

الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية

تاريخ استلام المقال: 01 مارس 2017 تاريخ القبول النهائي: 16 مارس 2017

الدكتورة مانع سلمى

الدكتور زواوي عباس

أستاذة محاضرة "أ"

أستاذ محاضر "أ"

abbaszouaoui@hotmail.fr

جامعة محمد خيضر - بسكرة

الملتقى الدولي السابع عشر حول: "الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة"

المنعقد يومي 11/10 أفريل 2017

من طرف مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة

ومخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع

قسم الحقوق - كلية الحقوق والعلوم السياسية -

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

المخلص:

إن الحماية المدنية للمستهلك عبر شبكة الانترنت هي مسألة قانونية في غاية الأهمية، فرضها التطور التكنولوجي وزيادة التوجه نحو المعاملات الالكترونية في نطاق التعامل التجاري، فزادت فكرة الطلب الالكتروني للمنتجات والخدمات عبر مختلف أنحاء العالم، مما فتح المجال واسع لظهور فكرة التعاقد الالكتروني وتطور التجارة الالكترونية، وباعتبار المستهلك هو محور التعامل فقد كان عرضة لمحاولات التلاعب والغش خصوصا وأن البيئة التي يتعامل فيها هي بيئة الكترونية يسهل فيه طمس الحقائق لاعتمادها على الدعامات الالكترونية المعنوية البعيدة عن الماديات المتعود عليها في التجارة التقليدية، فكان لزاما إحاطته بالضمانات القانونية التي تتماشى مع مراحل إبرام العقد الالكتروني على نحو يحقق حماية مدنية فعالة لحقوق المستهلك بداية من حقه في الإعلام مروراً بتجسيد فكرة التوازن العقدي وحماية الخصوصية وصولاً لحمايته من مخاطر الدعايا والإعلان.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، عقود التجارة الالكترونية، التعاقد الالكتروني، الحماية المدنية، المستهلك الالكتروني.

مقدمة:

إن التطور التكنولوجي الذي شهده العالم المعاصر منذ التسعينات وحتى يومنا هذا أفرز عدداً تحولات وتغيرات في مختلف مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ومن بين الإفرازات التكنولوجية ظهور نوع جديد من المعاملات الفردية تسعى لربح الوقت وتحقيق أكبر قدر من الأرباح بالتوجه إلى تبادل السلع والخدمات بين الأفراد عبر مختلف أنحاء العالم من خلال استعمال وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة من أجهزة الحاسوب واتصالها بالشبكة العنكبوتية "الانترنت" فاصطلح على تسمية هذه المعاملات "بالمعاملات الالكترونية"، التي كانت الدافع وراء تطور التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية التي تتم من خلال الوسائط الالكترونية، ويعتبر المستهلك محور التعامل الالكتروني في هذا النوع من التجارة لذلك كان مستهدفاً من طرف أصحاب النوايا السيئة من خلال محاولة غشه والتلاعب بمصالحه لدفعه على التعاقد، فكان لا بد من حمايته حماية قانونية سواء كانت جنائية أو حماية مدنية، لذلك فالهدف من دراستنا هو تسليط الضوء على الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية، هذا ما سنحاول الوصول إليه من خلال طرح الإشكالات الآتي:

ما مدى فعالية وسائل الحماية المدنية المقررة للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية في حماية حقوقه الأساسية؟

المبحث الأول: المقصود بالمستهلك في عقود التجارة الالكترونية

قبل الخوض في دراسة الحماية المدنية للمستهلك كان لزاما حصر نطاق الدراسة وذلك من خلال تحديد المقصود بالمستهلك أولا ويعقود التجارة الالكترونية باعتبارهما يشكلان محل الحماية المدنية التي نحن بصدد دراستها.

المطلب الأول: تعريف المستهلك الالكتروني

باعتبار المستهلك هو محور التعامل في التجارة الالكترونية والهدف من وراء إقرار وسائل الحماية المدنية، كان من الضروري الوقوف على تحديد تعريف دقيق له، حيث اتجهت الجهود الدولية إلى محاولة تعريفه في عدد مواضع في اطار الاهتمام بالتجارة الالكترونية، وللوصول لذلك سنتطرق للتعريف الاصطلاحي فالتعريف القانوني له.

الفرع الأول: التعريف الاصطلاحي للمستهلك

إن المقصود بالمستهلك في دراستنا هو الشخص الذي يلجأ للتعامل الالكتروني للحصول على السلع والخدمات، سواء من حيث التعرف على السلعة والخدمة وابداء رأيه حولها أو الدخول في إجراءات التعاقد الالكتروني للحصول عليها من أي مكان في العالم، وهنا تكمن الخطورة التي قد يتعرض إليها هذا الأخير كون كل مراحل التعامل معنوية تتم من خلال وسائط الكترونية بعيدة كل البعد عن الماديات المتعود عليها في المعاملات التقليدية.

و بالرجوع للتعريفات الاصطلاحية للمستهلك نجد أنها تنقسم إلى اتجاهين أساسيين، يأخذ أصحاب الاتجاه الأول بالمفهوم الضيق، وأصحاب الاتجاه الثاني بالمفهوم الواسع، لذلك سنبين كل منهما فيما يلي:

أولاً - الاتجاه المضيّق لتعريف المستهلك :

حيث يعرف أنصار هذا الاتجاه المستهلك بأنه: " كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية."¹

¹ - حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك - الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، مركز الدراسات القانونية والفنية لنظم الاستهلاك وحماية المستهلك، جامعة القاهرة، 1996، ص 10-11.

يتضح من خلال هذا التعريف أنه يحصر المستهلك في الشخص الذي يقوم بالاستهلاك الشخصي لإشباع حاجاته الشخصية وهو بذلك يخرج الأشخاص المعنويين من نطاق المستهلك في التجارة الإلكترونية، لتكون أمام تعريف مضيق لا يمكن الأخذ به دائما. ولحالة تدارك هذا التعريف واستعاب الشخص المعنوي ضمن طائفة المستهلكين، ذهب بعض أنصار هذا الاتجاه إلى إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي الذي لا يسعى إل تحقيق الربح كالتقابات والجمعيات الخيرية.¹

فأصحاب هذا الاتجاه أخذوا من معيار الربح سندا لهم في تحديد صفة المستهلك، فكل من يسعى للحصول على السلع والخدمات بالطريق الإلكتروني لدافع شخصي أو خيري سيكون مشمولاً بالحماية التي نحن بصدد دراستها سواء كان طبيعى أو معنوي، أما من كان سعى من وراء التعامل الإلكتروني لتحقيق الربح أو القيام بأنشطة مربحة فهو بمنى عن الحماية التي نحن بصدددها.

حيث لا يمكن الأخذ بهذا الاتجاه على إطلاقه لأن الهدف من الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية لا يتماشى مع هذا التعريف الضيق، فالمستهلك لا بد من حمايته من الاعتداءات الإلكترونية التي قد تمس بحقوقه في التعاقد الإلكتروني سواء كان شخصا عاديا يتعاقد لتحقيق مصلحة شخصية أو كان تاجرا يسعى لتحقيق الربح، ففكرة الحماية المدنية في حد ذاتها تقتضي منا توسيع مفهوم المستهلك.

ثانيا - الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك:

لقد حاول أصحاب هذا الاتجاه تغيير المفهوم السابق للمستهلك وذلك بغرض توسيع نطاق الحماية القانونية المقررة له، حيث أعتبر المهني مستهلكا عندما عند إبرامه للمعاملات القانونية التي تخدم مهنته ربطة أن تكون خارجة عن نطاق اختصاصه، فالتاجر الذي يشتري أثاثا لإحله في مواجهة البائع يعتبر مستهلكا مشمولاً بالحماية التي نحن بصدد بيانها.²

من خلال ما تقدم نقول أنه من الأفضل التوسع في مفهوم المستهلك ليشمل كل من يتعامل إلكترونيا بغرض الحصول على السلع والخدمات وغيرها من صور الاستهلاك، فهو ذلك المتعامل في التجارة الإلكترونية، والذي يكون مشمولاً بالحماية المدنية التي تسعى

¹ - سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنت-دراسة مقارنة-، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص249.

² - المرجع السابق، ص257.

للمحافظة على حقوقه التي قد تتعرض للانتهاك والإعتداء نتيجة جهله وعدم خبرته بأساليب التعاقد الالكتروني وما تحمله في طياتها من ميزات وخصوصية تجعلها مجالا خصبا للتلاعب أمام غياب الماديات المتعود عليها في التعاقد العادي.

الفرع الثاني: التعريف القانوني للمستهلك

لقد تكاثفت الجهود الدولية ضمن اهتماماتها بالتجارة الالكترونية لمحاولة وضع تعريف للمستهلك باعتباره المتعامل في هذا النوع من التجارة، لدرجة أنها أطلقت عليه تسمية المستهلك الالكتروني، لكننا نشير إلى أن المستهلك يبقى مستهلكا، والجديد الجدير بالاهتمام هو في أسلوب التعامل التجاري الذي انتقل من الدعامة المادية المتعود عليها إلى الدعامة الالكترونية، وهذا يجعله في حاجة للحماية المدنية أكثر من المستهلك المتعامل في التجارة التقليدية.

و من الجهود الدولية التي تبنت تعريف المستهلك نذكر:

أولا - تعريف إتفاقية روما للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية:

لقد عرفت إتفاقية روما لسنة 1980 المتعلقة بالقانون الواجب التطبيق على العقود الدولية المستهلك بطريقة غير مباشرة عند تحديدها لنطاق تطبيقها حيث نصت على: "تنطبق هذه الإتفاقية على العقود الدولية المبرمة لغرض توريد قيم مادية منقولة أو خدمات إلى شخص المستهلك إستخدام يعتبر غريبا عن نشاطه المهني"¹. حيث أخذ هذا التعريف بالمفهوم المضيق في تعريف المستهلك مركزا على الهدف من الاستهلاك في حد ذاته ومدى اعتباره شخصا أم مهنيا تجاريا.

ثانيا - تعريف التوجيه الأوروبي للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية:

التوجيه الأوروبي رقم 7 لسنة 1997 المتعلق بحماية المستهلك في العقود التي يتم إبرامها عن بعد المستهلك باعتباره: "كل شخص طبيعي يتعاقد من أجل غاية لا تدخل في نطاق نشاطه المهني"² وهو ذات التعريف الذي تطرق له أيضا التوجيه الأوروبي رقم 31

¹ - المادة 5 فقره 1 من إتفاقية روما في شأن القانون الواجب التطبيق على العقود الدولية، مأخوذ عنعصام عبد الفتاح مطر، التجارة الالكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2009، ص 279.

² - Article 2-2 de la directive C-E N° 7 -1997.

لسنة 2000 المتعلق بالتجارة الالكترونية مع إضافة لفظ النشاط التجاري إلى جانب المهني.¹

حيث يلاحظ من خلال استقراء التعريفين السابقين أن التوجيه الأوروبي قد أخذ بالمفهوم المضيق للمستهلك مستندا لمعيار النشاط والربح المحقق، فحتى يكون المستهلك مشمولاً بالحماية المدنية لا بد أن ينصب الاستهلاك على حاجاته الشخصية والعائلية.

ثالثاً - تعريف التشريعات الداخلية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية:

أما الناظر للتشريعات الداخلية فيلاحظ أنه من بين التعريفات المقدمة للمستهلك ذلك المقدم من قبل المشرع الفرنسي بأنه: "من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني".²

فهذا التعريف أيضاً يأخذ بالمفهوم المضيق للمستهلك وهذا ما يجعل دائرة الحماية القانونية بصفة عامة والمدنية بصفة خاصة دائرة ضيقة، هذا ما ينعكس على حقوق المستهلك ويشجع انتهاكها والتلاعب بها من قبل أصحاب النوايا السيئة أمام قصور الحماية.

أما التشريعات العربية فلم تهتم بمسألة المستهلك في نطاق التجارة الالكترونية ولم تخصه بقوانين خاصة، بل تطبق عليه القواعد التقليدية على اعتبار المستهلك واحد والاختلاف في وسيلة الاستهلاك فقط، كما أن المستهلك العربي أقل إقبالا على التجارة الالكترونية مقارنة بغيره، خصوصا وأن التجارة الالكترونية العربية مازالت في مهدها وتخوف المستهلك منها هي عقبة كبيرة من العقبات التي تواجهها، رغم أن هناك بعض التشريعات العربية التي اهتمت ضمناً بالمستهلك عند تنظيمها للتجارة الالكترونية حيث تطرقت لالتزامات البائع والمشتري، وتشريع إمارة دبي رقم 2 لسنة 2001 المتضمن قانون التجارة والمعاملات الالكترونية، والتشريع الفلسطيني لسنة 2003 الذي سايره لحد بعيد. لذلك فلا بد من إعادة النظر في مفهوم المستهلك والأخذ بالاتجاه الموسع فيه حتى نحقق الغرض من فرض الحماية المدنية والمتمثل في حماية حقوقه والحد من

¹ - Article 2-5 de la directive C-E N° 31 -2000.

² - القرار الوزاري في فرنسا الصادر في 14 يناير 1972 بتنظيم الإعلان عن أسعار السلع، مأخوذ عن عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر-المحلة الكبرى، 2008.

الانتهاكات، وتفعيل الضمان والوفاء في التجارة الالكترونية والقضاء على تخوف المستهلك من التعامل التجاري الالكتروني، كما يتعين على المشرع الجزائري أن يضع قانونا خاصا ينظم التعامل الالكتروني في مجال التجارة يبين فيها حقوق والتزامات أطرافه العقدية، حتى لا يقف هذا الفراغ القانوني حجرة عقبة أمام ازدهار التجارة الالكترونية.

المبحث الثاني: الأساس القانوني للحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية

إن الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية تجد أساسها في القوانين المنظمة للتجارة الالكترونية والتشريعات الدولية المهتمة بالتعاقد عن بعد، حيث سنتطرق لأهمها من خلال مايلي:

الفرع الأول: قوانين التجارة الالكترونية كأساس تشريعي للحماية المدنية للمستهلك

بعد تبلور فكرة التجارة الالكترونية كأحد مفرزات التطور التكنولوجي الذي اجتاح العالم المعاصر، تكاثفت الجهود الدولية لمحاولة التصدي لها قانونيا واحاطتها بنظام قانوني متكامل يبين أهم معالمها ويحدد حقوق والتزامات كل طرف فيها، فتلاحقت التشريعات في الصدور وكان من أبرز ما تضمنته مسألة حماية الطرف الضعيف في التعامل التجاري الالكتروني وهو المستهلك.

فجاء قانون التجارة الالكترونية لدوقية لكسمبورج محيطا بأهم الحقوق الخاصة بالمستهلك والمتمثلة فيمايلي:¹

- الحق في الإعلام التفصيلي بكل مواصفات السلع والخدمات.
- تكريس المبادئ التقليدية للتعاقد في مجال المعاملات الالكترونية من ضمان العيوب الخفية وحق العدول، فضلا عن كل ما يتعلق بتنفيذ العقد.
- تحديد كل ما يتعلق بالدفع الالكتروني بدءا بالعملة المتعامل بها وأساليب الدفع.

¹ - مدحت عبد الحليم رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، 2001، ص

الفرع الثاني: التشريعات الدولية كأساس تشريعي للحماية المدنية للمستهلك

اهتمت بدورها التشريعات الدولية بوضع مواثيق خاصة لحماية محور التعامل في التجارة الإلكترونية وهو المستهلك، حيث حاولت قدر الإمكان تنظيم العلاقة بينه وبين البائع الذي أصبح خبير في التعامل الإلكتروني، ومن الوثائق الدولية المنظمة للموضوع نذكر:

أولاً - الحماية المدنية للمستهلك في قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة:

لقد أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بدورها فكرة الحماية المدنية لحقوق المستهلك وذلك في قرارها الصادر في 1985، من خلال تكريسها لجلة من الحقوق خاصة بالمستهلك يمكن إجمالها فيما يلي:¹

- الحق في الحصول على السلع والخدمات والحق في السلامة.
- الحق في الاختيار.
- الحق في الإعلام.
- الحق في الإنصاف والتعويض عند حدوث النزاعات.

فالملاحظ على هذه الحقوق رغم أنها حقوق عامة خاصة بالمستهلك عموماً أيا كانت طريقة الاستهلاك، إلا أنها تستوعب في طياته المستهلك الإلكتروني وبالتالي يمكن اعتبار هذا القرار مرجعاً تشريعياً للحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية، لأن بيئة التعاقد الإلكتروني أولى بالحماية من البيئة التقليدية التي يسهل فيها الإثبات لما تنسم به من ماديات واحتكاك بين المستهلك ومقدم الخدمة أو السلعة.

ثانياً - الحماية المدنية للمستهلك في التوجيهات الأوروبية:

حيث نظم التوجيه الأوروبي لسنة 1997 أو التوجيه الذي يليه سنة 2000 الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية من خلال النص التفصيلي على جملة من الحقوق التي يجب أن يتمتع بها كل من يلجأ للتعامل التجاري الإلكتروني ومن أبرزها:²

- ضرورة التأكد من قبل شركات المعلومات من الاتصالات التجارية وتحديد الشركات التجارية المصدر لها لتسهيل التعرف عليها عند النزاع.

¹ - القرار رقم 39-247 الصادر في أبريل 1985 مأخوذ عن عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سابق، ص 280.

² - المواد 6، 7، 8، 10، 11 من التوجيه الأوروبي la directive C-E N° 31-2000

- تحديد مصادر الرسائل الدعائية.

- إطلاع المستهلكين على كل مراحل التعاقد الالكتروني قبل البدء بها.

- تكريس المبادئ الأساسية للتعاقد من الرضى والعدول وضمان العيوب الخفية بما

يتمشى وطبيعة التعامل التجاري الالكتروني وخطورته. 311

المبحث الثالث: وسائل الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية

بعد الاهتمام الدولي بالتجارة الالكترونية صدرت التشريعات الدولية المنظمة لها مكرسة لمسألة الحماية القانونية المدنية للمستهلك باعتباره محور هذه التجارة، كما تتفاوتت التشريعات الداخلية في تنظيمها لها، كالمشعر الفرنسي والتونسي والإمارتي، أما المشعر الجزائري فاكتفى بتطبيق القواعد العامة لحماية المستهلك على الاستهلاك الالكتروني ولم يضع تشريعا خاصا بالمعاملات الالكترونية، وبالنظر لوسائل الحماية المدنية الواردة في التشريعات على اختلاف يمكن حصرها فيمايلي:

الفرع الأول: حق المستهلك في الإعلام

يعتبر الحق في الإعلام أو كما يطلق عليه البعض بالحق في التبصير، من الحقوق الأساسية الأولى التي كرستها تشريعات التجارة الالكترونية للمستهلك، باعتبار الإعلام وسيلة الاتصال الأولى للمستهلك بالسلع والخدمات، فمن خلال ما يكونه عنها من معلومات سيقرر الإقدام على التعاقد من عدمه.

وقد عرف هذا الحق عدو تعريفات فقهية من أبرزها أنه إمداد المتعاقد الطرف الآخر بالمعلومات الضرورية اللازمة لمساعدته على التعاقد من عدمه¹، وأنه ذلك الالتزام المنظم للعلاقة التعاقدية من قبل المنتج أو المهني لوضع المستهلك في مأمن ضد مخاطر المنتج سواء كان سلعة أو خدمة².

باستقراء التعريفات السابقة يتضح أن الحق في الإعلام يجد أساسه في حق العلم الكافي بمحل التعاقد في العقود التقليدية، والاختلاف هنا في وسيلة التعاقد التي ستم عن بعد وعبر وسائط الكترونية الذي يعتبر سببا للتدقيق أكثر في الحق واعطاء أهمية أكبر، كنتيجة حتمية لجهل المستهلك بأساليب التعاقد الالكتروني وما تحمله في طياتها من فنيات

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 38.

² - مدحت رمضان، مرجع سابق، ص 34.

يسهل استغلالها من طرف المحترفين من أصحاب النوايا السيئة لحميله على التعاقد واعطائه معلومات مخالفة للواقع.

لذلك فحق الإعلام في التجارة الإلكترونية لا بد أن يشمل كل البيانات الهامة عن السلعة أو الخدمة كما ونوعا، بذكر الخصائص والصفات الأساسية والتمن الذي سيقوم بدفعه وكل الشروط المتعلقة بعملية البيع في القواعد التقليدية في القانون المدني، حيث يعتبر أي إخلال بهذه البيانات إخلال بالتزام تعاقدى قد يرتب فسخ العقد، وتفعيل هذا الحق لا بد من أن تكون الجهة التي تقدم السلعة أو الخدمة معروفة لدى شركات المعلومات لنتمكن من الرجوع عليها عند النزاع.

الفرع الثاني: حق المستهلك في الخصوصية

إن المستهلك في إطار إقدامه على التعاقد الإلكتروني يقدم كل البيانات الشخصية الخاصة به إلى الطرف الثاني المتعامل معه، لذلك عمدت القوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية إلى حماية هذه البيانات من الإشهار بها أو الاعتداء عليها، لدرجة أن المساس بها قد يشكل جريمة من جرائم التجارة الإلكترونية.

ومضمون هذا الحق هو الالتزام بعدم نشر أو بث أية بيانات تتعلق بالمستهلكين بشخصياتهم أو حياتهم الخاصة، حيث لا يمكن استعمالها في غير التعامل الإلكتروني المقدمة بشأنه، كما لا يجوز الاحتفاظ بها بعد انتهاء الغرض الذي قدمت من أجله.¹ فالهدف من إقرار حق المستهلك في الخصوصية وجعله من وسائل الحماية المدنية، يكمن في الأهمية التي تكتسيها البيانات المقدمة من طرف المستهلك وحتى باتمانه فهي التي تحدد مكانة الشخص ومركزه المالي.

الفرع الثالث: حق المستهلك في الحماية المدنية من الإعلانات الكاذبة والمضللة

إن المستهلك الإلكتروني يختلف عن المستهلك العادي في وسيلة التعاقد والمتمثلة في الوسائل الإلكترونية، هذه الأخيرة تعتمد بالدرجة الأولى على فكرة الدعاية والإعلان عن السلع والخدمات لحمل المستهلكين على التعاقد، واستخدام هذه الوسائل يسهل التعاقد والتواصل إذا استغلت في الغرض الذي أعدت من أجله.

¹ - هدى حامد قشوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، ص 67.

إلا أنه كثيرا ما يساء استخدام الدعاية والإعلان من طرف أصحاب النوايا السيئة للتوقيع بالمستهلك وإيهامه بخصائص ومميزات في السلع والخدمات مغايرة للحقيقة، لذلك كان لا بد من التركيز على الحماية المدنية للمستهلك منها.

فخطورة الدعاية والإعلام جعلت خبراء المعلوماتية يصفونها بمصائد المستهلكين من خلال الوسائل التفاعلية الذكية التي يستخدمونها في إغراء المستهلك كالتصاميم والرسوم وإدعاء التفرد في إنتاج السلعة والخدمات، فضلا عن الاستعانة بالشهادات من طرف مشاهير في المجتمع كالرياضيين.¹

الفرع الرابع: حق المستهلك في الحماية المدنية من الإذعان في عقود التجارة الإلكترونية

بما أن الأساس في إبرام عقود التجارة الإلكترونية هو العرض الإلكتروني للسلع والخدمات من أي مكان في العالم، عن طريق الدعاية والإعلان لحمل المستهلك على اقتناءها، فإن المستهلك دائما هو الطرف الضعيف الذي يحتاج للحماية من مغريات العالم الافتراضي وما يحمله في طياته من وقائع لا يمكن إثباتها ماديا، لذلك فالمستهلك يلجأ إلى التعامل التجاري الإلكتروني دون تفاوض مسبق بل انطلاقا من معطيات عامة متاحة لجميع المستهلكين على حد السواء، هذا ما يجعل عقود التجارة الإلكترونية أقرب للإذعان. هذا الوصف أدى إلى ضرورة تكريس حق المستهلك في طلب إبطال أو رد الشروط التعسفية التي تمس بمصلحته، وبالتالي فسخ العقد بالإرادة المنفردة خلال 15 يوما من تاريخ استلام السلعة أو الخدمة، لأن هذه المدد تمثل الاطلاع الفعلي المادي للمستهلك عليها.² فمن شروط الإذعان التي تعتبر متوفرة في عقود التجارة الإلكترونية نذكر:³

- حاجة المستهلك للسلع والخدمات المعروضة.
 - الاحتكار القانوني والضعلي أو السيطرة للموجب على السلع والخدمات.
 - عمومية الإيجاب ومخاطبته لعامة المستهلكين.
- فكل هذه العناصر متوفرة في عقود التجارة الإلكترونية لذلك يمكن اعتبارها عقود إذعان، مع ما يترتب عليه من حقوق مدنية للمستهلك كحق الفسخ بالإرادة المنفردة

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص55-56.

² - هدى حامد قشوش، مرجع سابق، ص67.

³ - عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية، مرجع سابق، ص245.

وتفسير الغموض لمصلحته وحقه في العدول بعد رؤية السلعة التي قد تكون مخالفة للواقع، وهذا هو المعمول به في معظم القوانين الدولية والداخلية المنظمة للتجارة الالكترونية.

خاتمة:

من خلال ما تقدم نخلص إلى أن الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الالكترونية هي ضرورة فرضها التوجه السريع للوسائل الالكترونية الحديثة في إبرام المعاملات التجارية بين الأفراد عبر مختلف أنحاء العالم في أسرع الأوقات وبأقل التكاليف، فهذه السرعة تجعل المستهلكين يسعون وراء الحصول على أجود السلع والخدمات انطلاقاً مما يرونه من إعلانات ودعايا تفاعلية ذكية تتم بأساليب فنية تهدف للتأثير وجلب الانتباه، وجعل المستهلك يسعى وراءها دون تركيز، لذلك تبنت كل التشريعات الدولية وبعض التشريعات الداخلية كالمشعر الفرنسي والتونسي الحماية المدنية للمستهلك كوسيلة قانونية فعالة لتقوية الثقة والائتمان في التعاقد الالكتروني وبالتالي ازدهار التجارة الالكترونية من ناحية، وحماية حقوق المستهلك باعتباره الطرف الضعيف من ناحية أخرى.

فلجأت التشريعات لتكريس الحقوق والمبادئ العامة للتعاقد كضمان العيوب الخفية وحق العدول وفسخ العقد عند الإخلال بالالتزامات في مجال التعامل التجاري الالكتروني مع التأكيد على حق الإعلام بالسلعة وعدم المساس بالبيانات الخصوصية للمستهلك وغيرها من المبادئ المدنية للتعاقد.

إلا أن فعالية هذه الوسائل المدنية للحماية مرتبطة بتوسيع مفهوم المستهلك أولاً حتى تشمل الحماية أكبر قدر من المتعاملين في المجال الالكتروني، فضلاً عن تفعيل عمل شركات المعلومات على نحو يجعلها قادرة على تحديد الشركات التجارية التي تعرض السلع والخدمات الكترونياً للرجوع عليها عند اخلالها بالتزاماتها، خصوصاً وأن هذا الإخلال قد يتعدى الجانب المدني ويشكل ما يعرف بالجرائم الالكترونية كإفشاء البيانات الخاصة بالمستهلكين، أو جريمة الإعلان الكاذب أو المغشوش، فضلاً عن تكريس الضمانات التي تكفل التمتع بالحقوق والمتمثلة في اللجوء للقضاء كدعوى ضمان العيوب الخفية وما يقتضيه ذلك من ضرورة تحديد القضاء المختص والقانون الواجب التطبيق ووسائل الدفع الالكتروني.