

حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت

بين الواقع والضرورة

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

الدكتورة سليمة لدغش

أستاذة محاضرة "أ"

ladgchesalima@yahoo.fr

جامعة زيان عاشور - (الجلفة)

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 -

الملخص:

لقد أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور ما يسمى بالتجارة الإلكترونية سواء على مستوى الأشخاص أو الشركات أو الدول وأضحت التجارة الإلكترونية تحتل أهمية كبيرة نظراً لفوائدها العديدة والمتنوعة والتي من أهمها سهولة إعداد العمليات التجارية وتنوع وتوسع مجال الأسواق، فكان التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات وقطاع الاتصالات الذي يمر به العالم في الوقت الراهن أثره البالغ والواضح على المبادئ الراسخة في الفكر القانوني، خاصة في مجال التجارة الإلكترونية.

ويصاحب عادة عرض السلع أو الخدمات عبر الإنترنت الكثير من المبالغة في الدعاية، مما يجعل هذا الأمر يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك، وقد يوقعه في مغالطة تضر بمصالحه، وقد يمس بخصوصياته. لهذا فإن ظهور الإنترنت وتطور وسائل الاتصال وما صاحبه من خطر؛ يستوجب تظافر الجهود بما فيها تعديل القوانين من أجل حماية المستهلك من الأخطار المستحدثة في التجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، شبكة الإنترنت، التجارة الإلكترونية، حماية المستهلك.

Abstract:

After the apparisation of preformation technology causes the electronic commerce different levels : individu or societies or states become importance for their a vantages : facilities easy un the realisation commercial operations and widen of markets. The development the world is experiencing at the moment in the field of information technology and telecommunications sector has a comprehensive and clear impact on the established principles in legal thought, especially in the field of electronic commerce.

The display of goods and services in often characterized by over advertising. This widely affects the consumer's orientation and may lead him to make wrong choices detrimental to his interests, and can even interfere in his personal information.

but after the appearence of the internet, the modernisation of mass media and the success of the electronic commerce.

Key words: the consumer, Internet, the Electronic Commerce, the protection of consumer.

مقدمة:

تعتبر حماية المستهلك من أكثر المواضيع أهمية خاصة في عصرنا الحالي؛ كما أن ما شهده العالم من نقلة نوعية سواء بالنسبة للنواحي الاجتماعية أو الاقتصادية، أدى إلى تغيير في إنتاج السلع والخدمات، وبالتالي تغيير في سلوك المستهلك، هذا الأخير الذي هو في حاجة دائمة للحماية، وبالمقابل ومنذ أن دخل العالم الرقمي حيز العمل الواسع مع شبكة الإنترنت، سقطت الحدود الجغرافية، ولم يعد ثمة اعتبارات كبيرة للمكان أو الزمان في علاقات الأفراد وبخاصة المتعاملين منهم مع هذه البيئة الافتراضية.

فالمستهلك حينما يقدم على التعاقد بشأن سلعة فهو غالباً ما يجهل كل شيء عن تركيبها ولا يكاد يعرف إمكانياتها، بالإضافة لكونه يجهل دروب التعاقد المعقد التي تصاحب تكنولوجيا الإنتاج الكبير والتوزيع الواسع النطاق، وأمام عدم التوازن أطراف العقد فإنه أصبح المستهلك ضعيفاً بالنظر إلى البائع المحترف الذي يتمتع بكل الفنيات التقنية والقانونية والخبرة مما يجعله يبذل كل جهده لتحقيق مصلحته على حساب المستهلك.

فأصبح المستهلك في ظل التكنولوجيا الحديثة عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، فقد يلجأ التاجر الإلكتروني إلى التفاوض عن سلامة وأمن المستهلك بإبهامه بمزايا غير حقيقية في إنتاجه ولذلك وجب حماية المستهلك والبحث عن الوسائل اللازمة لذلك.

وترتيباً على ما تقدم تكمن إشكالية المدخلة في بيان الحماية التي من المفروض أن يحظى بها المستهلك في إطار التجارة الإلكترونية وتحديد الصعوبات التي تواجهه في كافة مراحل التعاقد الإلكتروني بالإضافة لمعرفة مدى ما حققته النصوص القانونية في هذا المجال .

وعليه سنقوم بالإجابة على التساؤلات التالية:

1/ من هو المستهلك الإلكتروني؟

2/ وماهي مبررات حمايته؟

3/ ما هي حقوق المستهلك في كافة مراحل التعاقد الإلكتروني؟

محاور المدخلة: للإجابة على الأسئلة السابقة تم تأسيس هذه المدخلة وفق

محاور أساسية تتمثل في:

أولاً: الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني ومبررات الحماية

ثانياً: حماية المستهلك في المرحلة السابقة على العقد الإلكتروني

ثالثاً: حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني

أولاً: الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني ومبررات الحماية:

إن الحديث عن موضوع حماية المستهلك الإلكتروني يستلزم أولاً إعطاء تصور عن الإطار المفاهيمي لمهية حماية المستهلك والمفاهيم الأخرى المتعلقة بهذا النشاط، بالإضافة لإبراز مبررات هذه الحماية. فمن بين المفاهيم الواجب ذكرها المستهلك، حيث نورد في تعريفه مايلي:

جاء في القاموس المحيط: إن المستهلك أو المهلك هو الذي " ليس له هم إلا أن يتضيئه الناس، يظل نهاره، فإذا جاء الليل أسرع إلى من يكفله خوف الهلاك لا يتمالك دونه"¹

كذلك نذكر له تعريف ضيق و آخر موسع.

التعريف الضيق للمستهلك: يرى هذا الإتجاه أن المستهلك هو كل شخص يتعاقد بهدف إشباع وتلبية رغباته وحاجاته الشخصية والعائلية، أو بمعنى آخر هو الذي يقوم باقتناء الخدمات والسلع لاستعماله الشخصي أو لاستعمال أفراد أسرته أو للأشخاص الذين يعليهم².

التعريف الواسع للمستهلك: يعرف هذا الاتجاه للمستهلك بأنه: يشمل كل شخص يقوم بتصرف قانوني، من أجل استخدام السلع أو الخدمات لاستخدامه الشخصي أو المزود، أي أن المزود قد يكون شخصاً طبيعياً، أو شركة أو منتجاً، وبذلك يشمل المعاملات التجارية بين المنتجين أنفسهم³. أي المعاملات التي تتعلق بنشاطهم المزود بشرط أن تكون هذه المعاملات خارجة عن إطار اختصاصهم المزود.

¹ - مجد الدين الفيروز ابادي، القاموس المحيط، المجلد الرابع، بيروت: دار المعرفة، ب ت النشر. ص50.

² - أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية المستهلك إزاء المضمون العقدي كلية الحقوق، جامعة الزقازيق، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص20. جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكره ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص20.

³ - الصرايرة منصور، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر وسائل الاتصال الإلكترونية، دراسة في التشريع الأردني، مجلة جامعة دمشق للعلوم القانونية والاقتصادية، المجلد 25، العدد 2، 2009، ص838. فلاح فهد

بينما تعرفه الفقرة الأولى للمادة 03 من قانون 3/09 المؤرخ في 2009 /02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به"

والمستهلك الإلكتروني: فهو ذلك 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 واصلاحها¹.

أما التجارة الإلكترونية: فهي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الإنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي².

وبالمقابل يعرف الفقه العقد الإلكتروني: بأنه "اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية للاتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة ومرئية، وبفضل التفاعل بين الموجب والقابل"³.

والمزود الإلكتروني: هو كل شخص طبيعي أو معنوي، والذي يظهر في العقد الإلكتروني كمحترف، فهو الشخص الذي يمارس باسمه أو لحساب الغير نشاطاً تجارياً أو

العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، كلية الحقوق ، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 50

¹ - أحمد السيد طه كردى، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، جامعة بنها - كلية التجارة، 2011، ص 13.

² - أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، 2010، ص 167.

³ - مجاهد أسامة أبو الحسن، خصوصية التعاقد عبر الانترنت، دون طبعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000 ، ص 39. عن عبد الرحمان خلفي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري- دراسة مقارنة- ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الانسانية، المجلد 27 (1)، 2013 ، ص 03 .

صناعياً أو زراعياً، فيمتلك موقعاً إلكترونياً، أو محلاً تجارياً بقصد ممارسة نشاطه، أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها، أو يقوم بتأجير السلع وتقديم الخدمات¹.

وفي عرف الاتصالات تطلق التجارة الإلكترونية على أنها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات، عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات كمبيوترية، أو عبر أي وسيلة تقنية².

لذا فحماية المستهلك: تعني الإجراءات اللازمة لحماية كل شخص يسعى للحصول على سلعة أو خدمة بهدف اشباع حاجاته الشخصية أو العائلية³.

لنصل لمبررات حماية المستهلك في ظل التجارة الإلكترونية: فبعد اتساع مستخدمي الإنترنت في العالم، بدأ يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك، نظراً لوجود عدة مبررات أهمها:

1/ أن التطور التقني الذي يشهده العالم من خلال شبكة الإنترنت أدى إلى واقعاً علمياً يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية⁴.

2/ إن حاجة المستهلك إلى السلع والخدمات الضرورية التي تقدم عبر شبكة الإنترنت (كالخدمات السياحية، والمصرفية والتأمين، وبيع تذاكر الطيران والحجز في الفنادق، وبرامج الحاسب الآلي وغيرها)، تدفعه إلى الإقبال علىها وإبرام التصرفات من خلال شبكة الإنترنت، وغالباً ما يفتقد المستهلك إلى الخبرة والدراية والمعرفة في مجال تقنية تكنولوجيا المعلومات - لا سيما شبكة الإنترنت - الأمر الذي يدفعه إلى

¹ - فلاح فهد العجمي، المرجع السابق، ص 53.

² - محمد منصور ربيع المدخلي، أخلاقيات التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، ورقة عمل لندوة المستهلك، 2014، ص 6.

³ - حسن عبد الباسط الجميحي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1996، ص 30.

⁴ - شاهين، بهاء، الإنترنت والعملة، الطبعة الأولى، مصر، عالم الكتاب، 1999، ص 46-47. عبدالله ذيب عبدالله محمود، حماة المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، مذكره ماجستير، بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009، ص 30.

الدخول في علاقات من خلال مواقع إلكترونية وهمية وبالتالي تعرضه للاحتيال والخداع¹.

ثانياً: حماية المستهلك في المرحلة السابقة على العقد الإلكتروني:

تتجسد الحماية في هذه المرحلة من خلال:

1/ حماية المستهلك في مواجهة الإعلان التجاري:

تكون الأعمال التجارية عبر الإنترنت بصفة عامة مسبقة بشكل من أشكال

الدعاية والإعلان، عبر شبكة الإنترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى، ولا شك أن الإعلان أصبح من أهم آليات النشاط التجاري في المنافسة وتحقيق الربح عبر الشبكات الإلكترونية².

ويعرف الإعلان بأنه عبارة عن " مجموعة من الجهود غير الشخصية التي تهدف إلى توجيه انتباه أفراد المجتمع إلى سلعة، أو خدمة محدد لحثهم على شرائها، أو طلبها، أو هي عبارة عن أنواع الأنشطة المختلفة التي يتم من خلالها نشر، أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة، أو الخدمة المعلن عنها³.

هذا الإعلان يعرفه المشرع الجزائري في المادة 8/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-

39 المؤرخ في 1990/01/30 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه " جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات والعروض أو الإعلانات أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية"⁴.

¹ - بدر أسامة أحمد " حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة دار النهضة العربية، ص 108 طارق كميل، حماة المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت" دراسة مقارنة" مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، كلية الحقوق- الجامعة العربية الأمريكية، ص 68.

² - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)،الدار الجامعية الإسكندرية، 2007، ص 79. عبدالله ذيب عبدالله محمود، المرجع السابق، ص 35.

³ - قشقوش هدى حامد، الإعلانات غير المشروعة في نطاق القانون الجنائي، الطبعة الأولى، مصر، دار النهضة العربية، 1998، ص 7. عبدالله ذيب عبدالله محمود، المرجع السابق، ص 36.

⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق ل 30 /01/ 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05، الصادر سنة 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 2001/10/16، ج ر عدد 61 الصادر في 2001/10/21.

مع العلم أن الإعلان الموجه إلى المستهلك عبر شبكة الإنترنت قد يعد إيجاباً وذلك عندما يكون متضمناً بشكل واضح ومحدداً للشروط الجوهرية والأساسية للتعاقد، وعند عدم احتوائه على الشروط الأساسية والجوهرية للتعاقد أو أنها كانت غير واضحة ومحددة، فإن الإعلان عبر شبكة الإنترنت لا يعد إيجاباً وإنما دعوة إلى التفاوض¹.

هذا وقد يتجاوز الإعلان التجاري الأطر المسموح بها ليصبح بذلك إعلاناً كاذباً وذلك من خلال انتهاج أساليب الخداع في الرسالة الإعلانية لغرض تضليل المستهلك والعمل على إقناعه بشراء منتج ما، وهذا بالتركيز على مختلف الأساليب التي تؤثر بالمستهلكين.

لهذا يعد الإعلان التجاري الإلكتروني المضلل جريمة في حال توفر عنصرين أساسيين: الأول وهو عنصر مادي والذي يتكون من وسيلة دعائية، وهي عبارة عن شبكة الإنترنت، أو بعض الوسائل الأخرى كرسائل الهواتف النقالة والتلفاز حيث يمكن أن تستخدم هذا الوسائل بطريق احتيائية تضلل المستهلك وتوقعه في الخطأ، كذلك يجب أن يتضمن العنصر الأول وجود معلومات مضللة أو كاذبة من شأنها إيقاع المستهلك في الغلط، وأن تكون المعلومات المضللة التي توقع في الغلط أحد العناصر الأساسية المكونة للسلعة أو الخدمة².

أما العنصر الثاني من عناصر جريمة الإعلان التجاري الإلكتروني المضلل فهو القصد الجرمي الذي هو أساس المسؤولية الجزائية³.

وتجدر الإشارة أن قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية تكون من خلال اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني ومنع الإعلان الإلكتروني المضلل.

كما أن المشرع الجزائري منع الإعلان الكاذب في المادة 13 من المرسوم التنفيذي 90-367 والتي نصت على: "يمنع.... استعمال أية إشارة أو أي علامة، أو أي تسمية

¹ - سلطان أنور، مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني الطبعة الثانية، المكتب الفني، الأردن، 1998، ص62 برهان سمي، إبرام في التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص 64. و أبو الليل إبراهيم الدسوقي، العقد الإرادة المنفردة الطبعة الأولى، جامعة الكويت، الكويت، 1995، ص 105 طارق كميل، المرجع السابق، ص69.

² - عبد الله ذيب عبد الله محمود، المرجع السابق، ص40.

³ - نفس المرجع.

خالية، أو أي طريق للتقديم أو الوسم، أو أي أسلوب للإشهار أو العرض، أو البيع من شأنها أن تدخل لبساً في ذهن المستهلك...¹.

2/ حماية المستهلك الإلكتروني من خلال الإعلام:

يقصد بالحق في الإعلام حق كل إنسان في أن يتلقى وينقل المعلومات والأخبار والآراء على أية صورة دون تدخل من أحد، ويشكل هذا الحق التزاما يقع على عاتق المنتج أو المهني ولا بد من التمييز بينه وبين طرق الإعلان والدعاية ذلك أن أهداف الدعاية والإعلان هي محاولة جذب المستهلك بينما الالتزام بالإعلام يتمثل في تنبيه المستهلك وإحاطته علما بكل التفاصيل المتعلقة بالمنتجات، والذي قد يجعله إما يقدم على إبرام العقد أو الإعراض عنه².

وباستقراء النصوص القانونية لحماية المستهلك في الجزائر ونقصد القانون رقم 03-09 لسنة 2009 نص في الفصل الخامس تحت عنوان إلزامية إعلام المستهلك في المواد 17 و 18 منه على وجوب تبصير المستهلك قبل التعاقد بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج، كما أُلزم جمعيات حماية المستهلك تحسيس المستهلك وضمان تحقق إعلامه في نص المادة 21 من نفس القانون، ويمكن العودة للقواعد العامة في القانون المدني التي نظمت حق إعلام المتعاقد للطرف الثاني قبل التعاقد، غير أنه أضحي من الضروري بمكان مراعاة المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني، وبالتالي ضرورة تعديل التشريع بما يتناسب والتطور الحاصل.

وإذا ما رجعنا إلى قانون الاستهلاك الفرنسي نجد أن المشرع الفرنسي أعطى للإلتزام بالإعلام أهمية كبيرة، حيث أدرجه في الكتاب الأول بعنوان إعلام المستهلكين وتكوين العقد، وعنوان الباب الأول من هذا الكتاب إعلام المستهلكين، وتنص المادة L1-

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10/11/1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية، ج ر عدد 50 الصادرة سنة 1990 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22/12/2005 ج ر عدد 83 لسنة 2005.

² - حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص14.

111 من الباب الأول من الكتاب الأول على أنه: يجب على كل مهني بائع للسلع أو مؤدي لخدمات أن يعلم المستهلك قبل إبرام العقد بالخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة¹.

أما عن جزاء الإخلال بالحق في الإعلام الإلكتروني: فالإخلال بهذا الحق قبل التعاقد يؤدي إلى تعيب إرادته المستهلك عديم الخبرة، مما يسمح له بالمطالبة بفسخ العقد أو المطالبة بإبطاله إذا وقع في غلط أو تدليس. ويمكن الرجوع على التاجر الإلكتروني بمقتضى قواعد المسؤولية العقدية استناداً على وجود عقد سابق على هذا العقد الأصلي، وأن العقد السابق هو عقد ضمان مفترض قبل التعاقد². كما يمكن الرجوع عليه بقواعد المسؤولية التصريية والمطالبة بالتعويض عما يكون قد أصابه من ضرر بسبب عدم إعلامه على نحو سليم.

ويمكن الإشارة أن المشرع الجزائري الذي نظم الحق في الإعلام في قانون حماية المستهلك فجعل جزاء جنائياً لمخالفته.

ثالثاً: حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني:

وتكون هذه الحماية في هذه المرحلة من خلال:

1/ حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية:

التعسف لغة هو الاستخدام السيئ، أما القانون فيعرف التعسف على أنها لاستخدام الفاحش لميزة قانونية، ويعرف جانب من الفقه الشرط المحرر مسبقاً قبل الطرف الأكثر قوة بحيث يصبح لا توازن، ويمنح ميزة فاحشة على حساب الطرف الآخر³. فيمكن تعريف الشرط التعسفي بأنه: "الشرط الذي يستأثر أحد طرفي العلاقة العقدية بفضه تعسفاً على الطرف الآخر بحيث يجعله يخضع له دون إمكانية حقيقية لتعديله بسبب عدم المساواة التي وجد فيها، وينتج عنه اختلال ظاهر في التوازن العقدي

¹ - قانون الإستهلاك الفرنسي رقم 93-94 الصادر في 26 يونيو 1993، المتعلق بتقنين الإستهلاك الفرنسي.

² - عمران، محمد السيد. دون ذكر تاريخ النشر، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت". منتدى محامي سوريا. على الموقع www.alegar.net، ص14.

³ - J.Calais-Auloy et F.Steinmetz, Droit de la Consommation, Dalloz 5^{ème} edition Dalloz, Paris, 2000, p185.

مزاري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكره ماجستيركلية الحقوق، جامعة وهران، 2013، ص 66.

بين حقوق والتزامات الأطراف في كل مراحلها، يظهر الميزة الفاحشة التي يحصل عليها الطرف الأقوى فيشكل ذلك عبئاً على الطرف الآخر دون مقتضى"¹.

ونستطيع أن نعرف الشروط التعسفية في إطار عقد الاستهلاك الإلكتروني بأنها "الشروط التي يدرجها التاجر أو مقدم الخدمة في العقد الإلكتروني المبرم مع المستهلك، والتي تؤدي إلى اختلال التوازن بين حقوق والتزامات الطرفين، ضد مصلحة المستهلك"².

كما أشار المشرع الجزائري لمفهوم الشرط التعسفي في القانون رقم 04-02 الصادر في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، في الفقرة الخامسة 05 من المادة 03 والتي تنص: "يعتبر شرط تعسفي كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركاً مع بند واحد أو عدّة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

لذلك يجب حمايته على اعتبار أن هذه العقود يجب النظر إليها على أنها عقود إذعان للمستهلك الحق في المطالبة بإبطالها أو حمايته من الشروط التعسفية فيها، وهذا مرده أن هذه العقود يصعب لتفاوض في شروطها.

12/ حماية المستهلك الإلكتروني من خلال البيانات الشخصية:

أدى ظهور الانترنت وشيوع استخدامه في كافة مجالات الحياة إلى مخاطر على الحياة الخاصة لهذا برزت جهود دولية لحماية البيانات الشخصية.

يعد الحق في الخصوصية أو الحق في حماية الحياة الخاصة واحداً من بين حقوق الإنسان المعترف بها منذ القدم، وقد أثرت تقنية المعلومات على هذا الحق على نحو اظهر إمكان المساس به إذا لم تنظم أنشطة جمع ومعالجة وتبادل البيانات الشخصية الجارية في نطاق نظم معالجة البيانات وبنوك المعلومات. وظهر الواقع العملي وجوب التدخل التشريعي لتنظيم أنشطة معالجة البيانات المتصلة بالشخص وتنظيم عمليات تخزينها في بنوك وقواعد المعلومات وعمليات تبادلها، وهذا التنظيم التشريعي ليس مجرد إقرار

¹ - رياحي أحمد، أثر التفوق للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 5، ص 347.

² - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012، ص 518-

قواعد ذات محتوى تنظيمي، بل امتد إلى إقرار قواعد تتصل بالمسؤولية المدنية والجزائية عن أنشطة مخالفة قواعد التعامل مع البيانات الشخصية سواء ما يرتكب من قبل القائم على هذه الأنشطة أم من قبل الغير¹. أما فيما يخص احترام خصوصية المستهلك فقد تتضمن المعاملات الإلكترونية بيانات شخصية يتم إرسالها من المستهلك إلى التاجر في إطار التأكيد على عملية البيع، وقد تكون هذه المعلومات عبارة عن بيانات اسمية، أو عدة صور في شكل إلكتروني، كما قد تشمل مقر إقامة المستهلك، وطبيعة العمل الذي يقوم به، وغير ذلك من البيانات التي لا يرغب في الكشف عنها للغير، ولولا ضرورات المعاملة الإلكترونية لما تم الكشف عنها. وقد يسيء التاجر الإلكتروني استخدام هذه البيانات ويتعامل معها في غير الأغراض المخصصة له، كأن يرسلها إلى متعاملين آخرين دون إذن من صاحبها، أو يطرحها للإطلاع العام².

كما أن البيانات الشخصية التي تتعلق بالمستهلك في مجال الانتماء، ذات علاقة وثيقة بالتجارة الإلكترونية، ذلك أن البنوك وقبل منح أية تسهيلات لعملائها، تجري تحريات وثيقة ومفصلة عن مسلك الشخص ومركزه المالي ومن هنا يتحتم حماية البيانات الشخصية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، حيث يجب احترام سرية البيانات الخاصة بالعملاء بوصفهم مستهلكين، وكذلك احترام حقهم في الخصوصية³.

ولقد جاء المشرع الجزائري بحماية جنائية خاصة للبيانات الإلكترونية الشخصية في إطار قانون العقوبات بموجب المواد 303 مكرر إلى المادة 303 مكرر 3 من القانون رقم 23/06 المؤرخ في 23 ديسمبر 2006.

لذا يستوجب احترام سرية البيانات الخاصة بالعملاء بوصفهم مستهلكين، وكذلك احترام حقهم في الخصوصية، ويقتضي ذلك الالتزام بعدم نشر أو بث أي بيانات تتعلق

¹ - يونس عرب، تطوير التشريعات في مجال مكافحة الجرائم الإلكترونية، ورشة عمل من قبل هيئة تنظيم الاتصالات مسقط - سلطنة عمان، 2 - 4 نيسان / ابريل 2006، ص 15.

² - عبد الرحمان خلفي، المرجع السابق، ص 18.

³ - عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، الطبعة الأولى، 2005، ص 20. إسماعيل قطاف، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2006، ص 4.

بشخصياتهم أو حياتهم الخاصة، وكذلك البيانات المصرفية الخاصة بهم على سبيل المثال¹.

3/ حماية المستهلك الإلكتروني من خلال توقيعه الإلكتروني:

مع التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال والمعلومات فلم يعد التوقيع التقليدي ملائماً للمعاملات الالكترونية لذلك ظهر التوقيع الإلكتروني كبديل عن التوقيع التقليدي ليتوافق وطبيعة المعاملات الالكترونية

ويمكن أن نعرف التوقيع الإلكتروني بأنه: "كل إشارات أو رموز أو حروف مرخص بها من الجهة المختصة باعتماد التوقيع ومرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالتصرف القانوني ويسمح بتمييز صاحبها وتحديد هويته ويتم دون غموض عن رضائه بهذا التصرف القانوني"²

أما بالنسبة للجزائر فكان من الضروري عند تعديل القانون المدني بقانون رقم 10/05 المؤرخ في 20/06/2005، أن يوجد تعريفاً للتوقيع الإلكتروني بعد أن عرّف المشرع الكتابة الالكترونية ، وهو ما لم ينص عليه صراحة في التعديل الأخير، غير أنه بالرجوع إلى الفقرة 2 من المادة من ذات القانون نجدها قد نصت على انه " يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 1 وهي الشروط المتعلقة ب"إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها." وهو ما يعني مساواة حججته للتوقيع التقليدي.

اعتمد المشرع الجزائري التوقيع الإلكتروني لأول مرة في نص المادة 2/327 من القانون المدني³ ، أما عن تعريف التوقيع الإلكتروني فإن القانون الجزائري يميز بين

¹ - حداد العيد، الحماية المدنية والجناحية للمستهلك عبر شبكة الأنترنت، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الأول حول التنظيم القانوني للإنترنت والجريمة المنظمة، 27-29 أفريل، كلية الحقوق، جامعة الجلفة، 2009، ص 8.

² - ثروت عبد الحميد، التوقيع الإلكتروني، دار الإسكندرية مصر، 2007، ص 50.

³ - الصادر بالأمر 58/75 المؤرخ في 1975/09/26 المعدلة بالقانون 10/05 المؤرخ في 20 جوان 2005) الجريدة الرسمية 64 س 24)

التوقيع الإلكتروني المؤمن وذلك بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي 162/07¹ " التوقيع الإلكتروني هو أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و323 والتوقيع الإلكتروني المؤمن هو الذي يكون خاصاً بالموقع، ويتم بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحضرية وكل تعديل يكون قابل للكشف عنه".

شروطه:

- أن يكون شخصياً - اتصال التوقيع بالحرر- إمكانية كشف ومعرفة أي تغيير قد يحصل للتوقيع الإلكتروني بعد وضع هذا التوقيع - إمكانية كشف ومعرفة أي تغيير قد يحصل في المعلومات المرتبطة بالتوقيع بعد وضعه على هذه المعلومات.

و صورته تتمثل في :

1/التوقيع باستخدام بطاقات الائتمان، 2/التوقيع بالقلم الإلكتروني، 3/التوقيع البيومتری (باستخدام الخواص الذاتية)، 4/التوقيع الرقمي .

أما عن حجيته فالتوقيع الإلكتروني بالإضافة لقيامه بالوظائف التي يقوم بها التوقيع التقليدي فهو يختلف عنه بالنظر إلى أن التأكد من شخصية صاحب التوقيع يتم بشكل روتيني في كل مرة يتم فيها استخدام الرقم السري أو المفتاح الخاص، وبالتالي فإنه لا مجال للانتظار حتى ينشب النزاع للبحث في مدى صحة التوقيع كما هو الشأن في معظم الأحوال بخصوص المحررات الموقعة بخط اليد².

كما أن المشرع الجزائري أعطى للإثبات في الشكل الإلكتروني نفس الحجية في الإثبات للكتابة على الورق، شرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها المادة 323 مكرراً من القانون المدني الجزائري³.

¹ - المؤرخ في 2007/05/30 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-123 (المؤرخ في 2001/05/09 والمتعلق بنظام الإستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف المواصلات السلكية واللاسلكية، الجريدة الرسمية 2007/6/7، العدد 37، ص 12).

² - حسن عبد الباسط جمعي، إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الإنترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000 ص 42. مخلو في عبد الوهاب، ص 216

³ - القانون المدني الجزائري الصادر بالأمر 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم سنة 2005 و 2007.

1/4 حق المستهلك الإلكتروني بضمان العيب الخفي:

من الضمانات التي وفرتها المشرع للمستهلك في عقود البيع سواء أكانت تقليدية أم الكترونية التزام البائع بضمان العيوب الخفية في المبيع، ويعد هذا الضمان وسيلة فعالة لحماية المستهلك من العيوب التي قد توجد في المبيع وتنازل من صلاحيته للانتفاع به على نحو تخالف الغرض من التعاقد.

فالمستهلك في التعاقد الإلكتروني يتجول عبر صفحات الإنترنت بغية التسوق والشراء، وحينما يستقر على منتج معين أو خدمة فإنه يبرم تعاقدًا بشأنها، وفي الغالب ليس صانع المنتج هو الذي يتعاقد مع المستهلك فالتاجر (المزود) هو الذي يقوم بالتعاقد مع المستهلك ويسلمه السلعة، وبالتالي لا يكون هناك ثمة علاقة تربط ما بين المستهلك والمنتج (لمزود). ومع ذلك فإن المستهلك يستطيع الرجوع على المنتج (لمزود) على أساس المسؤولية التقصيرية، حيث أن مسؤولية صانع المنتج تقوم على أساس إخلاله بالالتزام بالسلامة¹.

أما عن تعريفه فهو الذي يصيب المنتج أو الخدمة سواء في الأوصاف أو في الخصائص، بحيث يجعلها غير صالحين للهدف المعدان من أجله، أو يؤدي إلى إتلاف المنتج أو إنقاص قيمته أو منفعته، أو تخلف صفة في المبيع، التزام المهني للمستهلك وجودها في المنتج، بحيث يؤثر ذلك في جودة المنتج، أو مخالفة ما اتفق عليه مع المستهلك من شروط².

لم يورد المشرع الجزائري تعريفاً للعيب الخفي في القانون المدني، بل تعرض لشروط العيب الخفي ضمن المادة 379 التي تنص: "يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع بحسب الغاية المقصود منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله..."

شروطه: حرصاً على استقرار المعاملات، فقد اشترطت القوانين لقيام ضمان المهني لعيوب المبيع توافر شروطاً معينة في العيب وهي:

¹ - عبدالله ذيب عبدالله محمود، المرجع السابق، ص 111.

² - خلوي نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الإنترنت، مذكورة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2013، ص 52.

1/ العيب المؤثر: وهو ما يقع في مادة الشيء محل التعاقد، والذي من شأنه أن ينقص من قيمة الشيء أو من نفعه ومعيار الانتفاع بالشيء هو ما خصص له ما لم يتم تحديد الغاية من الشيء محل التعاقد،¹.

2/ العيب القديم: قدم العيب هو من الشروط الواجب توافرها لكي يتحقق الضمان، والمقصود بالعيب القديم؛ العيب السابق للبيع أو على وجه أصح العيب الموجود قبل انتقال الملكية للمستهلك أو عند انتقالها كحد أقصى، أما إذا كان العيب مما لا يظهر إلا بعد انعقاد البيع وانتقال الملكية فيكون الضمان واجباً على المهني².

3/ العيب الخفي: أي الذي يصعب اكتشافه من قبل الشخص العادي بالعين المجردة ويحتاج إلى خبير يستطيع كشفه، وغير ظاهر للعيان عند التسليم، ويسقط حقه في الطعن بالعيوب الخفية إذا كان باستطاعته كشف العيب بسهولة³.

بتطبيق الشروط السابقة الواجب توافرها لقيام التزام البائع بضمان العيب الخفي في المبيع؛ نجد أنها متوفرة أيضاً في حالة التجارة الإلكترونية، فمثلاً إذا قام المستهلك بشراء برنامج حاسب آلي وعند استعماله تبين أنه معيب ولا يحقق الفائدة المرجوة منه، أو تم زرع فيروس به لا يستطيع إلا خبير اكتشافه، فهنا تكون بصدد عيب خفي ومؤثر يصعب على المستهلك العادي اكتشافه، مما يتوافر معه في هذه الحالة التزام المهني في عقد الاستهلاك بضمان العيب الخفي في برنامج الكمبيوتر⁴.

5/ حق المستهلك الإلكتروني بضمان التعرض والاستحقاق: يستفيد المستهلك الذي يتعاقد عبر الإنترنت مما هو مقرر بشأن البيع عموماً، ومنها الالتزام على البائع بضمان ملكية المبيع.

¹ - مخلوف عبد الوهاب، مخلوف عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2012، ص 171.

² - خلوي نصيرة، المرجع السابق، ص 54.

³ - مخلوف عبد الوهاب، المرجع السابق، ص 171.

⁴ - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 247-248. عبدالله ذيب عبدالله محمود، المرجع السابق،

ويعرف ضمان التعرض بأنه "ضمان البائع كل فعل صادر منه نفسه، أو من غيره، ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضه"¹. فيلتزم المهني بضمان التعرض الشخصي من خلال الامتناع عن أي عمل من شأنه أن يعيق انتفاع المستهلك بالمنتج على النحو الذي أُعد له، ويشمل ضمان المهني بعدم التعرض الشخصي للمستهلك، كل عمل مادي، وكل تصرف قانوني يصدر منه. كما يكون ملزماً أيضاً بضمان التعرض الصادر من الغير، حيث يكون ملزماً بالضمان عند تعرض الغير للمستهلك في الانتفاع بالمبيع سواء أكان كله أو بعضه.

وعليه فإن البائع يكون ملزماً بالامتناع عن التعرض الشخصي للمشتري ودفع التعرض الصادر عن الغير بالوسائل القانونية، فإذا استطاع دفع هذا التعرض فإنه يكون قد نفذ التزامه بضمان التعرض تنفيذاً عينياً، وإذا لم يستطع واستحق الغير المبيع كلياً أو جزئياً فعندها يقع على عاتقه تعويض المشتري عن الأضرار التي لحقت به نتيجة هذا الاستحقاق استناداً لمسؤوليته العقدية، وهذا ما يعرف بضمان الاستحقاق². والتزم البائع بضمان عدم تعرضه الشخصي المادي لا يقتصر على العقود العادية، وإنما يشمل العقود التي تتم عبر شبكة.

ويستنتج أن ضمان التعرض والاستحقاق المنصوص عليه في القواعد العامة يمكن تصوره في عقد البيع الإلكتروني، إلا أنه وفي سبيل حماية المستهلك لا يجوز إنقاص الضمان، أو الاتفاق على إسقاطه، لكن يجوز زيادته³.

6/ حماية المستهلك الإلكتروني من خلال حقه في العدول: يعرف حق المستهلك في العدول عن العقد في القانون بأنه: "رغبة أحد المتعاقدين بنقض العقد والتحلل منه دون توقف على إرادته الطرف الآخر"⁴ فيما يتعلق بالعدول عن العقود المبرمة عن بُعد نرى أن بعض التشريعات تنص على حق المستهلك (المشتري) في العدول عن العقد، كقانون

¹ - عبيدي علي، العقود المسماة، البيع والإيجار وقانون المالكين والمستأجرين، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2009، ص 110. فلاح فهد العجمي، المرجع السابق، ص 105.

² - دواس، أمين ودودين، محمود، عقد البيع في مجلة الأحكام العدلية دراسة مقارنة "دون ذكر دار النشر، 2013، ص 329. العبيدي، علي هادي العقود المسماة البيع والإيجار "دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 114 طارق كميل، المرجع السابق، ص 75.

³ - فلاح فهد العجمي، المرجع السابق، ص 109.

⁴ - حق المستهلك في العدول عن العقد، مقال على موقع قنأه العربية، 2014/03/31.

الاستهلاك الفرنسي في القسم الثاني الخاص بالبيع عن بُعد في المادة 2-1-R121 تنص على معاقبة البائع في حالة الإحجام عن إعادة الثمن للمستهلك الذي استعمل مكنة العدول عن العقد والتي منحها إياه القانون¹.

كما يرى بعض الفقهاء أن المستهلك الإلكتروني له الحق في العدول، ذلك أنه يشتري السلعة عن طريق الانترنت ولم ير السلعة، وإنما رأى صورتها على شاشة الحاسب الآلي، فإذا تسلم أنموذجاً منها كان له حق العدول ومن ثم إمضاء العقد أو فسخه حماية له من أي تلاعب أو تغيير أو تدليس من البائع في نطاق التجارة الإلكترونية².

وقد يختلط مفهوم حق العدول مع خيار الفسخ للعيب لكونهما ينيهان العلاقة التعاقدية بالإضافة إلى أنهما يخولان لطرف واحد هو المشتري والمستهلك، إلا أنهما يختلفان من حيث الأساس الذي يقومان عليه فإذا كان خيار الفسخ للعيب جزاء على عدم التزام البائع بإعلام المشتري بالعيوب الخفية للشيء موضوع التعاقد فإن حق العدول هو إمكانية قانونية أصلية منحها المشرع للمستهلك حتى ولو لم يكن هناك كتمان أو إخلال بأي التزام من طرف المورد أو المهني بالإضافة إلى أن الفسخ يمكن أن تنتج عنه مطالبة التعويض عكس الحق في العدول.

أما عن مجال التطبيق فيمتد الحق في العدول في البيع عن بعد، وبالضبط بالنسبة للبيع الإلكتروني، وكذلك بالنسبة للإيجار والخدمات، والغالب على هذه العقود أنها تتسم بخصائص تجعل خيار الرجوع فيها غير ممكن³.

وتبرز مبررات الحق في العدول حيث يستلزم منح المستهلك العدول عن العقد أن تكون أمام مبررات قوية ومقنعة ومن أهمها:

أثماً يميز عقد الاستهلاك هو انعقاده بين طرفين دون حضور مادي ومتعاصر بينهما - وجها لوجه - في لحظة تبادل لتعابير الإرادية، لذا يضطر المستهلك أن يكتفي بوصف السلعة أو الخدمة محل العقد والذي يتم من خلال الخدمات المتوفرة على الشبكة والتي يتمكن البائع من خلالها من عرض منتجاته وخدماته على المستهلكين من خلال

¹ - Code de la consommation Art. R121-1-2 Est puni de la peine d'amende prévue pour les contraventions de la cinquième classe le refus du vendeur de rembourser, dans les conditions fixées à l'article L. 121-20-1, le produit retourné par l'acheteur, lorsque celui-ci dispose d'un droit de rétractation.

² - حداد العيد، المرجع السابق، ص 7.

³ - عبد الرحمان خلفي، المرجع السابق، ص 15.

الصور الفوتوغرافية والأفلام المتحركة، وقد تقترن بها في بعض الأحيان شهادة المختصين على كفاءتها وهذه الظروف التي تعرض فيها السلع والخدمات تمنع المستهلك من معاينة السلعة معاينة نافية للجهاالة وبالتالي يكون من الصعب عليه تقدير مزاياها وعيوبها بشكل دقيق¹. كذلك تتصف غالبية العقود التي يبرمها المستهلك بالسرعة التي لا تمكن المستهلك من التروي والتأني قبل اتخاذ قراره النهائي في إبرام العقد، الأمر الذي دفع العديد من التشريعات القانونية إلى النص على إعطاء المستهلك مهلة زمنية محددة لإعادة النظر في إبرام العقد مرّة أخرى، وقد سارت العديد من القوانين في تقرير هذا الحق².

لذا مما تقدم نجد أن المستهلك عندما يتعاقد في ظل هذه الظروف يكتشف بعد فوات الأوان أنه لم يعبر عن أرائته الحقيقية وأنه ليس بحاجة إلى تلك السلعة أو الخدمة أو لا يقدر على دفع ثمنها أو أن شروط العقد الذي أبرمه لا تناسبه .

الخاتمة: لقد أصبحت التجارة الإلكترونية واقعاً ملموساً في ظل البيئة الحالية، وقد عملت على حل مشاكل كثيرة كانت تعاني منها التجارة التقليدية، وأنشئت سلعا خاصة بها، فهي توفر السرعة والاطلاع الواسع على المعلومات التجارية في كل أنحاء العالم ، وسهلت التعامل بين كل المتعاملين. فالمستهلك في هذا المجال هو نفسه في عملية التعاقد التقليدية، لكنه فقط يتعامل عبر وسيلة الكترونية، وبالتالي فله كافة حقوق المستهلك التقليدي مع إضافة خصوصية الوسيلة المستخدمة في التعامل، الأمر الذي يدعو إلى حماية أكبر له، وتقديم معلومات كافية وصحيحة، تمكنه من تكوين قناعته في التعاقد، والابتعاد عن الإعلانات المضلّة، فالأكيد أن بقاء النصوص وحدها لا يحقق الحماية الفعلية، فلا بد من بناء إستراتيجية متكاملة تستلزم النظر إلى حمايته كنظام متكامل يتضمن عناصر رئيسة بداية من المنظومة الحقوقية والتشريعية والمنظومة المعرفية والقيمية بالإضافة للمنظومة الرقابية. فالثقة والأمان أهم ما يحتاج إليه المستهلك عند تعاقدّه إلكترونياً.

لهذا توصلنا لجموعة من التوصيات تتلخص في:

¹ - منصور حاتم محسن، العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، السنة الرابعة، كلية القانون /جامعة بابل، ص62.

² - حق المستهلك في العدول عن العقد، المرجع السابق.

* لا بد من العمل على نشر ثقافة التسوق عبر شبكة الإنترنت وتوفير البنية التحتية لذلك، وتحديد حقوق المستهلك وتوعية المستهلكين بحقوقهم من خلال التعاون مع مؤسسات المجتمع المدني وأجهزته حماية المستهلك، والاستعانة بالمؤسسات والأجهزة المختصة بشؤون التعليم، حتى نصل إلى رفع الثقافة الإلكترونية والوعي بالمعلومات وذلك بتكاتف الجميع من أجل إزالة الفوارق الزمنية والوصول إلى مجتمع معلوماتي يعمل بثقة كاملة.

* لا بد من القيام بورشات على المستوى الوطني من طرف خبراء واختصاصيين لشرح إستراتيجية الجزائر لحماية ودعم المستهلك في ظل التجارة الإلكترونية يقدمون فيها وسائل وآليات الحماية .

* لا بد للدولة أن تقوم بتحسين مستوى الخدمات الاتصالية وتوفيرها في جميع الأنحاء وزيادة سرعات الاتصال العالمية والمحلية وزيادة دور شركات القطاع الخاص في تقديم خدمات أساسية، للاتصالات بإنشاء وتطوير الشبكة الرقمية والاستمرار في خفض تكاليف استخدام شبكات الاتصالات الرقمية.

* إنشاء شركات تدقيق الكترونية موازية لشركات التدقيق التقليدية تكون مهمتها فحص السياسات والإجراءات الإلكترونية التي تتبعها شركات التجارة الإلكترونية وتقديم تقرير مفصل بذلك.

* ضرورة الاستفادة الكاملة من تجارب الدول المتقدمة في مجال الشركات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

قائمة المصادر والمراجع:

- مجد الدين الفيروز ابادي، القاموس المحيط، المجلد الرابع، بيروت: دار المعرفة، ب ت النشر. الكتب:
- أحمد السيد طه كردى، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، جامعة بنها - كلية التجارة، 2011.
- حسن عبد الباسط جمعي، إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الإنترنت، دار النهضة العربية، مصر، 2000
- حسن عبد الباسط الجمعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1996.
- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2012.
- ثروت عبد الحميد التوقيع الإلكتروني دار الإسكندرية مصر، 2007.

المقالات والمدخلات :

- حداد العيد، الحماية المدنية والجناحية للمستهلك عبر شبكة الأنترنت، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الأول حول التنظيم القانوني للإنترنت والجريمة المنظمة، 27-29 أبريل، كلية الحقوق، جامعة الجلفة، 2009.
- طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الأنترنت" دراسة مقارنة" مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، كلية الحقوق الجامعة العربية الأمريكية.
- منصور حاتم محسن، العدول عن التعاقد في عقد الاستهلاك الإلكتروني(دراسة مقارنة) ، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، السنة الرابعة، كلية القانون /جامعة بابل.
- رباحي أحمد، أثر التفوق للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 5.
- خلفي عبد الرحمان ، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري- دراسة مقارنة- ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الانسانية، المجلد 27 (1)، 2013.

الرسائل المذكرات والجامعية:

- مخلوفي عبد الوهاب، مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2012.
- جرعود الباقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكره ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002.
- مزاري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكره ماجستير، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2013.
- عبدالله ذيب عبدالله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، مذكره ماجستير، بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2009.
- فلاح فهد العجمي، الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، كلية الحقوق ، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- قطاف إسماعيل، العقود الإلكترونية وحماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2006.
- خلوي نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الإنترنت ، مذكره ماجستير، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2013

الندوات:

- محمد منصور ربيع المدخلي، أخلاقيات التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، ورقة عمل لندوة المستهلك، 2014.
- يونس عرب، تطوير التشريعات في مجال مكافحة الجرائم الإلكترونية، ورشة عمل من قبل هيئة تنظيم الاتصالات مسقط - سلطنة عمان، 2-4 نيسان / ابريل 2006.

النصوص التشريعية :

- الأمر 58/75 المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون 10/05 المؤرخ في 20/06/2005، جريدة رسمية العدد 44، الصادر في 26/06/2005 .
- مرسوم تنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 03 رجب 1410 الموافق ل 30/01/1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05، الصادر سنة 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16/10/2001، ج ر عدد 61 الصادر في 21/10/2001.
- مرسوم تنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10/11/1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية، ج ر عدد 50 الصادر سنة 1990 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22/12/2005 ج ر عدد 83 لسنة 2005.
- المرسوم التنفيذي 162/07 المؤرخ في 30/05/2007 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-123 (المؤرخ في 09/05/2001 والمتعلق بنظام الإستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية والكهربائية وعلى مختلف المواصلات السلكية واللاسلكية، الجريدة الرسمية 2007/6/7، العدد 37.
- قانون الإستهلاك الفرنسي رقم 93-949 الصادر في 26 يونيو 1993، المتعلق بتقنين الاستهلاك الفرنسي.

المواقع الإلكترونية:

- عمران، محمد السيد. دون ذكر تاريخ النشر، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الانترنت". منتدى محامي سوريا. على الموقع www.alegar.net. تاريخ الإطلاع: 2017/02/11
- حق المستهلك في العدول عن العقد، مقال على موقع قناة العربية، 2014/03/31. تاريخ الإطلاع: 2017/02/13.