خواص البضاعة أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكل ومظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة"، في حين يعرفه البعض الآخر على أنه "كل تغيير أو تعديل أو تسوية يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع ويكون من شأن ذلك النبيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطاء شكلا أو مظاهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة، وذلك بقصد الاستفادة من الخواص المسلوبة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن".²

¹ - درار نسيمه، المستهلك الرقمي وقصور القوانين الكلاسيكية النازمة لحمايتها، مرجع سابق، ص 156.

² - اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني، مرجع سابق، ص 390.

وعليه، فيتحقق الغش بارتكاب كل الوسائل الاحتيالية لتحقيق كسب غير مشروع على حساب المستهلك، لأن المستهلك عادة ليست لديه القدرة على التمييز بين من يخدعه ومن يرضيه، أو الشيء الذي يضره منعدمه أو السعي نحو تجنب ما ينجم عن هذا الغش من إضرار بصحته.¹

2/ الخداع :

أما الخداع فهو "استعمال حيلة توقع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد،² كما أنه من الوسائل الاحتيالية التي يستخدمها الشخص ليقع غيره في الخطأ، وبالتالي لا يكفي فيه الكتمان بل يجب أن تتحقق فيه ممارسات تقع على الشيء نفسه ليحدث الخطأ المطلوب ويؤثر على المستهلك من خلال إظهار الشيء على غير حقيقته، منه فالخداع قد ينصب على طبيعة المنتج أو في مكونات السلعة أو خصائصها الجوهرية أو في نوع وكمية المنتج وأحياناً يكون في مصدر البضاعة أو هويتها"³، وهو أيضاً "كل فعل تستخدم فيه تقنيات المجتمع الإلكتروني بهدف تحقيق كسب مادي غير مشروع وكذا خداع المستهلك"، وقد ورد هذا التعريف استناداً لقانون التجارة الإلكترونية الذي أحال مسألة التجريم والعقاب المتعلقة بالخداع التجاري الإلكتروني للقواعد التقليدية المتمثلة في قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك وقمع الغش،

¹ - سي يوسف زاهية حورية، "تجريم الغش والخداع لحماية المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، المجلد الثاني، العدد الأول، جوان 2007، ص 18.

² - اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 391.

³ - درار نسيم، المستهلك الرقمي وقصور القوانين الكلاسيكية الناضمة لحمايتها، مرجع سابق، ص 157.

فالخداع الإلكتروني هو نفسه الخداع العادي إلا أن ارتكابه يتم باعتماد وسيلة إلكترونية، وعليه يكون العقد الإلكتروني محلاً لجريمة الخداع، إلا أن دور الوسيط الإلكتروني يقتصر على إبرام العقد فقط، أما تسليم السلعة أو تقديم الخدمة ودفع المقابل فيتم خارج الوسيط الإلكتروني باستثناء بعض المنتوجات ذات الطابع الإلكتروني التي تتطلب طبيعتها تسليمًا ودفعًا إلكترونيين كالكتب الإلكترونية مثلًا... الخ.¹

تجدر الإشارة إلى أن الخداع نوع من التدليس المدني المعروف في القواعد العامة، أي الغلط الذي يقع فيه المتعاقد نتيجة طرق احتيالية يقوم بها المتعاقد الآخر، إلا أنه لا يمكن اعتبار الصور المجرمة للخداع من قبيل التدليس المدني الذي يعيب التراضي في العقد، بل يتجاوز هذه الحالة، لأن التدليس الذي يجرمه المشرع لا يشترط أن يبلغ درجة معينة من الجسامة، كما لا يشترط أن يقع أثناء تكوين العقد أي إبرامه، بل قد يقع بعد تكوين العقد أو خارج دائرة العقد.²

وبالتالي، فيعرف الغش والخداع الإلكترونيان على أنهما كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات، حيث يشملان غش وخداع المستهلك الإلكتروني في كل تصرف يصدر من شخص محترف، يهدف

¹ - بوطالب امينة، دلول الطاهر، "الإشكالات القانونية لتجريم الخداع التجاري على ضوء قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية، المجلد 11، العدد الثالث "عدد خاص"، أكتوبر 2020، ص 251.

² - سي يوسف زاهية حورية، تجريم الغش والخداع لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 18.

من خلاله إظهار الشيء محل التعاقد على غير حقيقته مما يوقع مقتني المنتج في غلط من أجل الحصول على مصلحة غير مشروعة.¹

الفرع الثالث

النصب والاحتيال

يقصد بجريمة النصب والاحتيال الاستيلاء على الحياة الكاملة عمدا عن طريق الاحتيال على مال مملوك للغير، وتعد جريمة النصب من أشد وأكثر الجرائم التي تتم من خلال الحاسب الآلي وعن طريق الانترنت، وينصرف مدلولها إلى استخدام طرق ووسائل احتيالية من قبل الجاني (المورد الإلكتروني) لتحقيق منفعة مادية غير مشروعة،² أو هو سلوك يرمي إلى استحواذ على ممتلك من خلال الإدعاء الزائف (التقمص) المقصود الذي يمارسها المدعي أمام فريسته الجاذبة لكي يستحوذ على مال أو ممتلك ليوقعها في شبكته التي حاكها لها لتصبح فيما بعد ضحيته،³ كما تعتبر هذه الجريمة من أخطر الجرائم التي تحدث ضررا على المستهلك في إجراءات التعاقد

¹ - اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 391.

² - سامية العايب ومنال عرابة، "الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة النصب الإلكتروني"، مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد الخامس، العدد الثالث، أكتوبر 2021، ص 232.

³ - معن خليل العمر، علم ضحايا الاجرام، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 61.

الإلكتروني، لما تحمله من دعاية مظلة على أنواع السلع والخدمات وهذا ما نجده في الإعلان المضلل.¹

تقوم جريمة النصب والاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية عندما يلجأ المزود عامداً، ولأجل الترويج لمنتجاته إلى الدعاية المضللة التي قد تتطوي في بعض الأحيان على مغالطات عملية، على حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية، وجرائم الاحتيال أو النصب يمكن أن تقع عبر الإنترنت، حيث تتمثل الطرق الاحتيالية فيها في صورة الدعاية المضللة لمزايا السلعة، والفوائد المرجوة من ورائها، بحيث تؤدي للاستيلاء على نقود المستهلك.²

¹ - نبيلة بريش، حماية المستهلك في مرحلة ابرام العقد الإلكتروني، مذكرة ماستر، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2022، ص 52.

² - عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مرجع سابق، ص 103.

الفصل الثاني:

آليات حماية المستهلك الإلكتروني في ظل
المنصات الإلكترونية

نظرا للتطور الحاصل في المجال الإلكتروني وفي مجال التجارة الإلكترونية افرز عن الحاجة الملحة بوجوب توفير حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني باعتبار ان هذا الأخير لا يجد أمامه إلا جهاز الحاسب الإلكتروني المعتمدة أساسا على شبكة الأنترنت في ظل الاقتصاد الرقمي فقد اصبحت هناك متاجر ومؤسسات خدماتية ذات وجود افتراضي على الأنترنت مع وجود دعاية واعلانات مغرية ومبهرة نوعا ما وأحيانا مخادعة تجعل المستهلك الإلكتروني يكون ضحية للغش والخداع وضحية من أجل شراء سلعة أو خدمة معينة.

فظهرت مشكلة حماية المستهلك الإلكتروني باعتباره طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية مع المحترف الذي يعد مركز قوة في مواجهة المستهلك لهذا اهتمت التشريعات بموضوع حماية المستهلك الإلكتروني من جميع المخاطر التي تلحق به.

وعليه يتم التطرق للحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني بنوعيتها والتمثلة في الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني (المبحث الأول) ثم الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني (المبحث الثاني).

المبحث الأول

الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني

أصبحت حماية المستهلك الإلكتروني اليوم ورعايته تأتي في مقدمة الواجبات الأساسية للدولة الجزائرية بمختلف أجهزتها والنصوص القانونية التي تصدرها، ذلك أن هذا العصر هو عصر الإنتاج الكبير مع كل مغرياته ولا سيما في ظل الاقتصاد الحر المواكب للتجارة الإلكترونية التي أصبحت مظهرا من مظاهر العولمة، فقد أصبح اقتناء الحاجيات اليومية من خلال شبكة الانترنت شيئا عاديا اليوم، وهو ما جعل المشرع الجزائري يعمل على توفير حماية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في هذه العملية وذلك عن طريق حمايته قبل التعاقد (المطلب الأول)، وحمايته بعد التعاقد (المطلب الثاني).

المطلب الأول

حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد

تعتبر مرحلة ما قبل التعاقد من المراحل التي لها دور كبير في الدفع بالمستهلك الإلكتروني للدخول في علاقة تعاقدية قد تكون ذات نتيجة سلبية عليه من خلال الترويج للسلعة أو الخدمة بشكل مبالغ فيه، وهو ما استوجب منا التطرق للالتزام بالإعلام (الفرع الأول)، والاعلانات التجارية الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الالتزام بالإعلام

يعد الإعلام عبارة عن بيان أو إشارة أو تعليمات يمكن أن تقدم توضيحا حول واقعة أو قضية ما،¹ اما الالتزام بالإعلام فهو التزام سابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد،² وهو أيضا جعل المستهلك في أمان ضد مخاطر المنتج الذي يشتريه سواء كان سلعة أو خدمة وهو ما يفرض على المهني التزاما بإحاطة المستهلك علما بظروف العقد وملايساته.³

كما يعد الالتزام بالإعلام بأنه التزام عام يسبق مرحلة التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويطلق الفقه على هذا الالتزام قبل التعاقدى بالإدلاء بالمعلومات والبيانات، ويؤدي الوفاء به إلى السماح للمستهلك البدء في إبرام العقد وهو على علم بحقيقة التعاقد والبيانات التفصيلية المتعلقة بأركانه وشروطه، ومدى ملائمتها للغرض الذي يبتغيه من التعاقد في حين يعتبره البعض الآخر واجب ضمني أوجده القضاء والذي بمقتضاه يلتزم الطرف الأكثر خبرة والأفضل معرفة بإبلاغ الطرف الآخر بالبيانات

¹ - احمد محمد الرفاعي، حماية المستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص 104-105.

² - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية "دراسة مقارنة"، الدار الجامعية، 2007، ص 163.

³ - خليفي مريم، الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، دفا تر السياسة والقانون، العدد الرابع، جانفي 2011، ص 205.

المتعلقة بموضوع التعاقد،¹ ويتطلب الالتزام بالإعلام السابق على التعاقد توافر شرطين أساسيين والمتمثلين فيما يلي:

- أن يكون أحد المتعاقدين مهنيا خبيراً على نحو يسمح له بالعلم الشامل والكافي ببيانات ومواصفات المبيع محل عقد الاستهلاك، ولا يقتصر علم المهني بالمعلومات المتعلقة بالمنتج بل يتعداها إلى العلم بأهميتها وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك.
- أن يكون المستهلك جاهلاً لهذه المعلومات حيث أن هذا الجهل هو الذي يجعل المهني في عقود الاستهلاك الإلكترونية مدين بالإعلام للمستهلك، غير أن جهل المستهلك لا بد أن يكون مشروعاً، باعتبار أن الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المهني له حدود، حيث لا يتعدى ما يجهله المهني شخصياً ولا المعلومات التي يعلمها المستهلك أو يفترض علمه بها.²

يختلف الالتزام بالإعلام عن غيره من الالتزامات كالالتزام بالاستعلام كون المستهلك يجب عليه أن يستعلم عن محل العقد لكي يتعاقد عن علم ودراية، فإذا تعاقد المشتري وهو عالم بشكل جيد وحصل على معلومات وعناصر تقدير كافية، فإن

¹ - حياة محمود، التركي باهي، " ضمانات الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني"، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر 2021، ص 416.

² - خليفي مريم، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق، ص 206-207.

التزام البائع بالإعلام الناشئ عن القانون يختفي والقضاء مستقر على هذا،¹ هذا ويعد الالتزام بالإعلام من أهم الضمانات القانونية لتحقيق المساواة في العلم بجوانب العقد بين طرفي العلاقة خاصة وأنه من الشائع والمستغرب أيضا في العقود التي تبرم عبر الانترنت أن تكون الشروط التعاقدية مخفية، كأن يكون من الصعب على المستهلك إيجاد بنود العقد على الموقع وذلك بسبب العدد الكبير من الوثائق القانونية المرفقة، أو في بعض الأحيان قد يطلق على المحتويات القانونية أسماء غير قانونية، وهو ما يقوم به المهني بهدف عدم تخويف المستهلك بالشروط و الالتزامات القانونية، وبناء على ذلك فإذا كان الالتزام بالإعلام يعتبر حجر الزاوية في جميع العقود فلا بد أن يعزز في العقود التي تبرم في البيئة الرقمية.²

تطرق المشرع الجزائري لهذا النوع من الالتزام باعتباره حق في المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"، وكذلك تطرقت له المادة 18 من نفس القانون سالف الذكر في المادة 18 منه على أنه: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في

¹ - جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق-جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2002/2001، ص 34-35.

² - خليفي مريم، الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 207.

التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلك وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها".¹

وعليه، فنجد أن المشرع الجزائري قد تطرق إلى واجب المنتج أو البائع في اعلام المستهلك وهو لم ينص صراحة على هذا الالتزام في مجال العقود الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

الفرع الثاني

الاعلانات التجارية الإلكترونية

يعد الإعلان التجاري الإلكتروني الموجه للمستهلك شكل من أشكال الإبداع والابتكار الذهني لأنه يتجسد بمظهر فني يستقطب الاهتمام ويلفت نظر الأشخاص فهو يعتمد على التكرار المستمر وتبسيط الفكرة على المتلقي باستخدام كل ما من شأنه التأثير النفسي من إلهاب الخيال واجتذاب العين وهذا كله بهدف تنشيط الطلب على المنتجات والخدمات،² كما يعرف على أنه "مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تهدف إلى توجيه انتباه أفراد المجتمع إلى سلعة أو خدمة محددة تحثهم على

¹ - المادتين 17 و18 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

² - بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك "دراسة مقارنة"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2011، ص 19.

شراءها أو طلبها أو هو عبارة عن أنواع من الأنشطة المختلفة التي تتم من خلالها نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها".¹

وقد عرف جانب من الفقه أيضا الإعلان التجاري الإلكتروني بأنه كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسيا على الجمهور تحقيقا لغايات تجارية، ولا يختلف الإعلان الإلكتروني عن التقليدي إلا في الوسيلة المستخدمة، إذا يمكننا القول بان الإعلان الإلكتروني ما هو إلا وسيلة تهدف إلى عرض منتج أو خدمة ما للجمهور بأي وسيلة من الوسائل الإلكترونية بطريقة مغرية لقاء أجر وذلك بهدف جلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين للتعاقد.²

تطرق المشرع الجزائري للإعلان في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بالرقابة وقمع الغش على أنه: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات والعروض أو الإعلانات أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية

¹ - عمارة مسعودة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الاعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد الأول، العدد الثاني، جوان 2011، ص 319.

² - عبدلي امينة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلتي ما قبل واثناء التعاقد، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد الثاني، العدد الخامس، جوان 2018، ص 69.

بصرية"¹، كما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 13-378 في المادة 03 منه على أنه: "كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتوج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه وخصائصه الغذائية، عند الاقتضاء، وطبيعته، وتحويله ومكوناته أو كل خاصية أخرى"²، أما في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فعرفه المشرع الجزائري على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات عن طريق الاتصال الإلكتروني"³.

وبالتالي فلا يعد الإعلان الموجه إلى المستهلك عبر شبكة الانترنت إيجابا إذا لم يتضمن كل العناصر الجوهرية للعقد المراد إبرامه وكذا أسعار السلع أو الخدمات المقدمة وإنما هو دعوى للتعاقد ذلك أن عرض البضائع والخدمات افتراضيا عبر الانترنت يشبه إلى حد كبير نافذة المتجر الواقعي والدعوة إلى التعاقد هي مرحلة تتقدم الإيجاب وتتميز عنه في كون الغرض منها هو انطلاق المفاوضات وهي مجرد مرحلة لاستطلاع الآراء في عرض بيع شيء ما دون تحديد ثمنه وقد تنتهي إلى لا شيء وقد تنتهي إلى إيجاب، فعرض السلع للجمهور مع بيان أثمانها يعتبر إيجابا ذلك أن التاجر أفصح عن نيته للبيع لأي شخص يرغب في الشراء بالثمن المعروض أما إذا عرضت السلع خالية من بيان الثمن فإن هذا دعوة للتعاقد والتي لا تعدو أن تكون سوى وسيلة

¹ - راجع المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر العدد 05 الصادرة سنة 1990.

² - راجع المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58 الصادرة سنة 2013.

³ - راجع المادة 05 من القانون رقم 18-05، مرجع سابق.

لحث الجمهور على التعاقد ذلك أن للتمييز بين الدعوة للتعاقد والإيجاب أهمية كبيرة وذلك لاختلاف الآثار القانونية المترتبة عنهما، ولا يفوتنا في هذا المقام أن نشير إلى أن الإعلان الإلكتروني يعتبر عملاً تجارياً ذلك أن عملية الإعلان تتم بصيغة مشروع وتسعى إلى تنشيط تداول الثروة من أجل تسويق وبيع السلع والخدمات وتشجيع الإقبال عليها من طرف الجمهور،¹ كما قد يظهر الإعلان التجاري الإلكتروني في أشكال مختلفة من أهمها:

- الشريط الإعلاني: وهو رسالة ترويجية في شكل شريط داخل موقع تحوي صور ورسومات ونصوص تهدف لخلق لدى المتصفح وعي وهو أكثر استعمالاً طوله ما بين 205 بوصة وعرضه بوصة واحدة.
- البريد الإلكتروني: أكثر الوسائل التي تمكن من إيصال الرسالة الإلكترونية الترويجية إلى آلاف العملاء.
- الإعلان ضمن موقع الإلكتروني: من خلال موقع تجاري تعرض فيه السلع والخدمات.²

¹ - عبدلي امينة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلتي ما قبل واثناء التعاقد، مرجع سابق، ص 69-70.

² - عمارة مسعودة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الاعلام، مرجع سابق، ص 320.

المطلب الثاني

حماية المستهلك الإلكتروني بعد التعاقد

أحاط المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني في مرحلة ما بعد التعاقد بمجموعة من الضمانات والآليات التي تعمل على ضمان حقوقه والمتمثلة في العدول عن العقد (الفرع الأول)، مخاطر الوفاء الإلكتروني (الفرع الثاني)، ومواجهة الشروط التعسفية (الفرع الثالث).

الفرع الأول

العدول عن العقد

يعد حق العدول عن العقد حق يثبت للمستهلك خلال مدة معينة من تاريخ التسليم في الخيار بين رد المبيع غير المطابق واستبداله بآخر مطابق أو إعادته واسترداد الثمن دون أن تحمل أي نفقات،¹ كما يعتبر أيضا وسيلة قانونية يستطيع بمقتضاها المستهلك إعادة النظر في العقد الذي أبرمه، وذلك بالرجوع عنه بإرادته المنفردة، دون أن تترتب عليه أية مسؤولية وذلك خلال مدة زمنية معينة من تاريخ التسليم.²

¹ - ممدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 154.

² - رفيقة بوالكور، الاحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن العقد، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 12، العدد الأول، افريل 2021، ص 1007.

كما عرف بأنه منح المستهلك الحق في إرجاع السلعة أو رفض الخدمة خلال مهلة معينة من استلام السلعة أو إبرام العقد بالنسبة للخدمة دون إبداء أي مبررات، أو هو ميزة قانونية أعطاها المشرع للمستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد إبرام العقد صحيحا وقبل إبرامه دون تعويض المتعاقد الآخر عما يصيبه من أضرار بسبب الرجوع.¹

تطرق المشرع الجزائري لحق العدول في نص المادة 11 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية: شروط وآجال العدول عند الاقتضاء".²

كما تطرق أيضا له بموجب المادتين 22 و23 من نفس القانون سالف الذكر ولكن هذا الخيار مقرر في حالات معينة فقط، فيمكن للمستهلك العدول إذا لم يحترم المورد الإلكتروني آجال التسليم، أو شاب السلعة عيب، أو كانت غير مطابقة للطلبية،³ كذلك في تعديل قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،⁴

¹ - معامير حسبية، ضمانات عدم تعسف المستهلك في استعمال حقه في العدول عن العقد في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مجلة القانون والمجتمع، المجلد التاسع، العدد الأول، ديسمبر 2020، ص 338.

² - راجع المادة 11 من القانون رقم 18-05، مرجع سابق.

³ - راجع المادتين رقم 22 و23 من القانون رقم 18-05، مرجع سابق.

⁴ - القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018، المعدل والمتمم للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد 35 الصادرة في 13 جوان 2018.

من خلال المادة 19 منه التي تنص على أنه: "العدول هو 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.

تحدد شروط وكيفيات ممارسة حق العدول وكذا آجال وقائمة المنتجات المعنية عن طريق التنظيم".¹

من خلال استقراءنا لنص هاته المواد يتضح أن المشرع الجزائري قد أقر حق المستهلك في العدول عن العقد، فكرس هذا الحق بصورة مطلقة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش وبشروط وفي حالات معينة في قانون التجارة الإلكترونية أقل ما يقال عنها أنها آثار تترتب عن مخالفة المورد الإلكتروني التزاماته.²

وعليه فحق العدول مكنة قانونية منحها المشرع الجزائري للمستهلك الذي يتعاقد عن بعد، يهدف من خلاله إلى حماية إرادة المستهلك، حيث تمكن هذا الأخير من التراجع بإرادته المنفردة عن العقد الذي أبرمه، وذلك لأن حق العدول يهدف بشكل

¹ - راجع المادة 02/19 من القانون رقم 18-09، مرجع سابق.

² - بوخرص نادية، الأحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني "دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتوجيه الأوروبي لحقوق المستهلك"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد السابع، العدد الأول، جوان 2022، ص 1346-1347.

أساسي إلى حماية رضا المستهلك من خلال منحه مهلة للتفكير والتروي وتدارك تسرعه في إبرام العقد.¹

الفرع الثاني

مخاطر الوفاء الإلكتروني

سنتطرق في هذا الفرع إلى وسائل الوفاء الإلكتروني (أولا)، ثم نتطرق للأخطار التي تنتج عنها في مواجهة المستهلك الإلكتروني (ثانيا).

أولا/ وسائل الوفاء الإلكتروني:

لقد نص المشرع الجزائري في قانون النقد والقرض في المادة 69 منه على ما يلي: "تعتبر وسائل دفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل"²، وعليه فإن الوسائل التي تساعد في الوفاء الإلكتروني نجد:

¹ - بسعدي نورة، العرابي خيرة، النطاق القانوني لحق المستهلك الإلكتروني في العدول وفق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري والقانون المقارن، مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد العاشر، العدد الأول، جوان 2022، ص 449.

² - المادة 69 من الأمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 أوت 2003، يتضمن قانون النقد والقرض، ج ر عدد 52 الصادرة بتاريخ 27 أوت 2003.

1. الدفع عن طريق التحويل الإلكتروني:

التحويلات المالية ما بين المؤسسات المصرفية والنقدية تعتبر من أهم العمليات والنشاطات التي تركز عليها لتحقيق الأهداف المسطرة منها في إطار التعاون المصرفي ما بين هذه المؤسسات، ويعتبر التحويل المصرفي في المسائل الهامة التي مسها التطور التكنولوجي، وذلك راجع إلى السرعة في تنفيذ العقود الإلكترونية والثقة ما بين المتعاملين في مجال التحويلات المصرفية، التي تعتبر عملية لانقضاء الالتزام الناتج عن الدفع الإلكتروني ما بين المشتري الذي فضل أن يستعمل وسيلة إلكترونية لاقتناء حاجاته من سلع وخدمات.¹

والتحويل الإلكتروني هو تأمين عملية التحويل من حساب المدين إلى حساب الدائن ليتم الوفاء، وذلك بإعطاء أمر مصرفي يتضمن تحويل مبلغ محدد من المال من حساب آخر ويتم ذلك عبر الانترنت أو من خلال جهاز الصراف الآلي التي تكون مرتبطة بشبكة البنوك وتسمح بالتحويل الداخلي أو من بنك لآخر.²

2. الدفع عن طريق البطاقات المصرفية:

تعرف البطاقة المصرفية بأنها "عبارة عن بطاقات بلاستيكية (Plastic money) ممغنطة تصدرها البنوك لصالح زبائنها بدلا من حمل النقود، ويستطيع

¹ - واقد يوسف، التنظيم القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 96.

² - محمد فواز محمد المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الثقافة، عمان، 2006، ص 94.

حاملها أن يحصل على ما يحتاجه من سلع وخدمات دون أن يضطر إلى الوفاء بثمنها فوراً نقداً أو بشيكات"، فبإمكانه إرسال رقم البطاقة البنكية عن طريق البريد الإلكتروني أو من خلال فاكس أو إرسال البيانات المتعلقة بحسابه البنكي مما يمكن المورد من اقتطاع الثمن من حسابه،¹ ومن هذه البطاقات ما يلي:

أ- بطاقة الائتمان Carte De Crédit :

هي بطاقة بلاستيكية مستطيلة الشكل تحمل رقمها وتاريخ صلاحيتها واسم حاملها واسم المؤسسة المالية أو الشركة التي أصدرتها وشعارها، كما يثبت على ظهرها شريط معلومات الكترومغناطيسي يحمل كافة البيانات والأرقام السرية وبجانبه توقيع الحامل.²

يمكن القول ان بطاقة الائتمان تتميز عن غيرها من وسائل الدفع الأخرى كونها أداة ائتمان إلكترونية، وأداة وفاء وضمان، كما أنها أداة مصرفية متعددة الأطراف حيث يستوجب التعامل بها بين ثلاث أشخاص (مصدر البطاقة والحامل والتاجر)، وتعتبر وسيلة فعالة ومرنة للسداد التكاليف لسهولة حملها.³

¹ - محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 130.

² - أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق، تخصص القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، ادرار، 2018، ص 143-144.

³ - نهى خالد عيسى، البطاقة الائتمانية الإلكترونية، مجلة المحقق الحلى للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، جامعة بابل، العراق، 2015، ص 522.

ب- بطاقة الوفاء DebitCard:

تخول هذه البطاقة لحامها تسديد مقابل مشترياته من سلع أو خدمات، حيث يتم تحويل ذلك المقابل من حساب العميل إلى حساب المورد فهذه البطاقة تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل إلى حساب المورد، وتعتمد البطاقة على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى المصرف، ولذلك فهذا النوع من البطاقات لا يتضمن أي نوع من أنواع الائتمان وإنما تحمل تعهدا من المصرف مصدر البطاقة بتسوية الدين بين حامل البطاقة وإن كان هناك رصيد لحامل البطاقة.¹

ج- بطاقة الشيكات Cheque Guarantee Card:

الشيك الإلكتروني هو مثل الشيك التقليدي المتعامل في التجارة التقليدية والذي اعتاد الناس التعامل به، إلا أنه ومواكبة للتقدم التكنولوجي تمت معالجته ليتم بطرق الكترونية، وهو ليس شكلا جديدا من أنظمة الدفع بل هو نتيجة استخدام وسائل الكترونية لتحويل الشيك الورقي إلى شيك رقمي يسمى "الشيك الإلكتروني" ويستخدم لإتمام عمليات الدفع الإلكتروني، وهو التزام قانوني بسداد مبلغ معين في تاريخ محدد لصالح شخص أو جهة معينة، ويتم تحريره بواسطة أداة الكترونية ويتم تذييله بتوقيع الكتروني ويتمتع بقوة الشيك الورقي في الدول التي تعترف بصحة التوقيع الإلكتروني.²

¹ - محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص 131.

² - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية للمعاملات التجارية الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص 323.

د- بطاقة السحب الآلي Cash Card:

هي بطاقة تخول لحاملها إمكانية سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى تم الاتفاق عليه من خلال أجهزة خاصة، إذ يقوم العميل بإدخال بطاقته لجهاز السحب الآلي والذي يطلب منه إدخال رقمه السري بعدها يطلب الجهاز من العميل تحديد المبلغ الذي يحتاجه من خلال لوحة المفاتيح الموجودة على الجهاز وبعد الصرف يسترد العميل بطاقته آلياً، كما يسجل هذا المبلغ في جانب المدين من حساب العميل مباشرة.¹

فاستخدام هذه البطاقة يتم من خلال السحب الآلي، حيث ساهمت هذه الآلات في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء، كما أنها سهلت في تعاملهم مع البنوك طيلة اليوم الكامل بما فيها العطلات والإجازات الرسمية كذلك.²

هـ - بطاقة الصرف البنكي Charge Card:

تقوم هذه البطاقة على قيام الجهة المصدرة للبطاقة بإرسال كشف بالحساب عن كافة مشتريات حامل البطاقة أو ما دفع عنه، حيث يتضمن تفاصيل المبالغ المستحقة على حامل البطاقة سواء بمسحوباته النقدية من المصاريف أو عبر أجهزة الصراف الآلي، وذلك في ضوء الحد الأقصى لمبلغ البطاقة، إذ يطلب منه الوفاء بها في آجال معينة والاستحقتعليه فوائده.³

¹- أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مرجع سابق، ص 144.

²- أيمن عبد الحفيظ، حماية بطاقات الدفع الإلكتروني، مطابع الشرطة للطباعة والنشر، مصر، 2007، ص 34.

³- أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مرجع سابق، ص 145.

3. الدفع بالنقود الإلكترونية:

تعرف النقود الإلكترونية بأنها وسيلة دفع تخزن قيمة مالية إلكترونية على أداة فنية بحوزة العميل مع إمكانية الزيادة أو النقصان لقيمة نقود العميل كلما قام باستعمالها في الشراء من خلال شحنها بالقيمة أو بتعريفها،¹ للنقود الإلكترونية صورتان تتمثلان في حاملة النقود الإلكترونية ومحفظة النقود الإلكترونية.

أ حاملة النقود الإلكترونية:

تكون حاملة النقود الإلكترونية في الحالات التي تكون فيها وسيلة الدفع قابلة للشحن والتحويل والتخزين لوحدات ذات قيمة مالية، ويكون ذلك على بطاقة تحمل ذاكرة بقيمة قصوى، فمثلا في القانون الأوروبي لا تتعدى 150 أورو والتي تتيح القيام بعمليات شراء لا تتعدى قيمة كل عملية على حدة بما لا يتجاوز حد 30 أورو، وبالتالي فإن هذه الوسيلة تصلح لإتمام عمليات الدفع للعقود البسيطة.²

ب محفظة النقود الإلكترونية:

تعرف محفظة النقود الإلكترونية بأنها عبارة عن محفظة نقود مجازية يمثلها المشتري لدى مؤسسة مالية متخصصة، يتم تمويلها بإيداع رصيد مالي باستخدام بطاقة اعتماد المصرفية، ويجري العمل بها بخصم الثمن من محفظة النقود الخاصة بالمشتري

¹ - مصطفى كمال طه، وائل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار النهضة العربية، مصر، 2005، ص 342.

² - حمودي محمد ناصر، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 432.

لتضاف إلى محفظة النقود الخاصة بالبائع في المؤسسة المالية نفسها، وتمتاز هذه الوسيلة بأنها تحقق أمن تبادل النقد عبر شبكة الانترنت لأنها تعتمد على عملية حسابية دقيقة كما تساهم في الوقت ذاته بتحديد شخصية أطراف التعامل كما تمتاز بقلة تكلفتها مقارنة مع بطاقات الائتمان، إلا إنه بالرغم من هذه المزايا فمحفظة النقود الإلكترونية تواجهها بعض الصعاب من الناحية الفنية إذ يتعين أن يكون كلا طرفي التعامل مالكا لمحفظة النقود الإلكترونية لدى نفس المؤسسة المالية، ومن الناحية القانونية، بالرغم من أنها نقود مجازية إلا أنها مبرئة للذمة، ولذلك اعتبر بعض الشراح الفرنسيين أن النقود الإلكترونية تعتبر تعديا على سلطة الدولة في احتكار عمليات صك النقود.¹

ثانيا: تحديد أخطار الوفاء الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني:

بقد ما تنوعت وسائل الوفاء الإلكتروني سألقة الذكر بقدر ما تنوعت المخاطر التي قد تصيب المستهلك الإلكتروني والتي يمكننا التطرق لبعض منها فيما يلي:

1. المساس بالخصوصية:

ارتبط مفهوم الخصوصية بمفهوم حماية البيانات ، البيانات الاسمية أو الشخصية التي تتعلق بالتعاقد الإلكتروني هي البيانات المتعلقة بالأشخاص أطراف التعاقد ومنهم المستهلكين، فيما يخص احترام خصوصية المستهلك الإلكتروني فإنه يستوجب احترام سرية البيانات الخاصة بالعملاء بوصفهم مستهلكين واحترام حقهم في

¹ - إلياس ناصيف، العقود الدولية "العقد الإلكتروني في القانون المقارن"، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص 159-160.

الخصوصية وذلك بعدم نشر أو بث أي بيانات تتعلق بشخصياتهم والبيانات المصرفية الخاصة أو اساءة استخدامها وتوجيههم توجيهها منحرف أو مراقبتهم دون علمهم لأن خصوصية الأفراد وأسرارهم في عالم الأنترنت معرضة للاعتداء والتحايل وقد تزداد هذه الاعتداءات كما ازداد استعمال الدفع الإلكتروني.¹

2. ضياع أداة الدفع الإلكتروني:

قد تتعرض أداة الوفاء الإلكتروني لمخاطر الفقد أو الضياع، وقد يكون ذلك نتيجة لسهو أو اهمال الحامل (المستهلك) ودون تدخل الغير، وهذا هو الشائع، أو بتدخل الغير ويكون ذلك نتيجة لعملية السرقة، وهنا نكون بصدد جريمة السرقة على الأموال، لأنها تؤدي الى حرمان صاحب المال (المستهلك) منها بصورة كلية، وهذا يحدث عند أخذ أداة الدفع الخاصة بالمستهلك دون ارادته وتحويل الأرصدة المخزنة بداخلها بطريقة احتيالية ويمكن أن تحدث السرقة عندما تسرق البطاقة من خلال السطو على المنازل أو سرقة المحافظ، وغيرها من الوسائل واستعمالها لأغراض احتيالية.²

¹ - كريمة شايب باشا، آليات الحماية من المخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للسياسة العامة، المجلد الثامن، العدد الثاني، نوفمبر 2020، ص 40.

² - رحالي سيف الدين، مخاطر الدفع الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 11، العدد الثاني، جوان 2022، ص 162-163.

3. القرصنة الإلكترونية:

تكمن القرصنة في وسائل الوفاء الإلكترونية في التزوير ويمكن تصور وقوع التزوير في هذا النوع من البطاقة باستعمال إحدى طرق التزوير المتمثلة في الإضافة أو الهدف أو اصطناع ألفاظ أو أرقام أو امضاءات أو أختام أو بصمات، وقد يمكن التزوير في امكانية التزوير الكلي وتقليد بطاقة الوفاء الإلكترونية أو تزوير جزئي لها تتم عملية التزوير إما في الإشعارات أو المستندات أو إصدار وسائل وفاء صحيحة بمستندات مزورة.¹

4. تبييض الأموال:

لقد أدى التطور الكبير في مجال الدفع الإلكتروني بما فيها أنظمة التحويل المالي واستخدام شبكات الحاسوب في الربط بين كافة الأسواق وسهولة نقل أموال كبيرة بالإضافة الى انتشار التجارة الإلكترونية تزايدت عمليات غسل الأموال، وبالتالي تكون عمليات غسل الأموال أو تبييضها جريمة يرتكبها من خلال تنظيم مؤسسي يضم عددا من الأفراد المنخرطين الذي يعملون في إطار منظم وفق نظام وهيكله بالغة الدقة والتعقيدات والسرية، فتؤدي عمليات غسل الأموال الى افساد المصارف نتيجة المعاملات غير المشروعة التي تتم فيها وانهيار البورصات التي تستقبل الأموال بحدوث انخفاض حاد في أسعار الأوراق المالية، ويتم هذا بسهولة دون ظهور هوية المتعاملين.²

¹ - كريمة شايب باشا، آليات الحماية من المخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 39.

² - رحالي سيف الدين، مخاطر الدفع الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني، مرجع سابق، ص 165.

الفرع الثالث

مواجهة الشروط التعسفية

يعتبر الشرط التعسفي ذلك الشرط الذي يورده المحترف في تعاقد مع المستهلك والذي يؤدي إعماله إلى عدم التوازن الفاحش بين حقوق والتزامات الطرفين،¹ وقد تطرق المشرع الجزائري لمفهوم الشرط التعسفي في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وذلك في الفقرة الخامسة من المادة الثالثة والتي نصت على أنه: "يعتبر شرط تعسفي كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال بالظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"،² كما تطرق إلى الشروط التعسفية في المادة 110 من القانون المدني الجزائري والتي تخص العقود بوجه عام على أنه: "إذا تم العقد بطريقة اذعان، وكان قد تضمن شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها، وذلك وفقا لما تقتضي به العدالة ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك"،³ وبالتالي فالشرط التعسفي هو الشرط الذي يعرض على غير المهني، أو على المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال الأخير لسلطته الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة، حيث يلجأ المستهلك إلى التعامل التجاري الإلكتروني دون تفاوض مسبق في عالم افتراضي مغري بل انطلاقا من معطيات عامة متاحة لجميع

¹ - عبدلي امينة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلتي ما قبل واثناء التعاقد، مرجع سابق، ص 76.

² - راجع المادة 05/03 من القانون رقم 04-02، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³ - راجع المادة 110 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر العدد 78 الصادرة في سنة 1975.

المستهلكين على حد سواء، هذا ما يجعل عقود التجارة الإلكترونية أقرب للإذعان، ومن شروط الإذعان في العقود الاستهلاكية:

- حاجة المستهلك للسلع والخدمات المعروضة.
- الاحتكار القانوني والفعلي أو السيطرة للموجب على السلع والخدمات.
- عمومية الإيجاب ومخاطبته للمستهلكين.¹

كما يتضح أيضا أن القضاء الجزائي تدخل في مواجهة الشروط التعسفية لحماية المستهلك وذلك من خلال السلطة التقديرية التي يمتاز بها في تعديل الشروط التعسفية أو الاعفاء عنها، بالإضافة إلى أن القانون قد حمل للمستهلك حق اللجوء إلى القضاء للمطالبة بتعديل الشروط التعسفية الواردة في عقد الاستهلاك الذي أبرمه.²

المبحث الثاني

الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني

تتعدد وسائل الغش والتحايل والمساس بالمعطيات التجارية الآلية المخزونة في ظل التجارة الإلكترونية، ظهرت الحاجة لحماية المستهلك الإلكتروني جنائيا والتي

¹ - حياة محمود، التركي باهي، ضمانات الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص 419.

² - دعاس حميدة، وردة بوقطوشة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد الثاني، العدد الأول، ماي 2018، ص 481.

أصبحت أمراً محتوماً على كل تشريعات الدول أمام ظهور بعض الاختلالات بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية والإشهار الإلكتروني والتعامل في بعض السلع والخدمات ممنوعة عبر هذه الوسائط، وهذا ما أخذ به المشرع كذلك من خلال تدعيم الترسانة القانونية المتعلقة بحماية المستهلك بالقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلى جانب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وهو ما جعلنا نبحت في مضمون الحماية الجنائية من المخاطر التي تواجه المستهلك الإلكتروني في (المطلب الأول)، الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الحماية الجنائية من المخاطر التي تواجه المستهلك الإلكتروني

يواجه المستهلك الإلكتروني في إطار تنفيذه لمضمون العقد الإلكتروني مع المورد العديد من المخاطر التي عمل المشرع الجزائري على توفير حماية جنائية له في حالة التعرض لأحد هذه المخاطر والمتمثلة في الغش والخداع (الفرع الأول)، الاحتيال (الفرع الثاني)، والتزوير الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الأول: جريمة الغش والخداع

يسعى المشرع الجزائري دائماً في محاولة حماية حقوق المستهلك التقليدي أو الإلكتروني خاصة من جريمة الغش والخداع، ذلك ما جعله يقر عقوبات أصلية وتكميلية تخص كل من الجريمتين، فيعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو

طريقة كانت حول كمية المنتوجات المسلمة، تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدد صلاحية المنتج، النتائج المنتظرة من المنتج، طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج،¹ حيث يتم وصف الجريمة على أنها جنحة في الحالات التالية:

أ- إذا تم الغش في السلعة عن طريق الخداع، والذي يأخذ أحد الأشكال الآتية (الخداع في طبيعة السلع؛ الخداع في الخصائص الجوهرية للبضاعة: النتائج المنتظرة من المنتج؛ الخداع في كمية البضاعة: تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقاً؛ الخداع في تاريخ أو مدد صلاحية المنتج، ففي هذه الحالة قررت عقوبة للمتدخل، تتمثل في الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.²

ب- استعمال وسائل الكيل والوزن غير دقيقة أو خاطئة، وذلك بهدف الحصول على مقادير وكميات مغشوشة، بحيث أن هذا الغش قد يكون قبل إجراء عمليات الكيل والوزن، أو كما يمكن أن يتم أثناء العملية، ففي هذه الحالة يتعرض المتدخل المخالف لعقوبة قصوى، إذ تصل إلى خمس سنوات حبس.

ت- إذا كان محل الغش هو المواد الغذائية، أي إذا ما تعلق الأمر بالغش في المواد الغذائية، وذلك مهما كان الغرض منها صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية أو طبيعية مخصصة

¹ - راجع المادة 68 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

² - راجع المادة 429 من الامر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان سنة 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج ر ع 49، الصادرة في 11 جوان 1966. (المعدل والمتمم) بالقانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، ج ر ع 84 المؤرخة في 24 ديسمبر 2006.

للاستهلاك، فيتعرض المتدخل لعقوبة حبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 10.000 دج إلى 50.000 دج، مع الإشارة أن هذه العقوبة مقررة مهما كانت الطريقة التي تم بها إضلال المستهلك بالغش المباشر في السلعة، أو بيع السلعة مع العلم أنها مغشوشة، وكذا في حالة بيع مواد يكون الغرض منها غش السلع الصالحة للاستهلاك.¹

في حالة اعتبار الجريمة جنائية يتعرض المتدخل فيها لعقوبات شديدة، إذ هناك ارتباط بين درجة أو جسامة الضرر والعقوبة المقررة، وذلك في الحالات التالية:

أ إحاق المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها، أو الذي قدمت له مرضاً أو عجزاً عن العمل، في هذه الحالة يتعرض المتدخل لعقوبة الحبس من سنتين إلى عشر سنوات وبغرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج.

ب تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء، أو في فقد استعمال عضو أو في عاهة مستديمة، يتم تقرير عقوبة السجن المؤقت من عشر إلى عشرين سنة.²

ج القضاء على حياة الشخص، أي التسبب في موت شخص أو عدة أشخاص، يتم تقرير عقوبة الإعدام.³

¹ - راجع المادة 431 من الامر رقم 66-156، مرجع سابق.

² - راجع المادة 432 من الامر رقم 66-156، مرجع سابق.

³ - راجع المادة 433 من الامر رقم 66-156، مرجع سابق.

الفرع الثاني

جريمة الاحتيال

تتميز جريمة الاحتيال الإلكتروني بصفة عامة عن الجريمة التقليدية في عدة نواح فمن ناحية تتميز هذه الجريمة بقلّة الحالات التي تم اكتشافها بالفعل بالمقارنة بالجريمة التقليدية و تتميز جرائم الاحتيال بكونها لا تتسم بالعنف الذي تتسم به غيرها من الجرائم كما أن الأسباب أو العوامل التي تقف وراء ارتكاب جريمة الاحتيال الإلكتروني تختلف أيضا بالمقارنة بالجريمة التقليدية،¹ كما تعرف بأنها التلاعب العمدي بمعلومات وبيانات تمثل قيماً مادية يخترنها نظام الحاسب الآلي، أو الإدخال غير المصرح به لمعلومات وبيانات صحيحة، أو التلاعب في الأوامر والتعليمات التي تحكم عملية البرمجة، أو أية وسيلة أخرى من شأنها التأثير على الحاسب الآلي، حتى يقوم بعملياته بناء على هذه البيانات أو الأوامر أو التعليمات، من أجل الحصول على ربح غير مشروع و إلحاق الضرر بالغير.²

أقر المشرع الجزائري لها عقوبة الحبس من سنة إلى 5 سنوات على الأكثر وغرامة من 5.000 دج إلى 20.000 دج،³ وتشدّد العقوبة إذا لجأ الشخص إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أو حصص أو أية سندات مالية

¹ - نائلة عادل محمد فريد قورة، جرائم الحاسب الآلي الاقتصادية "دراسة نظرية وتطبيقية"، منشورات الحلبي الحقوقية، القاهرة، 2005، ص 223.

² - وائل محمد نصيرات، غادة عبد الرحمان الطريف، جريمة الاحتيال عبر شبكة المعلومات الدولية، دفاتر السياسة والقانون، العدد 19، جوان 2018، ص 97.

³ - راجع المادة 372 من الامر رقم 66-156، مرجع سابق.

سواء لشركات أو مشروعات تجارية أو صناعية، وتصل مدة الحبس إلى 10 سنوات والغرامة إلى 200.000 دج، وبالإضافة إلى العقوبات الأصلية يمكن تطبيق عقوبات تكميلية تتمثل في الحرمان من الحقوق الواردة في المادة 14 أو من البعض منها والمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل إلى 5 سنوات على الأكثر.¹

الفرع الثالث

جريمة التزوير الإلكتروني

تعد جريمة التزوير الإلكتروني من جرائم الغش في المادة المعلوماتية والتي تعود بالسلب على المستهلك، مما جعل المشرع الجزائري يعمل على إصدار عقوبات قانونية تخص المزور لمعلومات تضر بالمستهلك الإلكتروني، فقد عاقبت المادة 219 في فقرتها الأولى كل من ارتكب تزوير بإحدى الطرق المنصوص عليها في المادة 216 في المحررات التجارية أو المصرفية بالحبس من سنة إلى خمس سنوات وبغرامة من 20.000 دج إلى 100.000 دج، كما شددت الفقرة 3 من ذات المادة العقوبة وضاعفت الحد الأقصى لها إذ كان مرتكب الجريمة أحد رجال المصارف أو مدير شركة أو أحد الأشخاص الذين يلجئون إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو حصص أو أية سندات كانت سواء لشركة أو مشروع تجاري أو صناعي، وبناء على ذلك تصبح العقوبة عشر سنوات سجن وغرامة تقدر بـ 200.000 دج، وفي هذه الحالة فإن وصف الجريمة يتحول من جنحة إلى جناية وهذا طبقاً لنص

¹ - بن سماعيل سلسبيل، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد الثاني، ديسمبر 2017، ص 300.

المادة 29 من قانون العقوبات والتي تقضي بتغيير نوع الجريمة إذا نص القانون على عقوبة تطبق أصلا على نوع آخر أشد منها نتيجة لظروف مشددة.¹

المطلب الثاني

الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

تتضمن المعاملات الإلكترونية معطيات شخصية يتم إرسالها من المستهلك إلى التاجر الإلكتروني والتي تعتبر جزء لا يتجزأ من حرمة الحياة الخاصة للأفراد، وبالتالي فقد منح المشرع الجزائري الحق في المحافظة على المعطيات الشخصية الخاصة به من المخاطر التي قد تتعرض لها والمتمثلة في التلاعب بالمعطيات (الفرع الأول)، التعامل في معطيات غير مشروعة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

جريمة التلاعب بالمعطيات

تعد المعطيات الشخصية بيانات يتم إرسالها من المستهلك إلى التاجر في إطار التأكيد على عملية البيع، وقد تكون عبارة عن معطيات اسمية أو عدة صور في شكل إلكتروني، وقد تشمل أيضا مقر إقامة المستهلك وأيضا طبيعة العمل الذي يقوم به، كما تعتبر تلك البيانات التي تتعلق بالحياة الخاصة للفرد عندما تكون محال للمعالجة

¹ - وفاء صدراتي، آليات مكافحة جريمة التزوير الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2021/2020، ص 122.

الآلية، أو يتم إرسالها أو نقلها عن طريق شبكات الاتصال المختلفة، أو عبر المواقع الإلكترونية.¹

نص المشرع الجزائري على جريمة التلاعب بالمعطيات في المادة 394 مكرر 01 من القانون رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات الجزائري المعدل والمتمم، والتي تتحقق من خلال القيام بإحدى الأفعال الواردة على سبيل الحصر في المادة سالفة الذكر والمتمثلة في فعل الإدخال غير المصرح به للمعطيات داخل نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو فعل إزالة هذه المعطيات أو تعديلها بغير تصريح،² إذ تجدر الإشارة على أن جريمة التلاعب بالمعطيات من الجرائم المادية التي لا يكفي لقيامها ان تهدد سلامة المعطيات فقط وانما لا بد ان يقع ضرر فعلي على المعطيات يتمثل في تغيير حالتها،³ كما أنها جريمة عمدية تتطلب توفر القصد الجنائي العام واخلاص، بحيث يتمثل القصد العام في علم الجاني بأن إدخال أو إزالة أو تعديل غير مصرح به على بيانات المستهلك ومعطياته دون رضاه يعاقب عليها قانونا ، أما القصد اخلاص هو نية الإضرار بالمستهلك الإلكتروني.⁴

¹ - كريمة بركات، الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 13، العدد الأول، افريل 2022، ص 488-489.

² - راجع المادة 394 مكرر 01 من الامر رقم 66-156، مرجع سابق.

³ - بن سماعيل سلسبيل، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 301.

⁴ - كمال بلارو، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، العدد السابع، ديسمبر 2019، ص 82.

كما نصت المادة 394 مكرر 01 على العقوبات الاصلية التي قررها المشرع الجزائري لهذه الجريمة والمتمثلة في الحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات وغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج، أما العقوبات التكميلية فقد تطرقت لها المادة 394 مكرر 06 والمتمثلة في مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع اغلاق المواقع التي تكون محلا للجريمة، وكذا اغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا ارتكبت الجريمة بعلم مالكة.¹

الفرع الثاني

جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة

مما لا شك فيه أن المشرع عندما يدرك أهمية مصلحة ما، يسعى لإحاطتها بالحماية من كل الجوانب ويوصد كل باب يمكن أن يلج منه من يريد الاعتداء عليها، كما يسعى إلى إيقاف العدوان عليها في مصدره، وفي حال حصل هذا العدوان يسعى المشرع على الحد من آثاره، ورغبة من المشرع في حماية أكبر للمعطيات لاسيما المعطيات الخاصة بقطاع البنوك، رغبة منه في حماية أكبر لها من جرائم الدخول أو البقاء غير المصرح بهما وجرائم التلاعب، قام بتجريم التعامل في المعطيات الصالحة لارتكاب تلك الجرائم وتجريم التعامل في معطيات متحصلة من تلك الجرائم، وهذان هما صورتان لجريمة التعامل في معطيات غير مشروعة،² وبالتالي فالمشرع لم يكتفي بتجريم التلاعب بالمعطيات وإنما جرم أيضا العامل في المعطيات المتحصلة من

¹ - راجع المادة 394 مكرر 01 و394 مكرر 06 من الامر رقم 66-156، مرجع سابق.

² - محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في القانون الجزائري والمقارن، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2007، ص 193-195.

الجريمة، وهذا من شأنه حماية المستهلك الإلكتروني الذي تم الحصول على بياناته بطريقة غير مشروعة من نشرها أو افشاءها.¹

نص المشرع الجزائري في المادة 394 مكرر 02 من قانون العقوبات على العقوبات الاصلية الخاصة بجريمة التعامل في معطيات غير مشروعة على انه يعاقب من مرتكب هذه الجريمة بالحبس من شهرين إلى 03 سنوات وغرامة من 1.000.000 دج إلى 5.000.000 دج، أما فيما يخص العقوبات التكميلية فقد تطرقت لها المادة 394 مكرر 06 سالفه الذكر والمتمثلة في مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع اغلاق المواقع التي تكون محلا للجريمة، وكذا اغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا ارتكبت الجريمة بعلم مالكة.²

¹ - بن سماعيل سلسبيل، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 302.

² - راجع المادة 394 مكرر 02 و394 مكرر 06 من الامر رقم 66-156، مرجع سابق.

خاتمة

من أجل حماية المستهلك الإلكتروني في معاملاته التجارية وضعت هناك عدة وسائل وآليات من أجل ضمان حمايته. فيظهر لنا من مختلف المجهودات الدولية التي سعت إلى تحقيق هذه الحماية بمختلف القوانين التي قامت بتشريعها حيث نجد قانون المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بالإضافة إلى قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

ومن النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا لهذا الموضوع:

- تعد المنصات الإلكترونية من التطبيقات التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطوير العملية التسويقية، لكن تحتاج لتنظيم قانوني شامل لكل المتدخلين من تسويق و مقدمي الخدمات الإلكترونية.
- إن الغاية الأساسية في عمل المنصات الإلكترونية يرمي تعزيز التعاون بين المستخدمين المنتجين ومزودي الخدمات للتعامل مع بعضهم بما يسهل متطلبات المستهلك.
- تركز فكرة حماية المستهلك على حركة منظمة لحماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين تمارسها مجموعة متعددة من الأجهزة الحكومية وغير الحكومية، تهدف في النهاية إلى تعريف المستهلك بحقوقه وكيفية حمايته.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم بعض الاقتراحات في هذا

الخصوص وهي كالتالي:

- ضرورة العمل على تعزيز الثقة والأمان في مجال شبكة الانترنت عبر تطوير وتنفيذ قوانين تهدف إلى حماية حقوق المستهلكين الإلكترونيين ومكافحة

- الاحتيال والتزوير الإلكتروني، وذلك من أجل توفير بيئة آمنة وموثوقة للتعاملات الإلكترونية.
- ضرورة وضع تنظيم قانوني خاص بالمستهلك الإلكتروني، من مفاهيم والتزامات وتحديد المسؤولية القانونية التي تقع على عاتقه وطرق حمايته.
 - ضرورة تحديد الطبيعة القانونية للأنشطة المختلفة التي تمارس على شبكة الإنترنت وتحديد القوانين التي تخضع لها.
 - ضرورة إنشاء هيئة مراقبة تملك خبرة تقنية كافية لمراقبة المخالفات الرقمية ثم تتبع مصادرها من خلال التقنيات الرقمية المتعارف عليها في العالم.
 - ضرورة وضع آليات متكافئ مع العصر الحالي للتطوير من هذا مجال الانترنت.
 - ضرورة القيام دورات تعليمية وتكوينية لتوضيح مخاطر المنصات الإلكترونية وطرق مجابتهها.

قائمة المراجع

1. الكتب:

1. احمد ريان، خدمات الانترنت، إصدارات المجمع الثقافي، الطبعة الرابعة، ابوظبي، الامارات العربية المتحدة، 2001.
2. احمد محمد محمد الرفاعي، حماية المستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994.
3. إلياس ناصيف، العقود الدولية "العقد الإلكتروني في القانون المقارن"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009.
4. أيمن عبد الحفيظ، حماية بطاقات الدفع الإلكتروني، مطابع الشرطة للطباعة والنشر، القاهرة، 2007.
5. ايمن مصطفى البقلي، النظام القانوني لعقد الاشتراك في بنوك المعلومات الإلكترونية "دراسة تطبيقية مقارنة للتعاقد عبر الإنترنت"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010.
6. بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك "دراسة مقارنة"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2011.
7. حمودي محمد ناصر، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
8. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية "دراسة مقارنة"، الدار الجامعية، 2007.

9. سيف يوسف سويدي، صناعة المنصات الرقمية، منصة أريد للنشر والتوزيع، ماليزيا، 2020.
10. شرفة حكيمة، مبادئ التسويق، دار الخلدونية، الجزائر، 2019.
11. كوثر سعيد عدنان، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2018.
12. محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
13. محمد جمال احمد قبيعة، تطبيقات الانترنت "مشروع كامل ونماذج عملية"، دار الراتب الجامعية، بيروت، 1997.
14. محمد خليفة، الحماية الجنائية لمعطيات الحاسب الآلي في القانون الجزائري والمقارن، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2007.
15. محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية للمعاملات التجارية الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2009.
16. محمد فواز محمد المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الثقافة، عمان 2006.
17. مصطفى كمال طه، وائل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.

18. ممدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
19. نائلة عادل محمد فريد قورة، جرائم الحاسب الآلي الاقتصادية "دراسة نظرية وتطبيقية"، منشورات الحلبي الحقوقية، القاهرة، 2005.

II. الرسائل والمذكرات:

✓ رسائل الدكتوراه:

1. أرجيلوس رحاب، الإطار القانوني للعقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2018.
2. اكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018.
3. حدة بوخالفة، مقدمو خدمات الانترنت ومسؤوليتهم الجنائية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي-تبسة، 2017.
4. عادل بوزيدة، المسؤولية الجزائية لمتعهدي إيواء المواقع الإلكترونية، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص القانون الجنائي الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي-تبسة، 2017.

5. وفاء صدراتي، آليات مكافحة جريمة التزوير الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2021.

✓ مذكرات الماجستير:

1. براء علي محمد صالح، المسؤولية العقدية لمزودي خدمات عبر الانترنت "دراسة مقارنة"، أطروحة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2020.

2. جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، أطروحة الماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق-بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002.

3. عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، أطروحة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية-نابلس، فلسطين، 2009.

4. واقد يوسف، التنظيم القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

✓ مذكرات الماستر:

1. دلول شيماء، بن طيبة خلود، دور المنصات الرقمية في تسويق الخدمات "دراسة حالة منصة BZ.BOOKING.PRO لمؤسسة الانفال للسياحة

قائمة المراجع

والاسفار"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي-تبسة، 2023.

2. محمد كامل يعقوب، سياسة حماية المستهلك في ظل شفافية الممارسات التجارية "دراسة حالة المديرية الولائية للتجارة بولاية الوادي لسنة 2020/2019"، مذكرة الماستر في العلوم السياسية، تخصص سياسات عامة وإدارة محلية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي، 2020.

3. نبيلة بريش، حماية المستهلك في مرحلة ابرام العقد الالكتروني، مذكرة ماستر أكاديمي، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2022.

III. المقالات و المداخلات:

1. بارة فتيحة، بوخاري سمية، تحديات ورهانات تطبيقات المنصات الرقمية بمؤسسات التعليم العالي "منصة مودل: جامعة البليدة 02 نموذجا"، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة العربي التبسي-تبسة، المجلد الخامس، العدد الثاني، المجلد الخامس، العدد الثاني، ديسمبر 2022، ص 679.

2. بسعدي نورة، العرابي خيرة، "النطاق القانوني لحق المستهلك الإلكتروني في العدول وفق قانون التجارة الإلكترونية الجزائري والقانون المقارن"، مجلة القانون الدولي والتنمية، المجلد العاشر، العدد الأول، جوان 2022، ص 449.

3. بن سماعيل سلسبيل، "الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد الثاني، ديسمبر 2017، ص ص 302.
4. بوخرص نادية، "الأحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن تنفيذ العقد الإلكتروني" دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتوجيه الأوربي لحقوق المستهلك"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد السابع، العدد الأول، جوان 2022، ص ص 1347.
5. بوطالب امينة، دلول الطاهر، "الإشكالات القانونية لتجريم الخداع التجاري على ضوء قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 11، العدد الثالث "عدد خاص"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية، أكتوبر 2020، ص ص 251.
6. بوعتلي محمد و سامي ليلية، "واقع المنصات الرقمية وتأثيرها على التنمية المستدامة في الجزائر" دراسة ميدانية وقياسية"، مجلة المدير، المجلد التاسع، عدد خاص بالملتقى الدولي حول اقتصاد المنصات الرقمية "فرص وتحديات"، المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي، القطب الجامعي-القليلة، أكتوبر 2022، ص ص 14.
7. جازية بن رابح، "المنصات الرقمية كآلية لتفعيل استراتيجية تسويقية مستدامة للمنتج السياحي في الجزائر" منصة نملتيك نموذجا"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي-

- تبسة،المجلد السابع، العدد الثاني، جوان 2023، ص ص 165.
8. جلال صلاح الدين، مريشيش خالد، استخدامات طلبة الاعلام الرياضي السمعي بصري للمنصات الرقمية ودورها في تحسين العملية البيداغوجية، مجلة روافد للدراسات والأبحاث في علوم الرياضة، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بضيف-المسيلة، المجلد الأول، العدد الثاني، سبتمبر 2021، ص ص 29.
9. حدة بوخالفة، المسؤولية الجزائرية لمتعهد الدخول عبر الانترنت، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس-المدينة،المجلد السادس، العدد الأول، جانفي 2020، ص ص 37.
10. حياة محمود، التركي باهي، ضمانات الحماية المدنية للمستهلك في التعاقد الإلكتروني، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر 2021، ص ص 419.
11. خليفي مريم، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية"، دفا تر السياسة والقانون، العدد الرابع، جانفي 2011، ص ص 207.
12. درار نسيمة، "المستهلك الرقمي وقصور القوانين الكلاسيكية الناظمة لحمايتها"، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس-المدينة، جوان 2017، ص ص 157.

13. دعاس حميدة، وردة بوقطوشة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ابرام العقد الإلكتروني، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد الثاني، العدد الأول، ماي 2018، ص ص 481.
14. رحالي سيف الدين، مخاطر الدفع الالكتروني على المستهلك الالكتروني، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 11، العدد الثاني، جوان 2022، ص ص 165.
15. رفيقة بوالكور، الاحكام القانونية لحق المستهلك في العدول عن العقد، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 12، العدد الأول، افريل 2021، ص ص 1007.
16. روشو عبد القادر، الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد السادس، العدد الثاني، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي تسميلت، سبتمبر 2022، ص ص 464.
17. زيغن محاسن ابتسام، بلقاسم تروزين، مبررات حماية المستهلك في التجارة الالكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد التاسع، العدد الثاني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي صالحى أحمد-النعامة، سبتمبر 2023، ص ص 210.
18. سامية العايب، منال عرابة، الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة النصب الإلكتروني، مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد

- الخامس، العدد الثالث، أكتوبر 2021، ص ص 232.
19. سي يوسف زاهية حورية، تجريم الغش والخداع لحماية المستهلك، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، المجلد الثاني، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، جوان 2007، ص ص 18.
20. صليحة بن علي، خالدية مكي، استحداث آليات فعالة لحماية رضا المستهلك الإلكتروني، مجلة بحوث، المجلد 14، العدد الأول، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، أكتوبر 2020، ص ص 112.
21. عادل مستاري، جريمة التزوير الإلكتروني، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 17، العدد الأول، جامعة محمد خيضر-بسكرة، جوان 2017، ص ص 299.
22. عبد الرحمان بن جيلالي، مديحة بن ناجي، مفهوم المستهلك في القانون الجزائري، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، المجلد الخامس، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة-خميس مليانة، مارس 2023، ص ص 45.
23. عبد العزيز نقطي، جريمة التزوير في بطاقات الائتمان، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 13، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي، افريل 2022، ص ص 757.
24. عبدلي امينة، الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني في مرحلتي ما قبل

قائمة المراجع

- واثناء التعاقد، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد الثاني، العدد الخامس، جوان 2018، ص ص 76.
25. عمارة مسعودة، الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني من خلال الإعلان التجاري الكاذب والحق في الاعلام، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد الأول، العدد الثاني، جوان 2011، ص ص 320.
26. فتيحة عمارة، جريمة التزوير الإلكتروني، مجلة القانون والمجتمع، المجلد السابع، العدد الأول، جامعة ادرار، جوان 2019، ص 168.
27. كريمة بركات، الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 13، العدد الأول، افريل 2022، ص ص 489.
28. كريمة شايب باشا، آليات الحماية من المخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للسياسة العامة، المجلد الثامن، العدد الثاني، نوفمبر 2020، ص ص 40.
29. كمال بلارو، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة البحوث في العقود وقانون الاعمال، العدد السابع، ديسمبر 2019، ص ص 82.
30. مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني لمقدمي خدمات الانترنت، مجلة البحوث القانونية والسياسية، المجلد الثاني، العدد الخامس، كلية الحقوق

- والعلوم السياسية، جامعة الطاهر مولاي-سعيدة، ديسمبر 2015، ص ص
128.
31. معامير حسيبة، ضمانات عدم تعسف المستهلك في استعمال حقه في
العدول عن العقد في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مجلة
القانون والمجتمع، المجلد التاسع، العدد الأول، ديسمبر 2020، ص ص
338.
32. مكي ايمان، حماية المستهلك جنائيا من مخاطر التعاقد الالكتروني،
مجلة معارف، المجلد العاشر، العدد 19، جامعة أكلي محند أولحاج-البويرة،
ديسمبر 2015، ص ص 171.
33. منال فتحي سمحان، أسماء فتحي السيد علي، متطلبات استخدام
المنصات التعليمية الالكترونية في ضوء التحول الذكي للجامعات "دراسة لآراء
أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنوفية"، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية
والنفسية، المجلد 14، العدد التاسع، ديسمبر 2020، ص ص 268.
34. منيرة بلورغي، حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مداخلة في
الملتقى الدولي السابع عشر حول: الحماية القانونية للمستهلك في ظل
التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد
خضير-بسكرة، يومي 11/10 افريل 2017، ص ص 172.
35. نهى خالد عيسى، البطاقة الائتمانية الإلكترونية، مجلة المحقق الحلي
للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، جامعة بابل، العراق، 2015 ص
522.

36. هاني جودة مصباح ابوخريص، متطلبات توظيف المنصات الرقمية في التعليم كما يدركها أعضاء هيئة التدريس والطلاب "دراسة مطبقة على جامعة الفيوم"، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 20، العدد 20، كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، جويلية 2020، ص ص 444.

37. وائل محمد نصيرات، غادة عبد الرحمان الطريف، جريمة الاحتيال عبر شبكة المعلومات الدولية، دفا تر السياسة والقانون، العدد 19، جوان 2018، ص ص 97.

38. وفاء حرمة، سيف الدين تلي، واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية "منصة أمازون الرقمية انموذجا"، مجلة المدير، المجلد التاسع، عدد خاص بالملتقى الدولي حول اقتصاد المنصات الرقمية "فرص وتحديات"، المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي، القطب الجامعي-القليعة، أكتوبر 2022، ص ص 44 - 45.

IV. النصوص القانونية:

✓ النصوص التشريعية:

1. مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر العدد 05 الصادرة سنة 1990.

2. مرسوم تنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط

- والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58 الصادرة سنة 2013.
3. أمر رقم 66-156 المؤرخ في مؤرخ في 8 جوان سنة 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج ر ع 49، الصادرة في 11 جوان 1966. (المعدل والمتمم) بالقانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، ج ر ع 84 المؤرخة في 24 ديسمبر 2006.
4. القانون رقم 09-04 المؤرخ في 14 شعبان 1430 الموافق ل 05 اوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر العدد 47 المؤرخة في 16 اوت 2009.

✓ النصوص التنظيمية:

1. القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 هـ الموافق ل 10 ماي 2018م، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر العدد 28 المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق ل 16 ماي 2018.
2. الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر العدد 78 الصادرة في سنة 1975.
3. القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر العدد 41 مؤرخة في 27 جوان 2004.
4. القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك

قائمة المراجع

وقمع الغش، ج ر العدد 15 مؤرخة في 08 مارس 2009.

5. القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018، المعدل والمتمم للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر العدد 35 الصادرة في 13 جوان 2018.

6. الأمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 اوت 2003، يتضمن قانون النقد والقرض، ج ر عدد 52 الصادرة بتاريخ 27 اوت 2003.

7. المحاضرات الجامعية:

1. أسماء نوري، محمد عبود، البوابات والمنصات الرقمية، محاضرات في مادة المراجع العربية التقليدية والإلكترونية، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، بغداد.

VI. المواقع الإلكترونية:

1. سميحة ناصر خليف، ما هي وسائل التواصل الاجتماعي، 20 ديسمبر 2020، موجود على الموقع الإلكتروني: <https://mawdoo3.com/>، تم الاطلاع عليه يوم 07 افريل 2024، على الساعة 06:14.

2. محمد مروان، مواقع التواصل الاجتماعي، 03 جانفي 2021، موجود على الموقع الإلكتروني: <https://mawdoo3.com/>، تم الاطلاع عليه يوم 07 افريل 2024، على الساعة 06:25.

الفهرس

الصفحة	الموضوع
	اهداء
	شكر وتقدير
02	مقدمة
الفصل الأول: مفهوم حماية المستهلك والمنصات الالكترونية	
07	تمهيد
08	المبحث الأول: مفهوم المنصات الالكترونية
08	المطلب الأول: مدلول المنصات الالكترونية
09	الفرع الأول: تعريف المنصات الالكترونية
11	الفرع الثاني: مميزات المنصات الالكترونية
13	الفرع الثالث: أنواع المنصات الالكترونية
19	المطلب الثاني: متطلبات المنصات الالكترونية
19	الفرع الأول: متطلبات المنصات الالكترونية من الناحية المادية
21	الفرع الثاني: متطلبات المنصات الالكترونية من ناحية الأشخاص
25	المبحث الثاني: مفهوم حماية المستهلك الالكتروني في البيئة الالكترونية
26	المطلب الأول: مدلول المستهلك الالكتروني
26	الفرع الأول: تعريف المستهلك الالكتروني
29	الفرع الثاني: تعريف حماية المستهلك الالكتروني
31	الفرع الثالث: مبررات حماية المستهلك الالكتروني
34	المطلب الثاني: مخاطر الاستهلاك الالكتروني

35	الفرع الأول: التزوير الإلكتروني
36	الفرع الثاني: الغش والخداع
39	الفرع الثالث: النصب والاحتيال
الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك الإلكتروني في ظل المنصات الإلكترونية	
42	تمهيد
43	المبحث الأول: الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني
43	المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد
44	الفرع الأول: الالتزام بالإعلام
47	الفرع الثاني: الاعلانات التجارية والإلكترونية
51	المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني بعد التعاقد
51	الفرع الأول: العدول عن العقد
54	الفرع الثاني: مخاطر الوفاء الإلكتروني
63	الفرع الثالث: مواجهة الشروط التعسفية
65	المبحث الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني
66	المطلب الأول: الحماية الجنائية من المخاطر التي تواجه المستهلك الإلكتروني
66	الفرع الأول: جريمة الغش والخداع
68	الفرع الثاني: جريمة الاحتيال
70	الفرع الثالث: جريمة التزوير الإلكتروني

71	المطلب الثاني: الحماية الجنائية للمعطيات الشخصية للمستهلك الالكتروني
71	الفرع الأول: جريمة التلاعب بالمعطيات
73	الفرع الثاني: جريمة التعامل في معطيات غير مشروعة
76	خاتمة
79	قائمة المراجع
96	الفهرس

الملخص:

ظهرت المنصات الإلكترونية نتيجة تبني التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، أين أصبحت متاجر تجارية افتراضية موازية للمحلات التجارية القائمة في السوق المادية، فمع رقمنة النشاط التجاري للمؤسسات التجارية و الصناعية أقدمت كبرى الشركات على توفير منصات الكترونية للمستهلك الإلكتروني، فقد أصبح المستهلك يتسوق و يتم كافة تعاملاته التجارية إلكترونياً دون عناء.

لكن رغم من الأهمية البالغة التي تمتاز بها المنصات الإلكترونية في مجال التجارة و الإقتصاد إلا أن المستهلك الإلكتروني قد يواجه عبر الأنترنت عدداً من المخاطر، فظهرت مشكلة حماية المستهلك الإلكتروني باعتباره طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية مع المحترف الذي يعد مركز قوي.

الكلمات الدالة: المنصات الإلكترونية، التطورات التكنولوجية، السوق، الشركات، المستهلك الإلكتروني.

Résumé :

Les plateformes électroniques sont apparues suite à l'adoption des avancées dans le domaine des technologies de l'information et de la communication. Elle sont devenues des magasins virtuels parallèles aux magasins réels existant sur le marché, avec la numérisation des activités commerciales des entreprises, les grandes sociétés ont mis en place des plateformes électroniques pour le consommateur en ligne. Ainsi, le consommateur fait ses achats et conclut toutes ses transactions commerciales en ligne et à distance, sans effort.

Cependant, malgré l'importance considérable des plateformes électroniques dans le domaine du commerce et de l'économie, le consommateur électronique ne peut faire face à plusieurs risques sur internet, cela a conduit à l'émergence de la protection du consommateur en ligne, qui considéré comme la partie faible dans la relation contractuelle contre le professionnel, lequel détient une position dominante.