وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de L' Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم: قانون خاص

المرجع: .....

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة ماستر

الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الرقمية في الجزائر

ميدان الحقوق والعلوم السياسية

الشعبة: الحقوق

التخصص: قانون قضائي

إعداد الطالب (ة) :
حريري سليمة

تحت اشراف الأستاذ (ة):
د. بن عديدة نبيل

أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ (ة)	د. بن بدرة عفيف	رئيسا
الأستاذ (ة)	د. بن عديدة نبيل	مشرفا مقررا
الأستاذ (ة)	د. حميدة فتح الدين محمد	مناقشا

السنة الجامعية 2026/2025.

نوقشت يوم: 2026/06/24

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم

UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

كلية الحقوق و العلوم السياسية
مصلحة التربصات

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية
في إنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد: حريري سليمة الصفة: طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: M1208629 والصادرة بتاريخ: 21-10-2018

المسجل بكلية: الحقوق والعلوم السياسية قسم: القانون الخاص

والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان:

الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الرقمية في الجزائر

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

التاريخ: 24/ 06/ 2026

نظرا لشرعية الإمضاء
السيد حريري سليمة
28 جوان 2026

إمضاء المعني

رئيس المجلس الشعبي البلدي
وبالتفويض منه
رئيس مصلحة الحالة المدنية
السيد: دقمش أحمد

* ملحق القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية و مكافحتها

بسم الله الرحمن الرحيم



سورة طه الآية 114

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والذي وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع.

أتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير والامتنان إلى الأستاذ المشرف بن عديدة نبيل، الذي تفضل بالإشراف على هذه الدراسة، ولم يبخل علي بتوجيهاته العلمية القيمة ونصائحه السديدة وملاحظاته الهادفة التي كان لها الأثر البالغ في إنجاز هذا العمل وإخراجه في صورته الحالية.

كما أتوجه بالشكر إلى جميع الأساتذة الذين ساهموا في تكويني العلمي والأكاديمي طيلة سنوات الدراسة، وإلى كل من قدم لي يد العون والمساندة من قريب أو بعيد وساهم في إنجاز هذه المذكرة.

وفي الأخير أسأل الله أن يجعل هذا العمل خالصا لوجهه الكريم، وأن يجزي كل من ساهم في إنجازه خير الجزاء.

إهداء

إلى نفسي...

إلى تلك النفس التي واجهت الصعوبات بصبر، وتحملت التعب بصمت، وآمنت بأن النجاح ثمرة الاجتهاد والمثابرة، أهدي هذا العمل الذي كان نتاج رحلة طويلة من السعي والتعلم.

إلى نفسي التي لم تستسلم رغم التحديات، والتي واصلت الطريق بإصرار نحو تحقيق أهدافها، أهدي هذا الإنجاز المتواضع اعترافا بجهودها وتقديرا لما بذلته من وقت وعطاء.

كما أهدي هذا العمل إلى أمي الغالية، مصدر الحنان والدعاء والقوة، التي كانت سندا لي في مختلف مراحل حياتي، وإلى أبي العزيز، رمز العطاء والتضحية، الذي غرس في نفسي حب العلم والاجتهاد، فلهما مني كل التقدير والامتنان والعرفان بالجميل.

وإلى عائلتي وكل من ساندني وشجعني ووقف إلى جانبي في مختلف مراحل الدراسة.

راجية من الله دوام التوفيق والنجاح في مسيرتي العلمية والعملية.

قائمة المختصرات:

ط: طبعة

ص: صفحة

د.ط: دون طبعة

د.ت: دون تاريخ

م ج: مجلد

ع: العدد

ج ر : الجريدة الرسمية

مقدمة

أحدث التحول الرقمي تغييرات عميقة في بنية العلاقات الاقتصادية والاجتماعية، حيث أصبح الفضاء الإلكتروني مجالا واسعا لتبادل السلع والخدمات وإبرام العقود دون حدود مكانية أو زمنية، وهو ما أفرز أنماطا جديدة من الاستهلاك تقوم على الوسائط الرقمية والمنصات الإلكترونية، غير أن هذا التطور السريع رافقه ظهور مخاطر متعددة تمس حقوق المستهلك، خاصة في ظل غياب المعاينة المباشرة للمنتجات، وتزايد حالات الغش الإلكتروني، واستغلال البيانات الشخصية، وضعف التوازن المعلوماتي بين المورد والمستهلك، مما استدعى تدخل المشرع لوضع قواعد قانونية تضمن الحماية وتحقق نوعا من التوازن داخل السوق الرقمية.

في هذا السياق تندرج دراستنا الموسومة بـ "**الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحول الرقمي في الجزائر**"، والتي تسعى إلى تحليل الإطار القانوني المنظم لحماية المستهلك الإلكتروني، وكشف مدى فعالية النصوص القانونية الوطنية والدولية في مواجهة التحديات التي فرضها الاقتصاد الرقمي، مع إبراز الآليات المعتمدة لتطبيق هذه الحماية في الواقع العملي.

انطلاقا من هذا الموضوع يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف ساهمت المنظومة القانونية الجزائرية في حماية المستهلك في ظل التحول الرقمي، وما مدى فعالية الآليات المعتمدة لضمان هذه الحماية؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية الأسئلة التالية:

- ✓ما المقصود بالمستهلك الإلكتروني وما طبيعة الحماية القانونية المقررة له؟
- ✓ما أثر التحولات الرقمية على حقوق المستهلك والتوازن التعاقدي؟
- ✓ما هي أهم الآليات القانونية والمؤسساتية المعتمدة لحماية المستهلك في البيئة الرقمية؟

أما فيما يتعلق بهيكل الدراسة فقد تم تقسيمها إلى فصلين رئيسيين، حيث يتناول **الفصل الأول** الإطار المفاهيمي للحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر، من خلال دراسة

مفهوم المستهلك وتعريفه في القانون الجزائري والدولي، ثم تحليل أهمية الحماية القانونية للمستهلك من خلال حماية حقوقه وتعزيز الثقة في السوق، كما يتطرق هذا الفصل إلى التحولات الرقمية وتأثيرها على المستهلك الإلكتروني من حيث المفهوم والأنواع، إضافة إلى التحديات القانونية المرتبطة بالبيانات الشخصية والعقود الإلكترونية.

بينما يعالج **الفصل الثاني** آليات الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الرقمية، من خلال دراسة النصوص القانونية الحالية المنظمة لحماية المستهلك الإلكتروني، سواء في التشريع الجزائري أو في الاتفاقيات الدولية العربية والعالمية، كما يتناول دور الهيئات الرقابية الوطنية والدولية في تطبيق هذه الحماية، إضافة إلى تحليل حقوق المستهلك في التجارة الإلكترونية، خاصة ما يتعلق بالعقد الإلكتروني وآليات تسوية النزاعات.

تقوم هذه الدراسة على مجموعة من الفرضيات، أبرزها أن المشرع الجزائري سعى إلى توفير حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني من خلال ترسانة تشريعية متطورة نسبيا، وأن التحول الرقمي رغم إيجابياته قد أفرز تحديات قانونية معقدة تتطلب تطوير مستمر للقوانين، كما تفترض الدراسة أن فعالية الحماية القانونية ترتبط بمدى كفاءة الهيئات الرقابية وآليات التنفيذ.

تكمن أهمية الموضوع في كونه يعالج إشكالية حديثة مرتبطة بواقع معيش يتمثل في انتشار المعاملات الإلكترونية، كما تبرز أهميته في كونه يسلط الضوء على حقوق فئة واسعة من المجتمع هي فئة المستهلكين، إضافة إلى مساهمته في إبراز النقائص التشريعية واقتراح حلول لتعزيز الحماية القانونية في البيئة الرقمية.

أما أهداف الدراسة فتتمثل في توضيح مفهوم الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، وتحليل الإطار التشريعي الجزائري والدولي المنظم لها، وتقييم مدى فعالية الآليات المعتمدة في التطبيق، إضافة إلى إبراز أهم التحديات القانونية المرتبطة بالتحول الرقمي.

اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف النصوص القانونية وتحليل مضامينها، إضافة إلى المنهج المقارن عند التطرق إلى الاتفاقيات الدولية، بهدف إبراز أوجه التشابه والاختلاف بين التشريع الوطني والنظم القانونية الأخرى.

أما أسباب اختيار الموضوع فتعود إلى الرغبة في دراسة مجال حديث مرتبط بالتحول الرقمي المتسارع، إضافة إلى الأهمية المتزايدة للتجارة الإلكترونية في الحياة اليومية، فضلا عن الحاجة إلى فهم مدى كفاية الحماية القانونية الحالية للمستهلك، وكشف الإشكالات العملية التي يطرحها الواقع الرقمي.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في الجزائر

في ظل التطورات الاقتصادية والتكنولوجية المتسارعة، أصبح المستهلك الإلكتروني محور اهتمام التشريعات الوطنية والدولية، وذلك لما له من دور أساسي في إنجاح العمليات التجارية الرقمية وضمان حماية حقوقه، بما يسهم في بناء ثقة متبادلة بين الأطراف المتعاملة في الأسواق الرقمية، ويكتسي موضوع الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر أهمية خاصة، إذ يهدف إلى تنظيم العلاقة بين المتعاملين وضمان حقوق المستهلكين من جهة، وتطوير البيئة التجارية الرقمية بما يعزز النمو الاقتصادي من جهة أخرى.

يتناول الفصل الأول الإطار المفاهيمي لهذه الحماية، من خلال مبحثين رئيسيين:

المبحث الأول: يركز على مفهوم الحماية القانونية للمستهلك في الجزائر، ويتفرع إلى مطلبين أساسيين، الأول يعرف المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري والدولي، والثاني يبرز أهمية هذه الحماية من خلال حماية الحقوق وتعزيز الثقة في السوق.

المبحث الثاني: يتناول التحولات الرقمية وتأثيرها على حماية المستهلك الإلكتروني، حيث يتطرق المطلب الأول إلى تعريف التحولات الرقمية وأنواعها، فيما يركز المطلب الثاني على التحديات القانونية التي تفرضها هذه التحولات، سواء المتعلقة بالبيانات الشخصية أو بالعقود الإلكترونية.

المبحث الأول: مفهوم الحماية القانونية للمستهلك في الجزائر

يشكل هذا المبحث الأساس المفاهيمي لفهم الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر، حيث يعرض المبادئ القانونية التي تكفل حقوق المستخدمين في المعاملات الرقمية، ويبرز الدور الذي تلعبه التشريعات الوطنية والدولية في تنظيم هذه العلاقة.

ينقسم هذا المبحث إلى مطلبين رئيسيين، الأول يركز على تعريف المستهلك، ويتناول في فرعين: تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، وتعريف المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي.

أما المطلب الثاني فيتناول أهمية الحماية القانونية للمستهلك، حيث يبرز الفرع الأول حماية الحقوق، بينما يوضح الفرع الثاني تعزيز الثقة في السوق.

المطلب الأول : تعريف المستهلك في القانون الجزائري والقانون الدولي

مع التطور التكنولوجي الذي حققته البشرية منذ منتصف القرن العشرين، برزت إشكالية حماية المستهلك، إذ أصبح الأخير الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية مقارنة بالمورّد الذي يحتل موقع القوة.

وفي ظل التطور المتسارع للمعاملات الإلكترونية، التي تمثل امتدادًا للآليات الاقتصادية التقليدية بأشكالها المختلفة، أصبحت هذه المعاملات انعكاسا مباشرا للتغيرات التي طرأت على الواقع الاقتصادي، سواء في الإنتاج أو التوزيع، وأيضًا على المستوى الاجتماعي نتيجة الانتشار الواسع للتقنيات الحديثة.

ومن هذا المنطلق يتضح مدى ارتباط تنظيم القانون بحركة التطورات التقنية، وبناءً على ذلك، سنخصص هذا المطلب لدراسة تعريف المستهلك الإلكتروني.

الفرع الأول : تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري

تناول المشرع الجزائري مفهوم المستهلك في عدة نصوص قانونية، فقد عرفت المادة الثالثة من القانون (04-02) المستهلك على أنه (القانون 04-02 المؤرخ في 23/07/2004 والمتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية): "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا مقدمة للبيع أو يستفيد من خدمات عُرضت ومجردة من كل طابع مهني"[1].

أما المادة الثالثة الفقرة الأولى من القانون (09-03) فقد عرفته على أنه (القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش): "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".[2]

وتطرق المشرع الجزائري إلى تعريف المستهلك الإلكتروني من خلال المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية على أنه (المادة السادسة من القانون 18-05): "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".[3]

ويتضح من هذا التعريف أن المشرع الجزائري اعتمد مفهوما ضيقا للمستهلك الإلكتروني، إذ حصره في من يقتني السلعة أو الخدمة لأغراض شخصية ونهائية فقط، دون أن يمتد إلى الأغراض المهنية، وذلك سواء تعلق الأمر بالأشخاص الطبيعيين أو المعنويين.

[1] صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني، مجلة آفاق للعلوم، 2019م، ص 247.

[2] القانون رقم 03-09 المؤرخ في 19 مايو 2000م، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الموافق ل 25 جمادى الثانية 1430 هـ، ج ر، العدد 01، لسنة 2000.

[3] روشو عبد القادر، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الإقتصادية، م ج 6، ع 2، 2022م، ص 459.

الفرع الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي

1-تعريف المستهلك الإلكتروني لدى المشرع الفرنسي:

عرف القانون الاستهلاكي الفرنسي الصادر في 26 يوليو 1993 المستهلك على أنه "الأشخاص الذين يقتنون أو يستخدمون المنتجات أو الخدمات للاستخدام غير المهني".[1]

ومع ذلك، صدر القانون في صيغته الأولية خاليًا من أي تعريف شامل للمستهلك، مما أدى إلى اختلاف تفسيرات الفقه في ضبط مفهوم المستهلك من جميع جوانبه.

وقد رأى الفقه الأخذ بالمفهوم المزدوج للمستهلك من الناحية القانونية والشخصية، فنتيجة لعدم وجود تعريف دقيق وشامل، لا مانع من إدخال تمييز أساسي داخل فئة المستهلكين، بحيث يمكن التفريق بين المستهلك غير المهني والمستهلك المهني. ففي كلتا الحالتين يُقصد بالاستخدام النهائي للسلعة أو الخدمة، ولكن الأفضل تبني الثنائية في مفهوم المستهلك لتوضيح النصوص القانونية الاستهلاكية، والتي يجب أن تشمل:

المفهوم القانوني – الاقتصادي: الذي يتناول المستهلك كمستعمل للمنتجات أو الخدمات للاستخدام الشخصي أو العائلي، أي أنه يركز على طبيعة الاستعمال (شخصي أو مهني).

المفهوم الشخصي – القانوني: الذي يحدد الأشخاص المشمولين بالحماية، أي تحديد المستهلك باعتباره فردًا طبيعيًا أو معنويًا يحق له التمتع بالحماية القانونية عند استعماله المنتجات أو الخدمات.[2]

[1] خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019م، ص 27.

[2] المرجع نفسه، ص 28.

وبذلك يعتمد القانون الفرنسي على معيار مزدوج يجمع بين الجانب الاقتصادي لاستخدام السلعة أو الخدمة، والجانب الشخصي لتحديد الفئة المحمية قانونيًا، ما يضمن وضوح نطاق الحماية لكل فئة من المستهلكين.

2-تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع الإسباني:

ينص قانون 19 يوليو 1974 المتعلق بالدفاع عن المستهلك والمستفيد، في المادة الأولى، على أن المستهلك هو:" كل شخص طبيعي أو معنوي يتملك أو يستخدم باعتباره المستهدف النهائي للسلع المنقولة أو العقارية أو الخدمات"[1]. ويرى د. محمد خليفة أن هذا التعريف جامع مانع، ويعد أفضل التعريفات سواء كانت من قبل الفقه أو القضاء أو التشريع.

3-تعريف المستهلك الإلكتروني لدى المشرع المصري:

لم يكن هناك تعريف تشريعي للمستهلك قبل صدور قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006، حيث عرفته المادة الأولى من هذا القانون بأنه:

"كل شخص يُقدّم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية، أو يُجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص".[2] وهذا التعريف نفسه تؤكده المادة الخامسة من اللائحة التنفيذية للقانون الصادرة بالقرار الوزاري رقم 886 لسنة 2006.

ويستفاد من هذا التعريف أن المشرع المصري قد قصر مفهوم المستهلك على الشخص الذي يتعاقد لأجل إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية، أي أنه لم يشمل النشاط المهني أو التجاري، وبذلك اعتمد المشرع المفهوم الضيق للمستهلك.

[1] سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 32.

[2] قانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006، المادة 1؛ اللائحة التنفيذية، القرار الوزاري رقم 886 لسنة 2006، المادة 5.

4-تعريف المستهلك الإلكتروني لدى المشرع العماني:

عرف قانون سلطنة عمان بشأن حماية المستهلك رقم 81 لسنة 2002 المستهلك بأنه:

"كل شخص طبيعي أو معنوي يشتري سلعة أو خدمة أو يستفيد منها لأجل نفسه[1]".

يتضح من هذا التعريف أن المشرع العماني اعتمد مفهوما واسعا للمستهلك، يشمل كل من الأشخاص الطبيعيين والمعنويين، مع التركيز على الاستفادة من السلعة أو الخدمة لأغراض شخصية مباشرة.

المطلب الثاني: أهمية الحماية القانونية للمستهلك

الفرع الأول: حماية حقوق المستهلك

تتمحور الوسائل التقليدية لحماية حقوق المستهلك في ثلاثة مجالات: حماية المستهلك من عيوب الإرادة، حمايته من الشروط التعسفية في العقد، والحماية من خلال إلزام مقدم السلعة أو الخدمة بالتصحيح أو التعويض عن العيوب الخفية.

وعلى الرغم من فعالية هذه الوسائل، إلا أنها لا توفر دائما حماية كاملة للمستهلك.

1-حماية المستهلك من عيوب الإرادة:

تتمثل حماية المستهلك من عيوب الإرادة في نظرية الإكراه، حيث يعرف الإكراه بأنه كل ضغط يولد رهبة لدى الشخص تجعله يقبل بالتعاقد رغماً عنه، سواء كان الضغط ماديا أو معنويا، ويجب أن يكون تهديدًا فعليًا لا يمكن التخلص منه بسهولة.

[1] خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 31.

أما الغلط فيعرف بأنه الحالة النفسية التي تجعل الشخص يعتقد بواقع غير صحيح أو يخطئ في تقدير الحقيقة، ويجب أن يكون هذا الغلط جوهريًا وأثره ملموسًا على العقد ليتمكن المستهلك من طلب إبطاله أو تعديله.[1]

2-حماية المستهلك من الشروط التعسفية:

في عقود الإذعان، حيث يكون المستهلك الطرف الأضعف ويخضع غالبًا لشروط مكتوبة مسبقًا، يمكن لهذه الشروط أن تقيد حقوق المستهلك أو تضعه في وضع غير متوازن. وللتغلب على ذلك، تقوم المحاكم بتفسير الشروط الغامضة أو إبطال الشروط التعسفية، ما يوفر حماية إضافية للمستهلك، خصوصًا عند تعامله مع عقود الخدمات أو المنتجات المعقدة.[2]

3-حماية المستهلك في الخدمات الإلكترونية:

يواجه المستهلك صعوبات إضافية في التعامل مع الخدمات الإلكترونية بسبب ضعف معرفته بالمواقع التجارية على شبكة الإنترنت، وقلة الحماية المتاحة مقارنة بالمعاملات التقليدية. لذا تعد حماية المستهلك الإلكتروني ضرورة لضمان التفاعل الآمن مع الأسواق الرقمية، بما في ذلك الحق في المعلومات الدقيقة، والحق في جودة الخدمة، والحق في اللجوء إلى آليات فض النزاعات عند حدوث أي ضرر.[3]

[1] سلطان أنور، مصادرة الالتزام في القانون المدني الأردني، ط2، المكتبة الفنية، الأردن، 1998، ص 61.

[2] حسن عبد الباسط الجميعي، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لحقوق المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992، ص 35.

[3] المرجع نفسه، ص 36.

4-حماية المستهلك من العيوب الخفية:

تعتبر حماية المستهلك من العيوب الخفية من أهم المبادئ القانونية التقليدية، حيث تفرض على البائع الضمان ضد العيوب الخفية في المبيع، ومع ذلك نجد أن المبادئ التقليدية المنظمة لهذه الحماية لا توفر دائمًا مستوى كافيًا من الحماية للمستهلك.

العيب الخفي هو العيب الذي يؤثر في المبيع ويكون موجودًا خفيًا وغير معلوم للمشتري، بحيث لا يمكن اكتشافه عن طريق الفحص العادي للسلعة بواسطة الشخص المعتاد، وقد عرفت محكمة النقض المصرية العيب بأنه: "الآفة الطارئة التي اختلت منها الفطرة السليمة للمبيع".[1]

يترتب على علم المشتري بالعيب استبعاد حقه في التعويض عن البائع، وهو أمر يصعب إثباته عمليًا في معظم الحالات، خاصة عند عدم اطلاع البائع على تفاصيل المبيع أو مكوناته، ما يزيد من تعقيد حماية المستهلك.

5-حماية المستهلك من جانب الإعلان:

مع انتشار استخدام الإنترنت بين المستهلكين، بدأ يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك، والذي يهدف إلى صون حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء منتجات مغشوشة باستخدام أدوات الشبكة التي يمكن الوصول إليها من أي مكان، متجاوزًا أحيانًا تأثير الأدوات التقليدية في الواقع.[2]

6-حماية المستهلك الإلكتروني في حماية بياناته الشخصية: لقد تدخلت التشريعات المختلفة لتنظيم الحماية في احترام الحياة الخاصة للأفراد وخطر كل اعتداء يقع عليها، ووضعت جزاءات وعقوبات مناسبة، كما أكّد التوجيهات الأوروبية مبدأ يسهم في مكافحة الإجرام

[1] مجيد حلمي، "الحماية الإلكترونية للمستهلك"، دراسة منشورة على الإنترنت، موقع إسلام أون لاين، الأربعاء 2026/03/02، الساعة 21:30، متاح على الرابط: http://www.islamonline.net/arabic/economic

[2] المرجع نفسه.

المعلوماتي والقرصنة، سواء المادية أو الفكرية، من خلال التوجيهات الخاصة بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك عبر الإنترنت كالتوجيه الإلكتروني 58/2002 الخاص بحماية المعطيات الخاصة في نطاق الاتصالات الإلكترونية المسماة بتوجيه الحياة الخاصة والاتصالات الإلكترونية، وقد تناول هذا التوجيه هذه الأمور:

-سرية الاتصالات الإلكترونية.

-جمع المعطيات الشخصية والاحتفاظ بها.

أما بالنسبة للجزائري فلم ينص بشكل صريح ومباشر في القانون المدني عن حماية الخصوصية الشخصية[1]، إلا أن الإشارة إلى الحقوق الملتزمة للشخصية جاءت في نص المادة 47 من القانون المدني، كما جند الدستور، في المادة 34 منه، نصًا على أن تحمي الدولة عدم انتهاك حرية الإنسان، وفي المادة 39 كذلك، وفي المقابل جاء المشرع في قانون العقوبات صراحة الاعتداء على حرية الحياة الخاصة، وذلك عبر نص المواد 303 مكرر و3.

7-حماية التوقيع الإلكتروني للمستهلك:

يعتبر التوقيع الإلكتروني من التطبيقات الحديثة التي ظهرت وتوسعت في استخدامها بالتوازي مع انتشار الحوسبة والإنترنت، حيث أصبحت هذه التقنيات جزءًا من الحياة اليومية للأفراد، وساهمت في تسهيل المعاملات الإلكترونية بشكل كبير.

ويكتسب التوقيع الإلكتروني أهمية خاصة في حماية المستهلك عند إجراء العقود الإلكترونية، إذ يمثل ضمانا لتحديد هوية الموقّع والتحقق من صحة المعلومات الواردة في رسالة البيانات.

[1] الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 1975/09/26 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-07 المؤرخ في 2017/05/13، ج ر، ج ج، ع 31 الصادر بتاريخ 2017/05/13.

وفقًا لقانون المبادلات والتجارة الإلكترونية الصادر سنة 2003، يُعرف التوقيع الإلكتروني بأنه:" بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مرتبطة بها منطقيًا، ويمكن استخدامها لتحديد هوية الموقّع والتعبير عن موافقته على المعلومات الواردة في رسالة البيانات"[1]. ويظهر هذا التعريف أهمية التوقيع الإلكتروني كأداة قانونية لضمان صحة وسلامة المعاملات بين المستهلكين والمزودين عبر الشبكة.

ويعود سبب الحاجة إلى حماية التوقيع الإلكتروني إلى اعتبارات الأمن والخصوصية على شبكة الإنترنت، حيث إن طبيعة الشبكة تجعل من السهل وقوع عمليات تزوير أو سرقة بيانات، مما قد يؤدي إلى فقدان الثقة بين المستهلك والمزود.

لذلك فإن اللجوء إلى تقنيات التوقيع الإلكتروني يسهم في رفع مستوى الأمان وضمان سلامة البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك أثناء إجراء المعاملات الإلكترونية. كما أن التوقيع الإلكتروني يوفر مصداقية قانونية للعقود والمعاملات، ويحد من المخاطر المرتبطة بالاحتيال أو التلاعب بالمعلومات[2].

8-الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني:

لقد أصبح نطاق المعاملات الإلكترونية يثير العديد من المخاطر بالنسبة للمستهلك والمؤسسات التجارية على حد سواء، وذلك بسبب انعدام التشريعات الكافية في بعض الحالات لحماية المستهلك، وخاصة عند معاينة السلع عن بُعد.

وقد أدى هذا الوضع إلى ضرورة تجريم بعض الأفعال التي تمثل اعتداءً على حقوق المستهلك، من بينها الغش التجاري والصناعي والاحتيال في عقود التجارة الإلكترونية.

---

[1] سياسي مبروك، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2010-2011، ص. 54.

[2] المرجع نفسه، ص 55.

أولا: أركان الجريمة الإلكترونية الماسة بالمستهلك

أ-الركن المادي للجريمة الإلكترونية:

الركن المادي هو أي فعل يقوم به الإنسان ويكون محظورًا قانونيًا، سواء كان مرتبطًا بالفساد أو بيع مواد مغشوشة. ويشمل ذلك كل علاقة بين الفعل والنتيجة المترتبة عليه، مثل قيام شخص باختراق برامج إلكترونية أو سرقة رقم بطاقة ائتمانية عبر الإنترنت، أو غش التاجر في بيع سلع غير صالحة للاستهلاك.

ب-الركن المعنوي للجريمة الإلكترونية:

الركن المعنوي يتمثل في نية الفاعل وإرادته الموجهة إلى ارتكاب فعل يعاقب عليه القانون، مع علمه بأنه عمل غير مشروع، مثل تقليد العلامات التجارية بهدف التضليل أو التسبب في ضرر للمستهلك. وفي جميع الجرائم الإلكترونية، يكون الركن المعنوي أساسياً، إذ يقتصر التمييز على الجرائم العمدية التي تصدر عن إرادة واضحة للفاعل[1].

ثانيا: صور الحماية الجزائية للمستهلك في العقد الإلكتروني

شبكة الإنترنت، بسبب انتشارها الواسع ودورها في الدعاية والتأثير على المستهلك، قد تصبح أرضًا خصبة للغش والاحتيال. لذلك، تتجلى الحماية الجزائية في عدة صور رئيسية:

الحماية الجزائية ضد الغش التجاري والصناعي:

[1] يحي شريف عز الدين، مجدوب فاروق، التزام البائع بسليم المبيع في القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون المدني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، باتنة، 2011-2012، ص 21.

الغش التجاري يشمل كل فعل من شأنه خداع أو تظليل المتعاقدين بشأن سلعة أو خدمتها أو نوعها، ويهدد حرية الثقة والائتمان، وهي الركيزة الأساسية للمعاملات التجارية.[1]

ينص قانون العقوبات الجزائري في المادة 467 على أن الغش هو كل فعل يهدف إلى خداع المستهلك، سواء بالمنتجات المعيبة أو الفاسدة.

كما تنص المادة 3 من القانون رقم 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على معاقبة كل من خدع أو حاول خداع المستهلك بأي وسيلة كانت، سواء فيما يخص كمية المنتجات، نوعها، مدة صلاحيتها، ظروف الاستعمال، أو الاحتياجات اللازمة لاستعمال المنتج.

ويتحقق الركن المادي للجريمة من خلال:

✓الغش أو الشروع فيه، بما في ذلك بيع المواد المغشوشة أو الفاسدة.

✓التحريض على استعمال هذه المواد في الغش أو طرحها للبيع.

أما الركن المعنوي فيتمثل في نية الغش، أي إرادة الفاعل تحقيق الواقعة الجرمية مع علمه بتوفر الأركان الواقعية للجريمة، مما يجعل الفعل عمديًا ويستوجب المحاسبة القانونية.[2]

9–الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني:

تُعنى الحماية المدنية للمستهلك الإلكتروني بحفظ حقوقه وفرض الالتزامات على البائع، ويكون للمستهلك حق رفع دعوى مدنية للمطالبة بالتعويض عند إخلال البائع بالتزاماته، سواء كانت هذه الالتزامات ناشئة عن عقدية أو تقصيرية.

[1] أمدو أسماء، منديل نصيرة، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، باتنة، 2011–2012، ص 63.

[2] المرجع نفسه، ص 89.

8-1-إلتزام البائع بنقل الملكية:

ينشأ عقد البيع التزاماً على البائع بنقل ملكية الشيء أو الحق المالي مقابل الثمن المتفق عليه، ويظل للبائع الحق في الاحتفاظ بالملكية حتى يتم استلام الثمن بالكامل وفقا لشروط العقد. في سياق عقود البيع عبر الإنترنت، يتم نقل ملكية المبيع للمستهلك بمجرد إتمام العقد، ويحق للبائع التصرف في الشيء حتى يتم تسليمه أو حتى يدفع الثمن كاملا.

8-2-التزام البائع بتسليم المبيع:

ينص القانون الجزائري في المادة 367 من القانون المدني على أن التزام البائع يشمل تسليم المبيع بطريقة تمكن المستهلك من حيازته والانتفاع به دون عائق، سواء كان الشيء سلعة أو خدمة.[1]

أ.إلتزام البائع بتقديم خدمة:

تشمل خدمات الإنترنت التزامات تقديم الدعم الفني أو البرامج عبر الشبكة، بحيث يقوم المورد بتنفيذ التزامه مباشرة أو عبر تقنيات قانونية تحفظ حقوق المستهلك، مثل إشعارات التسليم أو ضمانات الحماية القانونية.

ب.التزام البائع بتسليم سلعة:

يتحمل البائع مسؤولية إرسال السلعة إلى عنوان المستهلك بواسطة البريد أو أي وسيلة نقل أخرى، مع ضرورة أن تكون السلعة مطابقة للوصف والاتفاق المبرم، ويتحقق الالتزام عند تسليم السلعة بحالتها الأصلية.

[1] محمد حسن الرفاعي العطار، البيع عبر شبكة الإنترنت (دراسة مقارنة في قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص 108.

8-3-التزام البائع بضمان التعرض والاستحقاق:

يشمل هذا الضمان عدم تعرض المبيع أو الخدمة لأي ضرر يؤثر على الانتفاع به، سواء كان من فعل البائع نفسه أو من الغير، ويلتزم البائع بالتعويض عن أي ضرر يثبت بعد البيع.

أ.ضمان التعرض الشخصي:

يقصد به منع البائع من القيام بأي تصرف يؤدي إلى حرمان المستهلك من الانتفاع بالمبيع، ويحق للمستهلك رفع دعوى لإثبات الإخلال بهذا الالتزام.

ب.ضمان عدم التعرض الصادر من الغير:

يلتزم البائع بحماية المستهلك من أي مطالبة أو ادعاء صادر عن الغير مرتبط بالسلعة أو الخدمة، سواء كان هذا الضرر موجوداً وقت البيع أو ظهر لاحقاً، ويشمل ذلك تعويض المستهلك إذا أثبت الضرر.[1]

الفرع الثاني : تعزيز الثقة في السوق

تعزيز الثقة في السوق يمثل ركيزة أساسية لضمان استقرار المعاملات التجارية وحماية المستهلك، خاصة في ظل التطور السريع للتجارة الإلكترونية والرقمية، ولتحقيق هذه الثقة، يجب التركيز على عدة عناصر أساسية يمكن تقسيمها إلى عناوين فرعية كما يلي:

أولا: الشفافية والمصداقية في تقديم المعلومات

تعد الشفافية والمصداقية في المعلومات من أهم العوامل التي تعزز ثقة المستهلك، سواء كانت معلومات عن المنتج أو الخدمة أو شروط التعاقد، ويجب أن تتضمن:

-البيانات الدقيقة حول السعر والجودة وطرق الاستخدام.

[1] مرقس سليمان، شرح القانون المدني، العقود المسماة: عقد البيع، ط4، دار الكتب، مصر، 1980، ص 372.

-الشروط القانونية للضمان وما بعد البيع.

-الإفصاح عن أي مخاطر محتملة أو عيوب محتملة للمنتج أو الخدمة.

ثانيا: الرقابة والإجراءات القانونية

تلعب السلطات المختصة دورا مهما في تعزيز الثقة من خلال:

-مراقبة المنتجات والخدمات للتأكد من مطابقتها للمواصفات القانونية.

-فرض العقوبات على المخالفين لضمان حماية المستهلك.

-توفير آليات لحل النزاعات مثل الوساطة القضائية والإلكترونية[1].

ثالثا: التوعية القانونية والتثقيف الاستهلاكي

يساهم التثقيف القانوني للمستهلك في بناء ثقته بالسوق، من خلال:

-تعليم المستهلك حقوقه وواجباته.

-تمكينه من التعرف على المنتجات الموثوقة والخدمات الجيدة.

-تقليل المخاطر الناتجة عن الممارسات التجارية الخاطئة أو الاحتيالية.

رابعا: دور التكنولوجيا الحديثة

تلعب التكنولوجيا الحديثة دورا كبيرا في تعزيز الثقة، خصوصا في التجارة الإلكترونية، من خلال:

-أنظمة الدفع الآمنة وحماية البيانات الشخصية.

[1] عمر خالد زريقات، عقد التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 335.

-شهادات الاعتماد الإلكترونية والمراجعات المستقلة من المستهلكين الآخرين.

-المنصات الرقمية لتقديم الشكاوى والاسترداد أو متابعة النزاعات.

خامسا: التكامل بين جميع الأطراف

تعزيز الثقة في السوق مسؤولية مشتركة تشمل:

-البائعين والموردين من خلال الالتزام بالقوانين والمعايير.

-المستهلكين عبر التعامل الواعي والمسؤول.

-السلطات الحكومية والمؤسسات الرقابية لضمان الالتزام بالقواعد.

-المجتمع المدني من خلال التوعية والتثقيف ودعم المبادرات الهادفة لحماية المستهلك.[1]

يمكن القول إن الثقة في السوق هي العامل الأساسي الذي يضمن استمرار النشاط التجاري، ويحفز النمو الاقتصادي، ويكفل حماية المستهلك، وتصبح الأسواق أكثر عدالة واستقرارا عندما تتوافر الشفافية والمصداقية، والتكنولوجيا الحديثة، والرقابة الفعالة، والتوعية القانونية للمستهلكين.

المبحث الثاني: التحولات الرقمية وتأثيرها على حماية المستهلك الإلكتروني

يتناول هذا المبحث التغيرات التكنولوجية التي أحدثها التحول الرقمي في بيئة التجارة الإلكترونية، وتأثيرها على حماية المستهلك الإلكتروني من الناحية القانونية.

ينقسم هذا المبحث إلى مطلبين رئيسيين، الأول يتناول مفهوم التحولات الرقمية، ويشمل فرعين: الفرع الأول تعريف التحولات الرقمية، والفرع الثاني أنواع التحولات الرقمية.

[1] نصال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 142.

أما المطلب الثاني فيركز على التحديات القانونية للتحولات الرقمية، حيث يستعرض الفرع الأول التحديات المتعلقة بالبيانات الشخصية وحماية الخصوصية، فيما يوضح الفرع الثاني التحديات المتعلقة بالعقود الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم التحولات الرقمية

الفرع الأول: تعريف التحولات الرقمية

تعددت وتنوعت تعاريف التحولات الرقمية، ونذكر منها ما يلي:

هذا المصطلح يعني إمكانية تكيف الشركات واستجابتها مع التغيرات التكنولوجية السريعة، وذلك بتغيير نماذج أعمالها وثقافتها واستراتيجياتها، من أجل المحافظة على استمراريتها في الأسواق.[1]

وهي "التغيرات التي أحدثتها التقنيات الرقمية لإنشاء عمليات وثقافات وأدوات جديدة، لتلبية متطلبات الأعمال والسوق المتغيرة، ويعتبر ضروريًا بناء مؤسسة قادرة على أن تزدهر في العصر الرقمي".[2]

ويعرف التحول الرقمي بأنه:"عملية انتقال القطاعات الحكومية أو الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات التي تزيد من قيمة المنتج".[3]

---

[1] محمد صالح حسن النداوي، مصطفى محمد كليبان الزهيري، دور تطوير ثقافة المنظمة في دعم التحول الرقمي، مجلة كلية الاقتصاد للبحوث العلمية، العدد السادس، ليبيا، 12-07-2020، ص 03.

[2] مها شحادة، تأثير أبعاد التحول الرقمي في النضج الرقمي للمصارف الإسلامية، مجلة علمية نصف سنوية، ع 01، الأردن، جوان 2022، ص 66.

[3] عدنان مصطفى البار، التحول الرقمي: كيف ولماذا؟، جامعة الملك عبد العزيز، جامعة أم القرى، متاح على: www.org.awforn تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2026/03/07، الساعة 11:42.

كما تعرف التحولات الرقمية بأنها:" العملية التي يتم فيها رقمنة الكتب، والمخطوطات، والرسائل، والمواد السمعية، والمواد البصرية إلى شكل ملفات رقمية يمكن التعامل معها من خلال تكنولوجيا الحاسبات عن طريق استخدام الماسحات الضوئية، أو أي معدات وأجهزة أخرى"[1].

التحول الرقمي هو شكل من أشكال التوثيق الإلكتروني، حيث تتم عملية الرقمنة بنقل الوثيقة إلى وسيط إلكتروني وتتخذ شكلين: الرقمنة بشكل صورة، والرقمنة بشكل نص، مع إمكانية إدخال بعض التحويلات والتعديلات عليها بعد معالجة النص بمساعدة برنامج خاص للتعرف.[2]

ومن هذا التعريف يتضح أن التحول الرقمي يهدف إلى تحويل العمليات التقليدية إلى إلكترونية لتحسين الكفاءة وسرعة الوصول للمعلومات.

ويكون القول أن:" التحول الرقمي بالنسبة للمؤسسات أي (جانب العرض) يتمحور حول الانتقال لتسخير التكنولوجيا الحديثة وتطبيقها بالشكل الأمثل من أجل تطوير أدائها، وتعزيز قدرتها التنافسية. أما بالنسبة للأفراد أي (جانب الطلب) فيتمحور حول الحصول على الخدمات الأساسية، وتنفيذ الأعمال من خلال أجهزة الحاسوب الشخصية والهواتف الذكية والأجهزة الذكية بكبسة زر دون الرجوع للمؤسسات، والاتصال بمراكز خدمة العملاء التابعة لها في حالة الحاجة لتلبية متطلبات معينة"[3].

[1] نور العابدين قوجيل، أمينة بن زرارة، رقمنة مؤسسة التعليم العالي في الجزائر لتجسيد الإدارة الإلكترونية، دار سوبام للنشر والتوزيع، ط1، قاهرة، 2022، ص 109.

[2] زهير حافظ، الأنظمة الآلية ودورها في تنمية الخدمات الأرشيفية، دراسة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، اختصاص علم المكتبات، قسنطينة، 2008، ص 21.

[3] سامية خواطرة، التحول الرقمي خلال جائحة كورونا وما بعدها، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، جامعة بومرداس، ع 02، م ج 58، الجزائر، 2021، ص 110.

يتضح من هذه التعريفات أن التحول الرقمي هو استراتيجية شاملة تهدف إلى إعادة تصميم العمليات والخدمات، وتعزيز الكفاءة، وبناء بيئة تنافسية قادرة على التكيف مع متطلبات العصر الرقمي للأفراد والمؤسسات.

الفرع الثاني: أنواع التحولات الرقمية

تتعدد أشكال التحولات الرقمية وفق طبيعة العمليات والتقنيات المستخدمة، ويمكن حصرها في الأنواع التالية:

التحول الرقمي للحكومة: يركز هذا النوع على تحسين تقديم الخدمات الحكومية للمواطنين وتبسيط الإجراءات الإدارية. يتم ذلك من خلال تطبيقات الهاتف المحمول والمواقع الإلكترونية التي تهدف إلى تعزيز سهولة الوصول وتحسين تجربة المستخدم.

التحول الرقمي للقطاع المالي: يسعى هذا النوع إلى تحسين الخدمات المالية وتسهيل العمليات المصرفية. يشمل ذلك التطبيقات المصرفية، المحافظ الرقمية، وتكنولوجيا الدفع الإلكتروني بهدف توفير تجربة مالية مبتكرة وسلسة.

التحول الرقمي للعمليات: يستهدف هذا النوع تحسين كفاءة العمليات الداخلية للمؤسسات عبر اعتماد التكنولوجيا الرقمية. يتضمن ذلك أتمتة العمليات وتحليل البيانات لتحقيق الكفاءة التشغيلية وتعزيز التحسين المستمر.[1]

التحول الرقمي لسلسلة التوريد: يهدف إلى تحسين إدارة سلسلة التوريد من خلال تعزيز عمليات الشحن والتوزيع. يشمل ذلك استخدام تقنيات التعقب، التحليل، والتواصل الرقمي لتعزيز الكفاءة والتعاون مع الموردين.

[1] محمدي أحمد، الشمول المالي من خلال الدفع الإلكتروني: دراسة تحليلية لتجربة الجزائر، المجلة العربية للعلوم المالية والمصرفية، م ج 2، ع 9، 2021، ص 45.

التحول الرقمي للإنتاج والتصنيع: يتمثل في استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين العمليات الإنتاجية وتعزيز الابتكار في الصناعات التقليدية. تشمل هذه الجهود استخدام الروبوتات، الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات بهدف تحقيق كفاءة أعلى وجودة محسنة.

التحول الرقمي للتعليم: يهدف إلى تطوير تجربة التعلم من خلال دمج التكنولوجيا الرقمية في وسائل التعليم. يتضمن ذلك تطبيقات التعليم الإلكتروني، وتوفير محتوى تعليمي رقمي حديث، ومنصات التعلم عن بعد.

التحول الرقمي للتسويق والمبيعات: يعتمد على استخدام الوسائل الرقمية لتعزيز استراتيجيات التسويق والمبيعات. يشمل ذلك التسويق عبر البريد الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي، وتجربة التسوق الإلكتروني لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل.[1]

التحول الرقمي للسياحة والضيافة: يركز على تحسين تجربة السياح والمسافرين من خلال تسهيل عمليات الحجز والإقامة. يشمل ذلك استخدام تقنيات الواقع المعزز والتطبيقات السياحية الرقمية لتعزيز الراحة والتفاعل مع الزوار.

التحول الرقمي لتجربة العملاء: يهدف هذا النوع إلى تحسين تفاعل العملاء مع المنتجات والخدمات من خلال توفير تجربة شخصية ومتميزة. يتم تحقيق ذلك باستخدام تحليلات البيانات وتقنيات الذكاء الاصطناعي لتلبية توقعات العملاء بشكل أكثر دقة وفعالية.[2]

يشمل التحول الرقمي مجموعة واسعة من القطاعات والمجالات، حيث يعمل كل نوع على تحقيق أهداف محددة ترتكز على تعزيز الكفاءة، دعم الابتكار، وتطوير تجربة المستخدم أو العميل بما يتوافق مع متطلبات العصر الرقمي المعاصر.

[1] محمد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 47.

[2] المرجع نفسه، ص 65.

المطلب الثاني: التحديات القانونية للتحولات الرقمية على حماية مستهلك الإلكتروني

الفرع الأول: تحديات تتعلق بالبيانات الشخصية

تعد حماية المعلومات الشخصية للمستهلك الإلكتروني من أبرز العقبات التي ترافق التحولات الرقمية، حيث تتزايد كمية البيانات التي تجمعها المنصات الرقمية يوميا، سواء عبر مواقع التسوق أو التطبيقات الذكية، مما يعرّضها لمخاطر الاستغلال غير القانوني أو الاختراقات التقنية. من أبرز هذه التحديات:

انتهاك الخصوصية: يصعب على المؤسسات ضمان سرية المعلومات عند مشاركة البيانات مع أطراف خارجية أو عند استخدام أدوات متقدمة لتحليل السلوك الرقمي، ما يؤدي إلى فقدان ثقة العملاء ويؤثر على سمعة المؤسسة.

الاختراقات السيبرانية: مع تخزين البيانات بشكل رقمي، تصبح عرضة للهجمات الإلكترونية، مثل سرقة المعلومات المالية أو الشخصية الحساسة، مما يستدعي اعتماد تقنيات تشفير متطورة وأنظمة حماية قوية لضمان سلامة المحتوى الرقمي.

ضعف الإطار القانوني أو تطبيقه: في بعض الدول لا تتوافر تشريعات واضحة لحماية البيانات، أو تكون موجودة لكن تطبيقها غير فعال، وهو ما يترك المستهلك في موقف هش أمام الانتهاكات الرقمية.

التحكم في البيانات: يواجه المستخدم صعوبة في معرفة كيفية معالجة معلوماته، أو تعديلها وحذفها، ما يفرض على المؤسسات تطوير آليات شفافة تمكّن العملاء من إدارة بياناتهم بحرية وأمان.[1]

[1] هيثم حامد المصاروة وأحمد عبد الرحمن المجالي ، حماية المستهلك في العقود الإلكترونية: دراسة تحليلية في أنظمة المملكة العربية السعودية, مجلة جامعة جازان للعلوم الإنسانية، المجلد 2، ع 4، 2015، ص 147.

تعدد الجهات المسؤولة عن البيانات: في بعض العمليات الرقمية، يتم نقل البيانات بين شركات متعددة أو مزودي خدمات طرف ثالث، ما يزيد من صعوبة تحديد المسؤولية القانونية عند حدوث أي اختراق أو سوء استخدام للمعلومات.

قلة وعي المستخدم: يعاني العديد من المستهلكين من ضعف معرفتهم بحقوقهم الرقمية وكيفية حماية معلوماتهم الشخصية، ما يجعلهم أكثر عرضة للتلاعب أو الاستغلال.[1]

تتطلب هذه التحديات إطارا قانونيا صارما إلى جانب اعتماد سياسات حماية دقيقة ومبادرات توعوية لضمان أمن المعلومات الرقمية وتعزيز ثقة المستهلك في البيئة الإلكترونية.

الفرع الثاني: بيانات تتعلق بالعقود الإلكترونية

تواجه حماية المستهلك الإلكتروني تحديات كبيرة فيما يخص البيانات المرتبطة بالعقود الإلكترونية، وهي معلومات ذات طابع قانوني وتقني تؤثر مباشرة على حقوق والتزامات الأطراف، وتشكل هذه البيانات الركيزة الأساسية في حماية المستهلك عند التعامل مع المنصات الرقمية، لكنها غالبا ما تكون عرضة لمخاطر متعددة نتيجة التطور السريع للتقنيات والافتقار إلى أطر قانونية متكاملة.

أول هذه التحديات هو:

أ-عدم وضوح شروط وأحكام العقود: حيث أن كثيرا من العقود الإلكترونية تحتوي على بنود طويلة ومعقدة، مكتوبة بلغة قانونية يصعب على المستهلك العادي فهمها، ما يجعل المستهلك أحيانًا يوقع على التزاماته دون وعي كامل بحقوقه، ويعزز احتمال استغلاله أو فرض شروط غير عادلة.

[1] هيثم حامد المصاروة وأحمد عبد الرحمن المجالي، المرجع السابق، ص 152.

ب-التوثيق الرقمي للعقد وموثوقية التوقيع الإلكتروني: إذ أن عدم اعتماد نظم توقيع إلكتروني قوية أو آليات تحقق فعالة من هوية الأطراف يجعل إثبات صحة العقد أمام القضاء أمرا معقدا، خاصة عند حدوث نزاعات دولية أو بين أطراف في دول مختلفة، فغياب التحقق من الهوية يفتح المجال أمام عمليات الاحتيال والتزوير، ويضع المستهلك في موقف قانوني ضعيف أمام الأطراف التجارية.[1]

ج-الاحتفاظ بالبيانات وتأمينها: حيث تحتاج المؤسسات والمنصات الرقمية إلى آليات دقيقة لحفظ المعلومات المتعلقة بالعقود وحمايتها من الفقدان أو التلاعب أو الوصول غير المصرح به، فغياب التدابير الأمنية الكافية، مثل التشفير وحماية الخوادم، يعرض البيانات للسرقة أو التغيير، ما يهدد حقوق المستهلك ويخلق تبعات قانونية على المؤسسة المسؤولة، وقد يؤدي إلى دعاوى قضائية كبيرة تتعلق بالمسؤولية المدنية أو الجزائية.

د-الإطار القانوني غير الموحد للعقود الإلكترونية: إذ تختلف التشريعات من بلد إلى آخر فيما يتعلق بقبول العقود الرقمية وشرط التوقيع الإلكتروني وطرق إثبات صحة العقد، ما يزيد من تعقيد حماية حقوق المستهلك عند التعامل مع منصات عالمية، ويجعل تنفيذ الحقوق الدولية للمستهلكين أمرا صعبا، كما يفرض على الشركات تبني استراتيجيات قانونية متعددة لتجنب النزاعات الدولية.

هـ-التحديات المرتبطة بالتحديث المستمر للعقود الرقمية: إذ أن كثيرًا من المنصات تقوم بتعديل شروط الاستخدام أو التحديثات التقنية بشكل متكرر، ما يستلزم من المستهلك متابعة مستمرة لأي تغييرات لضمان حقوقه، وهذه العملية قد تكون مربكة للمستهلك، خاصة إذا لم يتم إخطارهم بطريقة شفافة.

[1] تميان السعدي وعزوزي عبد الكريم، حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، 2024م، ص 54.

و-تحدي الوصول إلى العدالة في حالة النزاع: إذ أن قلة وعي المستهلك بالإجراءات القانونية المرتبطة بالعقود الإلكترونية، وعدم وضوح آليات تقديم الشكاوى أو التعويض، يعوق قدرة المستهلك على الدفاع عن حقوقه، ويستوجب تطوير نظم حماية قانونية متكاملة تسمح بالتحكيم الرقمي أو تقديم شكاوى إلكترونية فعالة.[1]

يمكن القول أن العقود الإلكترونية تسهّل العمليات التجارية وتمنح مرونة كبيرة، لكنها تفرض تحديات قانونية وتقنية تستدعي تأطيرا واضحا للشروط، وحماية البيانات، والتحقق من الهوية الرقمية، لضمان حقوق المستهلك.

[1] تميان السعدي و عزوزي عبد الكريم، المرجع السابق، ص 55.

الفصل الثاني : آليات الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الرقمية

أفرزت التحولات الرقمية تحديات جديدة في مجال حماية المستهلك، خاصة مع الانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية والعقود المبرمة عبر الوسائط الرقمية، الأمر الذي استدعى تدخل المشرع الوطني والمنظمات الدولية لوضع أطر قانونية تكفل حماية المستهلك من مختلف المخاطر المرتبطة بالبيئة الرقمية، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب هذه الحماية، تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، يتناول المبحث الأول النصوص القانونية الحالية لحماية المستهلك الإلكتروني، بينما يخصص المبحث الثاني لدراسة آليات تطبيق الحماية القانونية في البيئة الرقمية.

المبحث الأول: النصوص القانونية الحالية لحماية المستهلك الإلكتروني

تعتبر النصوص القانونية الأساس الذي تستند إليه حماية المستهلك الإلكتروني، حيث تسعى إلى تنظيم المعاملات الرقمية وضمان حقوق المستهلك في مواجهة مختلف أشكال الاستغلال والغش الإلكتروني، ومن هذا المنطلق، سيتم التطرق في المطلب الأول إلى التشريع الجزائري لحماية المستهلك، ثم تناول الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية المستهلك في ظل التحولات الرقمية في المطلب الثاني.

المطلب الأول: تشريع الجزائري لحماية المستهلك

سعى المشرع الجزائري إلى وضع قواعد قانونية تضمن حماية المستهلك في المعاملات التقليدية والإلكترونية، من خلال نصوص تنظم حقوقه وتحدد التزامات المتعاملين الاقتصاديين، لذلك سيتم التطرق إلى قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفرع الأول، ثم قانون التجارة الإلكترونية في الفرع الثاني.

الفرع الأول : قانون 03-09المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

يشكل القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أحد أهم النصوص التشريعية التي أرست أسس حماية المستهلك في الجزائر، حيث تضمن مجموعة من الأحكام الرامية إلى

ضمان سلامة المنتوجات وحماية الحقوق الاقتصادية والمعنوية للمستهلك في مختلف المعاملات، وتزداد أهمية هذه الأحكام في ظل التحولات الرقمية التي فرضت أنماطا جديدة من الاستهلاك والتعاقد[1]، لذلك سيتم التطرق إلى ضمان أمن وسلامة المنتوجات المعروضة للاستهلاك أولا، ثم مطابقة المنتوجات وضمان جودتها ثانيا، وأخيرا حماية الحقوق الاقتصادية والإعلامية للمستهلك ثالثا.

أولا: ضمان أمن وسلامة المنتوجات المعروضة للاستهلاك

أ-مفهوم أمن المنتوج في قانون حماية المستهلك:

حرص المشرع الجزائري من خلال القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على تكريس مبدأ أمن المنتوجات باعتباره من أهم الضمانات القانونية الممنوحة للمستهلك، حيث ألزم مختلف المتدخلين في عملية الإنتاج والتوزيع بتوفير منتوجات لا تشكل خطرا على صحة المستهلك أو سلامته الجسدية أو مصالحه الاقتصادية، وقد نصت المادة 09 [2]من القانون على ضرورة أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وآمنة في ظل ظروف الاستعمال العادية أو تلك التي يمكن توقعها بشكل معقول. وتبرز أهمية هذا المبدأ في البيئة الرقمية من خلال اتساع نطاق التجارة الإلكترونية وانتقال المستهلك من المعاينة المباشرة للمنتوج إلى الاعتماد على المعلومات والصور المنشورة عبر المنصات الرقمية، الأمر الذي يزيد من احتمالية تعرضه لمنتوجات غير مطابقة أو خطيرة، لذلك جاءت أحكام القانون لتضع مسؤولية مباشرة على عاتق المتدخل الاقتصادي بهدف حماية المستهلك من مختلف المخاطر المرتبطة بالمنتوجات المعروضة في السوق التقليدية أو الإلكترونية.

[1] زروقي فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية وآليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2021، ص 88.

[2] المادة 09 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 15، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادرة بتاريخ 13 جوان 2018.

ب-التزامات المتدخلين في ضمان أمن المنتوج:

لم يكتف المشرع بالنص على مبدأ الأمن فقط، بل حدد مجموعة من الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخلين في السوق، حيث تشمل هذه الالتزامات مراقبة خصائص المنتوج وتركيبته وكيفية تغليفه وشروط حفظه وصيانته، إضافة إلى دراسة تأثيره المحتمل على المنتوجات الأخرى التي قد تستعمل معه، كما ألزم المنتج أو المورد بتقديم تعليمات واضحة حول كيفية الاستعمال والإتلاف مع مراعاة الفئات الأكثر عرضة للمخاطر وعلى رأسها الأطفال،[1] وتكتسي هذه الالتزامات أهمية خاصة في مجال التجارة الإلكترونية، لأن المستهلك يعتمد بصورة أساسية على البيانات المنشورة عبر المواقع والتطبيقات الإلكترونية لاتخاذ قرار الشراء، ومن ثم فإن أي نقص أو غموض في المعلومات قد يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك أو تعريضه لمخاطر لم يكن على علم بها عند التعاقد.

ثانيا: مطابقة المنتوجات وضمان جودتها

أ-شروط مطابقة المنتوج لرغبات المستهلك:

اهتم القانون 03-09 بمسألة مطابقة المنتوجات باعتبارها أحد أهم مظاهر الحماية القانونية للمستهلك، إذ نصت المادة 11[2] على ضرورة استجابة المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث الطبيعة والمنشأ والتركيبة والجودة والخصائص الأساسية والكميات المعلن عنها، كما يجب أن يحترم المتطلبات المتعلقة بتاريخ الإنتاج والاستهلاك وشروط الحفظ والاستعمال والاحتياطات الواجب اتخاذها، ويهدف هذا التنظيم إلى حماية المستهلك من الممارسات التجارية المضللة التي قد تدفعه إلى اقتناء منتوج لا يتوافق مع المواصفات المعلن عنها، وتزداد

[1] المادة 10 من نفس القانون.

[2] المادة 11 من القانون رقم 09-03 السابق ذكره

أهمية هذه الحماية في البيئة الرقمية نظرا لصعوبة التحقق المباشر من خصائص المنتوج قبل استلامه، مما يجعل المطابقة القانونية وسيلة فعالة لتعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية.

ب-الرقابة على مطابقة المنتوجات:

ألزم المشرع المتدخلين بإجراء رقابة مسبقة على المنتوجات قبل عرضها للاستهلاك، وذلك للتأكد من توافقها مع الأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول، وتختلف طبيعة هذه الرقابة بحسب نوع المنتوج وحجمه وخصائصه التقنية، غير أن الهدف منها يبقى واحدا وهو ضمان وصول منتوج مطابق للمواصفات إلى المستهلك، كما أكد القانون أن الرقابة التي تمارسها الجهات المختصة لا تعفي المتدخل من مسؤوليته في التأكد من مطابقة المنتوجات التي يطرحها في السوق، وتساهم هذه الآلية في الحد من انتشار السلع المغشوشة أو المقلدة التي قد يتم تسويقها عبر المنصات الرقمية، الأمر الذي يعزز حماية المستهلك ويحافظ على حقوقه الاقتصادية.

ثالثا: حماية الحقوق الاقتصادية والإعلامية للمستهلك

أ-الضمان والخدمة ما بعد البيع:

كرس القانون 03-09 حق المستهلك في الاستفادة من الضمان القانوني بالنسبة لمختلف المنتوجات والخدمات، حيث يلتزم المتدخل بإصلاح العيوب التي تظهر خلال مدة الضمان أو استبدال المنتوج أو إرجاع ثمنه دون تحميل المستهلك أعباء إضافية، كما ألزم القانون المتدخلين بتوفير خدمات الصيانة والتصليح حتى بعد انتهاء مدة الضمان في بعض الحالات المحددة قانونا[1]، وتمثل هذه الأحكام إحدى الركائز الأساسية لحماية المستهلك الإلكتروني، لأنها تمنحه ضمانات عملية في مواجهة العيوب التي قد تظهر بعد استلام المنتوج المقتنى عبر الإنترنت، وتحد من حالات التهرب من المسؤولية التي قد يمارسها بعض المتعاملين.

[1] المادة 13 من القانون رقم 09-03 السابق ذكره.

ب-حق الإعلام وحماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلك:

أقر المشرع حق المستهلك في الحصول على المعلومات الكافية والضرورية المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة قبل إبرام التعاقد، حيث أوجب على المتدخلين توفير بيانات واضحة تتعلق بخصائص المنتوج وكيفية استعماله وشروط الضمان المرتبطة به، كما نص القانون على ضرورة تحرير هذه البيانات باللغة العربية وبأسلوب واضح ومقروء[1]، وإلى جانب ذلك، أكد على حماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلك ومنع كل ما من شأنه الإضرار بها، مع إقرار حق العدول عن اقتناء بعض المنتوجات ضمن الشروط المحددة قانونا،[2] وتنسجم هذه الأحكام مع متطلبات البيئة الرقمية التي تقوم أساسا على تبادل المعلومات عن بعد، مما يجعل حق الإعلام أحد أهم الوسائل التي تمكن المستهلك من اتخاذ قرار واع ومدروس قبل إتمام عملية الشراء الإلكتروني.

الفرع الثاني: قانون التجارة الإلكترونية

أدى انتشار المعاملات الإلكترونية إلى ظهور علاقات تعاقدية جديدة تختلف عن المعاملات التقليدية من حيث الوسائل والإجراءات والأطراف المتدخلة، الأمر الذي استوجب وضع إطار قانوني ينظم هذا المجال ويكفل حماية المستهلك من المخاطر المرتبطة بالتعاقد عن بعد، وقد استجاب المشرع الجزائري لهذه المتطلبات من خلال قانون التجارة الإلكترونية الذي تضمن مجموعة من الأحكام المنظمة للنشاط التجاري عبر الوسائط الرقمية[3]، لذلك سيتم تناول الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية، ثم التزامات المورد الإلكتروني، ثم حماية المستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني، وأخيرا وسائل تعزيز الثقة والأمان في البيئة الرقمية.

[1] المادة 16 من نفس القانون.

[2] المادة 18 من القانون رقم 09-03 السابق ذكره.

[3] بوحفص سميرة، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2023، ص 145.

أولا: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة مست مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والتجارية، حيث أصبحت الوسائط الرقمية فضاء جديدا لإبرام الصفقات وتبادل السلع والخدمات، الأمر الذي أدى إلى ظهور نمط حديث من المعاملات يعتمد على تقنيات الاتصال الحديثة والشبكات الإلكترونية، وقد ترتب عن هذا الواقع بروز حاجات قانونية جديدة تتطلب تنظيما دقيقا للعلاقات الناشئة بين مختلف الأطراف المتعاملة عبر الفضاء الرقمي، خاصة في ظل غياب التواصل المباشر بين البائع والمستهلك وما قد ينجم عن ذلك من مخاطر تمس حقوق هذا الأخير، لذلك اتجهت الجزائر إلى سن قواعد قانونية خاصة بالتجارة الإلكترونية بهدف تنظيم النشاط التجاري الممارس عبر الوسائط الإلكترونية وضبط حقوق والتزامات الأطراف المتعاقدة ضمن إطار قانوني ينسجم مع التطورات التكنولوجية الحديثة.

جاء القانون رقم 18-05[1] المتعلق بالتجارة الإلكترونية استجابة للتغيرات التي فرضها الاقتصاد الرقمي، حيث وضع أسسا قانونية تحدد شروط ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني وتبين القواعد الواجب احترامها من طرف الموردين والمتعاملين الاقتصاديين، كما حدد الأحكام المتعلقة بعرض المنتجات والخدمات عبر المنصات الرقمية وكيفية إبرام العقود الإلكترونية وطرق الدفع المستعملة في هذا المجال، وقد شكل هذا القانون خطوة مهمة نحو إدماج التجارة الإلكترونية ضمن المنظومة القانونية الجزائرية، لأنه وفر إطارا تشريعيا يسمح بتنظيم المعاملات الإلكترونية وفق ضوابط واضحة ومحددة.

تقوم التجارة الإلكترونية وفقا لأحكام القانون الجزائري على مجموعة من المبادئ التي تهدف إلى تحقيق قدر من الشفافية والوضوح في التعاملات الرقمية، حيث فرض المشرع على المورد الإلكتروني الكشف عن هويته القانونية وتقديم البيانات الأساسية المتعلقة بنشاطه التجاري، كما

[1] القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

ألزم المتعاملين بإتاحة المعلومات الضرورية الخاصة بالسلع والخدمات المعروضة للبيع[1]، ويهدف هذا التوجه إلى تمكين المستهلك من تكوين تصور واضح عن طبيعة المنتج أو الخدمة قبل اتخاذ قرار التعاقد، بما يحد من حالات التضليل والخداع التي قد تنتج عن غياب المعاينة المباشرة للمنتجات.

يكتسب التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية أهمية خاصة بالنظر إلى الخصائص المميزة لهذا النوع من المعاملات، فالبيع الإلكتروني يتم عبر بيئة افتراضية تعتمد على تبادل البيانات والرسائل الإلكترونية دون حضور مادي للأطراف، كما أن تنفيذ الالتزامات التعاقدية يرتبط بوسائل تقنية تختلف عن الوسائل المعتمدة في التجارة التقليدية، وقد فرضت هذه الخصوصيات ضرورة وضع قواعد قانونية تراعي طبيعة البيئة الرقمية وتستجيب للإشكالات المرتبطة بإثبات التصرفات القانونية وتحديد هوية الأطراف وحماية البيانات الشخصية وضمان أمن وسائل الدفع الإلكترونية.

اهتم المشرع الجزائري أيضا بتحديد نطاق الأنشطة التي يمكن ممارستها إلكترونيا، حيث أخضع بعض المعاملات لشروط خاصة مراعاة لطبيعتها أو لارتباطها باعتبارات تتعلق بالنظام العام أو الصحة أو الأمن، كما حدد قائمة من المنتجات والخدمات التي لا يجوز تسويقها عبر الوسائط الإلكترونية، ويهدف هذا التنظيم إلى حماية المستهلك من بعض المخاطر المحتملة المرتبطة بمنتجات أو خدمات تتطلب رقابة مباشرة أو إجراءات خاصة لا يمكن توفيرها بشكل كامل داخل البيئة الرقمية.[2]

يرتبط الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية كذلك بمسألة الاعتراف القانوني بالمحررات والوثائق الإلكترونية، حيث أصبحت الرسائل الإلكترونية والعقود المبرمة عبر الإنترنت وسيلة معتمدة لإثبات الالتزامات الناشئة بين الأطراف، وقد ساهمت التشريعات الحديثة في إضفاء

[1] المادة 04 من نفس القانون.

[2] بوحفص سمير، المرجع السابق، ص 123.

الحجية القانونية على هذه الوسائل متى استوفت الشروط المحددة قانونا، وهو ما وفر حماية قانونية للعلاقات التعاقدية الإلكترونية وساهم في إرساء قدر من الاستقرار داخل المعاملات الرقمية.

تحتل مسألة حماية المستهلك مكانة بارزة ضمن أحكام قانون التجارة الإلكترونية، ذلك أن البيئة الرقمية تطرح تحديات تختلف عن تلك المعروفة في المعاملات التقليدية، حيث يواجه المستهلك صعوبات مرتبطة بالتحقق من جودة المنتجات أو التأكد من مصداقية المورد أو معرفة تفاصيل العقد قبل إبرامه، وقد دفعت هذه الاعتبارات المشرع إلى إدراج مجموعة من الأحكام التي تضمن حق المستهلك في الإعلام والحصول على المعلومات الجوهرية المرتبطة بالعملية التعاقدية،[1] بما يسمح له باتخاذ قرارات قائمة على المعرفة والوضوح.

كما أولى القانون أهمية لمسألة أمن المعاملات الإلكترونية من خلال تنظيم وسائل الدفع الإلكتروني والعمليات المرتبطة بها، حيث أصبحت وسائل الدفع الحديثة تشكل عنصرا أساسيا في إنجاز المبادلات التجارية عبر الإنترنت، الأمر الذي فرض توفير حماية قانونية للمتعاملين ضد مخاطر الاختراق والاستعمال غير المشروع للبيانات المالية، وقد ساهم هذا التوجه في توفير بيئة قانونية أكثر ملاءمة لممارسة التجارة الإلكترونية في ظروف تتسم بدرجة أكبر من الثقة والاستقرار.[2]

يمثل قانون التجارة الإلكترونية أحد أبرز مظاهر التكيف التشريعي مع متطلبات الاقتصاد الرقمي، فقد أوجد قواعد قانونية تتلاءم مع خصوصيات المعاملات الإلكترونية وتوفر حماية للأطراف المتعاملة داخل الفضاء الرقمي، كما أسهم في ضبط مختلف المراحل المرتبطة بالنشاط التجاري الإلكتروني ابتداء من عرض المنتجات والخدمات وصولا إلى تنفيذ الالتزامات

[1] بوحفص سمير، المرجع السابق، ص 125.

[2] المادة 08 من القانون رقم 18-05 السابق ذكره.

التعاقدية وتسوية النزاعات المحتملة، وهو ما جعل منه أداة قانونية محورية في مجال حماية المستهلك في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

ثانيا: التزامات المورد الإلكتروني تجاه المستهلك

يشغل المورد الإلكتروني موقعا أساسيا في المعاملات الرقمية باعتباره الطرف الذي يعرض السلع أو الخدمات عبر المنصات الإلكترونية، لذلك أحاط المشرع الجزائري نشاطه بمجموعة من الالتزامات القانونية الرامية إلى ضمان نزاهة التعاملات وحماية المستهلك من مختلف صور الغش أو التضليل، وقد جاءت هذه الالتزامات استجابة لخصوصية البيئة الرقمية التي تجعل المستهلك يعتمد بصورة شبه كاملة على المعلومات التي يقدمها المورد قبل إبرام العقد.

فرض قانون التجارة الإلكترونية على المورد واجب الإفصاح عن هويته بصورة واضحة، حيث يتعين عليه تمكين المستهلك من الاطلاع على البيانات التي تسمح بالتعرف عليه، كاسمه أو تسميته التجارية وعنوانه ورقم تعريفه الجبائي ورقم السجل التجاري ووسائل الاتصال الخاصة به، ويهدف هذا الإجراء إلى إزالة حالة الغموض التي قد تحيط بالمتعاملين داخل الفضاء الرقمي، كما يسمح للمستهلك بمعرفة الطرف الذي يتعامل معه بصورة دقيقة، الأمر الذي يسهل المطالبة بالحقوق عند وقوع أي نزاع.[1]

يشمل التزام المورد كذلك تقديم معلومات دقيقة حول المنتج أو الخدمة المعروضة للبيع، حيث ينبغي أن تتضمن البيانات المنشورة مختلف الخصائص الأساسية المتعلقة بالمنتج، كالسعر والمواصفات وشروط التسليم وطرق الدفع والضمانات المتاحة، لأن غياب هذه البيانات أو تقديمها بصورة مضللة قد يؤثر على إرادة المستهلك ويدفعه إلى اتخاذ قرار لم يكن ليتخذه لو توفرت لديه معلومات صحيحة وكاملة.[2]

[1] المادة 13 من القانون رقم 18-05 السابق ذكره.

[2] المادة 14 من نفس القانون.

يرتبط نشاط المورد الإلكتروني أيضا بواجب احترام مبدأ الشفافية في عرض الأسعار، حيث ألزم القانون بإظهار السعر الإجمالي للمنتج أو الخدمة بشكل واضح، بما في ذلك الرسوم والمصاريف الإضافية المرتبطة بعملية الشراء أو التوصيل، وتكمن أهمية هذا الالتزام في تمكين المستهلك من معرفة التكلفة الحقيقية للعملية التعاقدية قبل إتمامها، بما يجنب وقوعه في مفاجآت مالية غير متوقعة بعد إبرام العقد.[1]

تمتد التزامات المورد إلى مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، حيث يصبح ملزما بتسليم المنتج أو تقديم الخدمة وفقا للشروط المعلن عنها مسبقا، كما يلتزم باحترام الآجال المتفق عليها وعدم إجراء أي تغيير جوهري في موضوع العقد دون علم المستهلك وموافقته، لأن استقرار المعاملات الإلكترونية يرتبط بدرجة كبيرة بمدى التزام المورد بتنفيذ تعهداته بالشكل المحدد عند التعاقد.

تحظى البيانات الشخصية للمستهلك بعناية خاصة ضمن أحكام التجارة الإلكترونية، حيث يلتزم المورد بالحفاظ على سرية المعلومات التي يحصل عليها أثناء ممارسة نشاطه التجاري، وعدم استغلالها في أغراض غير مشروعة أو الكشف عنها للغير دون سند قانوني، ويكتسب هذا الالتزام أهمية كبيرة في ظل التوسع المستمر في استخدام المنصات الرقمية واعتمادها على معالجة كميات كبيرة من البيانات الشخصية للمستخدمين.[2]

كما يلتزم المورد بالامتناع عن الممارسات التجارية غير المشروعة التي من شأنها التأثير على حرية اختيار المستهلك أو تضليله بشأن حقيقة المنتجات والخدمات المعروضة، إذ يسعى المشرع من خلال هذه الأحكام إلى توفير بيئة تجارية قائمة على النزاهة والوضوح واحترام حقوق المتعاملين داخل الفضاء الإلكتروني.

[1] المادة 15 من نفس القانون.

[2] المادة 26 من القانون رقم 18-05 السابق ذكره.

وقد رتب القانون آثارا قانونية على مخالفة هذه الالتزامات، حيث أخضع الموردين المخالفين لجملة من الجزاءات الإدارية والمالية، إضافة إلى إمكانية ترتيب المسؤولية المدنية عند إلحاق ضرر بالمستهلك، وهو ما يعكس حرص المشرع على توفير حماية فعلية للمستهلك الإلكتروني وضمان احترام القواعد المنظمة للتجارة الإلكترونية.

ثالثا: حماية المستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني

يتميز العقد الإلكتروني بخصوصيات قانونية تختلف عن العقود التقليدية، بسبب إبرامه عبر وسائل الاتصال الرقمية وغياب الحضور المادي للأطراف، وهو ما جعل المشرع الجزائري يولي أهمية كبيرة لحماية رضا المستهلك وضمان سلامة إرادته عند التعاقد، حيث أوجب توفير المعلومات الأساسية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة قبل إتمام العملية التعاقدية، بما يسمح للمستهلك بالإحاطة بمختلف عناصر التعاقد وتقدير آثاره القانونية والمالية بصورة واضحة، كما تم تنظيم مراحل إبرام العقد الإلكتروني بشكل يضمن وضوح العرض والقبول ويحد من احتمالات الوقوع في الخطأ أو التضليل أثناء التعاقد الإلكتروني.[1]

يرتبط تكوين العقد الإلكتروني بحق المستهلك في مراجعة البيانات المدخلة قبل تأكيد الطلب النهائي، حيث تسمح هذه الآلية بتصحيح الأخطاء المحتملة التي قد تقع أثناء إدخال المعلومات أو اختيار المنتجات، كما تساهم في توفير قدر أكبر من الاطمئنان للمستهلك قبل نشوء الالتزام التعاقدي، وتكتسب هذه الضمانة أهمية كبيرة في البيئة الرقمية بالنظر إلى سرعة المعاملات الإلكترونية واعتمادها على الوسائل التقنية التي قد تؤدي أحيانا إلى أخطاء غير مقصودة تؤثر في مضمون التعاقد.

[1] عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د ط، د ت، ص 233.

يحظى المستهلك كذلك بحقوق مرتبطة بتنفيذ العقد الإلكتروني، تشمل الحصول على المنتج أو الخدمة وفق المواصفات المعلن عنها، واستلام الوثائق والإشعارات الإلكترونية المرتبطة بالعملية التعاقدية، إلى جانب الاستفادة من الضمانات القانونية المقررة في التشريع الوطني[1]، وقد ساهمت هذه الأحكام في توفير حماية قانونية تتلاءم مع طبيعة المعاملات الرقمية وتستجيب للتحديات المرتبطة بالتعاقد عن بعد، خاصة في ظل التوسع المستمر للتجارة الإلكترونية داخل مختلف القطاعات الاقتصادية.

رابعا: آليات تحقيق الأمان والثقة في المعاملات الإلكترونية

ترتبط فعالية التجارة الإلكترونية بوجود بيئة رقمية توفر قدرا كافيا من الثقة بين مختلف الأطراف، لذلك أولى المشرع الجزائري اهتماما خاصا للجوانب الأمنية المرتبطة بالمعاملات الإلكترونية، حيث نظم وسائل الدفع الإلكتروني وحدد الضوابط القانونية المرتبطة باستعمالها، كما أقر مجموعة من القواعد التي تهدف إلى حماية المعاملات من مخاطر الاختراق والتلاعب والاستعمال غير المشروع للبيانات الرقمية، الأمر الذي يساهم في توفير مناخ ملائم لممارسة الأنشطة التجارية عبر الوسائط الإلكترونية.

تشكل وسائل الإثبات الإلكترونية إحدى الركائز الأساسية لاستقرار المعاملات الرقمية، إذ تسمح المحررات الإلكترونية والرسائل الرقمية بإثبات الحقوق والالتزامات الناشئة عن العقود الإلكترونية متى استوفت الشروط القانونية المقررة، وقد أدى الاعتراف القانوني بهذه الوسائل إلى تسهيل تسوية المنازعات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية،[2] كما وفر حماية قانونية للأطراف المتعاقدة وساهم في ترسيخ الثقة في استخدام الوسائل الرقمية لإبرام التصرفات القانونية المختلفة.

[1] المواد 24 و25 و29 من القانون رقم 18-05 السابق ذكره.

[2] زروقي فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 112.

تكتسب حماية البيانات الشخصية مكانة محورية في مجال التجارة الإلكترونية بالنظر إلى اعتماد مختلف العمليات التجارية على جمع ومعالجة وتخزين المعلومات المتعلقة بالمستهلكين، حيث يترتب على إساءة استخدام هذه البيانات أضرار مادية ومعنوية قد تمس حقوق الأفراد وحرياتهم[1]، لذلك تم اعتماد مجموعة من القواعد القانونية الرامية إلى ضمان سرية البيانات ومنع استغلالها خارج الأغراض المشروعة، وهو ما ينعكس بصورة إيجابية على استقرار البيئة الرقمية ويشجع المستهلك على التعامل بثقة أكبر مع المنصات الإلكترونية المختلفة

المطلب الثاني: الاتفاقيات الدولية متعلقة بحماية المستهلك في ظل التحولات الرقمية

ساهم التعاون الدولي في تعزيز حماية المستهلك داخل البيئة الرقمية، من خلال مجموعة من الاتفاقيات التي وضعت مبادئ وقواعد مشتركة لمواجهة المخاطر الناجمة عن المعاملات الإلكترونية، وعليه سيتم تناول الاتفاقيات العربية في الفرع الأول، ثم الاتفاقيات الدولية في الفرع الثاني.

الفرع الأول: اتفافيات عربية

تقوم منظومة حماية المستهلك في الإطار العربي على مجموعة من الأطر الإقليمية ذات الطابع الاقتصادي والتجاري، والتي ظهرت استجابة لتوسع المبادلات البينية وارتفاع حجم التبادل عبر الحدود، خاصة مع تطور أنماط التجارة الحديثة المرتبطة بالوسائط الرقمية، حيث استهدفت هذه الأطر توحيد القواعد العامة للمعاملات، وتقليل الفوارق التشريعية بين الدول العربية، مع العمل على رفع مستوى الأمان في التعاملات التجارية، وحماية حقوق المستهلك في مختلف صور التبادل، ويمكن إبراز أهم هذه الاتفاقيات في ثلاثة محاور رئيسية.

[1] القانون رقم 18-07 المؤرخ في 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34، الصادرة بتاريخ 10 جوان 2018.

أولا: اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى GAFTA[1]

تعد اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى من أبرز الاتفاقيات الاقتصادية العربية التي أسست لنظام تبادل تجاري بين الدول الأعضاء يقوم على إزالة القيود الجمركية وتسهيل حركة السلع والخدمات، وقد انعكس ذلك على وضع المستهلك من خلال توسيع الخيارات المتاحة أمامه داخل الأسواق العربية، مع تحسين جودة المنتجات نتيجة المنافسة بين الموردين، كما تضمنت الاتفاقية مبادئ عامة تتعلق بضرورة احترام معايير السلامة والجودة، والحد من الممارسات التجارية غير المشروعة التي قد تمس حقوق المستهلك أثناء عمليات البيع والشراء.

ثانيا: اتفاقية أغادير للتجارة الحرة[2]

تربط اتفاقية أغادير بين مجموعة من الدول العربية بهدف إنشاء منطقة تبادل حر مندمجة مع الشركاء الأوروبيين، وقد ركزت على توحيد القواعد المنظمة للتجارة الخارجية وتعزيز الاندماج الاقتصادي بين الدول الأعضاء، كما ساهمت في دعم حماية المستهلك من خلال تحسين جودة السلع المتداولة وفرض نوع من الانسجام في المعايير التقنية والصحية المعتمدة، إضافة إلى تشجيع الشفافية في المعاملات التجارية بما يحد من حالات الغش والتضليل في الأسواق.

ثالثا: المبادئ الاسترشادية لجامعة الدول العربية بشأن حماية المستهلك[3]

أصدرت جامعة الدول العربية مجموعة من المبادئ الاسترشادية المتعلقة بحماية المستهلك بهدف وضع إطار مرجعي للدول الأعضاء عند صياغة تشريعاتها الوطنية، حيث ركزت هذه

[1] صفيح عبد الله، بن جديد فتحي، "الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 18-05"، مجلة الدراسات القانونية، جامعة يحيى فارس بالمدية، المجلد 7، العدد 2، 2021، ص 790.

[2] معداوي نجية، "حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، جامعة عمار ثليجي الأغواط، المجلد 6، العدد 1، 2022، ص 644.

[3] المرجع نفسه، ص 661.

المبادئ على تعزيز حقوق المستهلك في السلامة والإعلام والاختيار، مع التأكيد على ضرورة مكافحة الغش التجاري وضبط الممارسات غير المشروعة داخل الأسواق، كما دعت إلى تطوير التعاون بين الأجهزة الرقابية وتبادل المعلومات بشأن المخالفات، بما يسمح برفع مستوى الحماية في المعاملات التقليدية والرقمية على حد سواء.

الفرع الثاني: اتفاقيات دولية

أدى توسع النشاط التجاري عبر الوسائط الرقمية إلى تجاوز الحدود الجغرافية للدول، ما جعل المعاملات الإلكترونية ذات طابع دولي معقد تتداخل فيه الأنظمة القانونية المختلفة، وهو ما استدعى تدخل المنظمات الدولية لوضع أطر مرجعية تسعى إلى تنظيم هذا المجال وتوحيد المبادئ الأساسية لحماية المستهلك، خاصة في ظل تزايد المخاطر المرتبطة بالاحتيال الإلكتروني، وسرية البيانات، وضعف التوازن بين أطراف العقد الإلكتروني، وقد تجسدت هذه الجهود في عدة اتفاقيات ومبادئ دولية شكلت مرجعا مهما للدول عند تطوير تشريعاتها الداخلية.

أولا: مبادئ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية[1]

وضعت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية مجموعة من المبادئ التوجيهية التي تهدف إلى تعزيز حماية المستهلك في البيئة الرقمية، حيث ركزت على ضرورة توفير معلومات دقيقة وواضحة قبل إبرام العقد الإلكتروني، مع ضمان شفافية الأسعار وشروط التعاقد، كما أولت أهمية كبيرة لمسألة الثقة بين الأطراف المتعاملة عبر الإنترنت، من خلال تشجيع تطوير آليات تسوية النزاعات بطرق مرنة وسريعة.

[1] معداوي نجية، المرجع السابق، ص 672.

كما اهتمت هذه المبادئ بحماية البيانات الشخصية للمستهلك، باعتبارها عنصرا أساسيا في المعاملات الرقمية، حيث دعت إلى اعتماد سياسات صارمة تمنع إساءة استخدام المعلومات أو استغلالها لأغراض تجارية غير مشروعة، إضافة إلى تعزيز التعاون بين الدول في مجال الرقابة على الأسواق الرقمية العابرة للحدود، بما يسمح بمواجهة الممارسات الاحتيالية التي قد تظهر في البيئة الإلكترونية.

ثانيا: اتفاقيات منظمة الأمم المتحدة عبر لجنة الأونسيترال UNCITRAL[1]

عملت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي على وضع إطار قانوني موحد لتنظيم التجارة الإلكترونية، من خلال نموذج قانون التجارة الإلكترونية ونموذج قانون التوقيعات الإلكترونية، حيث ساهمت هذه النصوص في إضفاء الاعتراف القانوني على العقود المبرمة عبر الوسائط الرقمية، بما عزز حجية المعاملات الإلكترونية داخل الأنظمة القانونية المختلفة.

ركزت هذه الاتفاقيات على مبدأ المساواة بين الوسائط التقليدية والرقمية في الإثبات، ما سمح بترسيخ الثقة في التعاقد الإلكتروني، كما شجعت الدول على تبني تشريعات داخلية تتماشى مع هذه النماذج، بهدف تسهيل التجارة العابرة للحدود وتقليل الإشكالات القانونية الناتجة عن اختلاف الأنظمة الوطنية، خاصة في ما يتعلق بإثبات الهوية الرقمية للأطراف المتعاقدة.

ثالثا: توجيهات الاتحاد الأوروبي المتعلقة بحماية المستهلك في العقود الرقمية[2]

اعتمد الاتحاد الأوروبي مجموعة من التوجيهات التي تهدف إلى حماية المستهلك في سياق التجارة الإلكترونية، من خلال فرض التزامات صارمة على الموردين تتعلق بالإعلام المسبق،

[1] United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL), Model Law on Electronic Commerce, United Nations Publication, 1996.

[2] خليلي سهام، "إشكالية تناسب طبيعة المعطيات المطلوبة من المستهلك الإلكتروني في إطار المعاملة التجارية الإلكترونية"، مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 16، العدد 2، 2021، ص 291.

وحق التراجع عن العقد خلال فترة زمنية محددة، إضافة إلى تنظيم طرق الدفع الإلكتروني وضمان أمنها، بما يحد من مخاطر الاستغلال أو التلاعب.

كما أولت هذه التوجيهات أهمية كبيرة لمسألة شفافية المعاملات الرقمية، حيث ألزمت الموردين بتقديم معلومات مفصلة حول المنتجات والخدمات، مع ضمان وضوح شروط البيع والتسليم، الأمر الذي يقوي قدرة المستهلك على اتخاذ قرارات مبنية على معرفة دقيقة، ويقلل من حالات النزاع المرتبطة بالتعاقد عن بعد.

المبحث الثاني: آليات تطبيق الحماية القانونية في بيرو الرقمية

لا تقتصر حماية المستهلك الإلكتروني على وجود النصوص القانونية فحسب، بل تتطلب كذلك آليات فعالة لتطبيقها وضمان احترامها في الواقع العملي، لذلك سيتم التطرق في المطلب الأول إلى دور الهيئات الرقابية في حماية المستهلك الإلكتروني، ثم دراسة حقوق المستهلك في التجارة الإلكترونية وآليات ضمانها في المطلب الثاني.

المطلب الأول: دور هيئات الرقابية

تؤدي الهيئات الرقابية دورا مهما في ضمان احترام القواعد القانونية المرتبطة بحماية المستهلك الإلكتروني، من خلال المتابعة والرقابة والتدخل عند وقوع المخالفات، لذلك سيتم دراسة الهيئات الوطنية في الفرع الأول، ثم الهيئات الدولية في الفرع الثاني.

الفرع الأول: هيئات وطنية

يشكل التطبيق الفعلي لقواعد حماية المستهلك في المجال الرقمي أحد أهم التحديات التي تواجه الأنظمة القانونية الحديثة، ذلك أن وجود النصوص القانونية وحده لا يكفي لضمان احترام الحقوق، بل يستلزم الأمر وجود أجهزة وطنية متخصصة تتولى الرقابة والمتابعة والتدخل عند وقوع المخالفات داخل السوق الرقمية، خاصة مع تنامي التجارة الإلكترونية وتعدد المنصات

التي تقدم خدماتها للمستهلك دون حدود جغرافية واضحة، وهو ما يجعل دور الهيئات الوطنية ركيزة أساسية في تحقيق التوازن بين أطراف العلاقة الاستهلاكية وضمان شفافية المعاملات.

أولا: دور وزارة التجارة وترقية الصادرات في الرقابة على المعاملات الإلكترونية[1]

تعد وزارة التجارة من أبرز الأجهزة الوطنية المكلفة بحماية المستهلك في الجزائر، حيث تمارس صلاحيات واسعة في مجال مراقبة السوق سواء التقليدية أو الرقمية، من خلال فرق تفتيش مختصة تعمل على متابعة النشاط التجاري الإلكتروني والتأكد من احترام القواعد القانونية المنظمة له، خاصة ما يتعلق بالإشهار الإلكتروني، عرض الأسعار، وصدق المعلومات المقدمة للمستهلك.

كما تتدخل الوزارة عند رصد ممارسات تجارية غير مشروعة داخل المنصات الرقمية، مثل الغش أو التضليل أو عدم الالتزام بشروط البيع، حيث تقوم بتحرير محاضر مخالفات وإحالتها على الجهات القضائية المختصة، إضافة إلى دورها في توعية المستهلك بمخاطر المعاملات الإلكترونية غير الموثوقة، وهو ما يساهم في تعزيز ثقافة الاستهلاك الواعي داخل الفضاء الرقمي.

ثانيا: دور مجلس المنافسة في ضبط السوق الرقمية[2]

يضطلع مجلس المنافسة بدور أساسي في حماية التوازن داخل السوق، من خلال مراقبة الممارسات التي قد تؤثر على حرية المنافسة، سواء تعلق الأمر بالأسعار أو بعروض المنتجات والخدمات عبر الوسائط الإلكترونية، حيث يعمل على منع الممارسات الاحتكارية التي قد تضر بالمستهلك وتحد من اختياره داخل السوق الرقمية.

---

[1] محمد فريد العريني، القانون التجاري (الأعمال التجارية – التجار – العقود التجارية)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ط 5، 2019، ص 213.

[2] المرجع نفسه، ص 215.

كما يتدخل المجلس في حالات الاتفاقات غير المشروعة بين المتعاملين الاقتصاديين أو استغلال الوضع المهيمن داخل السوق الرقمية، وهو ما ينعكس مباشرة على المستهلك من خلال ضمان تنوع العرض وتحقيق أسعار عادلة، بما يسمح بخلق بيئة تنافسية سليمة داخل التجارة الإلكترونية.

ثالثا: دور الأجهزة الأمنية في مكافحة الجرائم الإلكترونية الاقتصادية[1]

تلعب الأجهزة الأمنية دورا مهما في حماية المستهلك الإلكتروني من الجرائم التي تستهدفه داخل الفضاء الرقمي، مثل عمليات الاحتيال الإلكتروني، سرقة البيانات البنكية، أو إنشاء مواقع وهمية بغرض النصب، حيث تتكفل هذه الأجهزة بمتابعة مصادر التهديد الرقمي وتفكيك الشبكات الإجرامية التي تستغل الإنترنت في النشاط غير المشروع.

كما تعمل هذه الأجهزة على التنسيق مع السلطات القضائية وخبراء الأمن السيبراني من أجل تتبع العمليات الإلكترونية المشبوهة، بما يسمح بتحديد هوية الجناة وتقديمهم للعدالة، وهو ما يساهم في تعزيز الثقة في المعاملات الرقمية وتقليل المخاطر التي قد يتعرض لها المستهلك أثناء استعماله للمنصات الإلكترونية.

رابعا: دور سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية في تأمين الفضاء الرقمي[2]

تعد سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية من الهيئات التنظيمية المهمة في الجزائر، حيث تتولى مهمة الإشراف على نشاطات الاتصال الرقمي وضمان احترام القواعد التقنية والقانونية المرتبطة به، بما في ذلك حماية المعطيات وتأمين شبكات الاتصال المستخدمة في التجارة الإلكترونية.

[1] أحمد أبو الوفا، التحكيم في المواد المدنية والتجارية، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط 7، 2018، ص 117.

[2] المرجع نفسه، ص 119.

كما تعمل هذه السلطة على مراقبة جودة الخدمات الرقمية المقدمة للمستهلكين، والتدخل عند وجود اختلالات تمس بأمن المعلومات أو استقرار المعاملات الإلكترونية، إضافة إلى دورها في ضبط المؤسسات الناشطة في مجال الاتصالات لضمان احترامها للمعايير التقنية المعتمدة، وهو ما يساهم في توفير بيئة رقمية أكثر أمانا وموثوقية.

خامسا: دور الجمعيات الوطنية لحماية المستهلك[1]

تعتبر الجمعيات الوطنية لحماية المستهلك طرفا فاعلا في تقوية الرقابة المجتمعية على الأسواق الرقمية، حيث تعمل على تمثيل المستهلك والدفاع عن حقوقه أمام الجهات الإدارية والقضائية، من خلال استقبال الشكاوى ومتابعتها والتبليغ عن الممارسات غير المشروعة التي قد يتعرض لها المستهلك داخل المنصات الإلكترونية.

كما تقوم هذه الجمعيات بدور توعوي مهم من خلال نشر ثقافة الاستهلاك المسؤول وتوجيه المستهلك نحو التعامل مع المواقع والمنصات الموثوقة، إضافة إلى مشاركتها في الحملات التحسيسية المتعلقة بأمن المعاملات الإلكترونية، وهو ما يجعلها حلقة وصل بين المستهلك والسلطات العمومية في مجال حماية الحقوق الرقمية.

الفرع الثاني: هيئات دولية

تتمثل الهيئات الدولية فيما يأتي:

أولا: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD[2]

تضطلع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بدور محوري في صياغة توجهات دولية متعلقة بحماية المستهلك داخل الفضاء الرقمي، حيث أصدرت مجموعة من المبادئ التوجيهية

[1] أحمد أبو الوفا، المرجع السابق، ص 121.

[2] عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص 253.

التي تركز على ضمان الشفافية في المعاملات الإلكترونية، وإلزام الموردين بتقديم معلومات دقيقة وواضحة حول المنتجات والخدمات، بما يسمح للمستهلك باتخاذ قرارات مبنية على معرفة مسبقة بطبيعة العرض التجاري.

كما أولت المنظمة أهمية كبيرة لمسألة الثقة الرقمية، من خلال تشجيع تطوير آليات تسوية النزاعات خارج القضاء التقليدي، بما يضمن سرعة معالجة الخلافات الناشئة عن التعاقد الإلكتروني، إضافة إلى دعم التعاون بين الدول في مجال مراقبة الأسواق الرقمية، خاصة في ما يتعلق بمكافحة الممارسات التجارية غير المشروعة العابرة للحدود.

ثانيا: لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي UNCITRAL[1]

تعد لجنة الأونسيترال من أبرز الهيئات الدولية التي ساهمت في تطوير الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية، حيث وضعت نماذج قانونية مرجعية مثل القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية والقانون النموذجي للتوقيعات الإلكترونية، بهدف توحيد القواعد المنظمة للعقود الرقمية بين الدول.

ركزت أعمال اللجنة على إرساء مبدأ الاعتراف القانوني بالمحررات الإلكترونية، بما يضمن مساواتها بالمحررات الورقية في الإثبات، وهو ما عزز حجية العقود المبرمة عبر الإنترنت، وساهم في تقليل النزاعات المرتبطة بصحة التعاقد الإلكتروني، كما شجعت الدول على تكييف تشريعاتها الداخلية بما ينسجم مع هذه النماذج القانونية.

ثالثا: الاتحاد الأوروبي في مجال حماية المستهلك الرقمي[2]

[1] زروقي فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 119.

[2] المرجع نفسه، ص 122.

اعتمد الاتحاد الأوروبي منظومة متكاملة لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، تقوم على مجموعة من التوجيهات القانونية التي تلزم الموردين بإعلام المستهلك بكافة تفاصيل العقد قبل إبرامه، مع منح حق التراجع خلال فترة زمنية محددة دون شروط معقدة.

كما ركز الإطار الأوروبي على تعزيز أمن البيانات الشخصية داخل البيئة الرقمية، من خلال فرض التزامات صارمة على الشركات الرقمية بشأن جمع ومعالجة المعلومات، إضافة إلى تنظيم وسائل الدفع الإلكتروني بما يضمن حماية المستخدم من الاحتيال المالي، وهو ما ساهم في رفع مستوى الثقة في السوق الرقمية الأوروبية.

رابعا: منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD[1]

تعمل منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية على دعم الدول النامية في مجال تطوير التجارة الإلكترونية، من خلال تقديم تقارير ودراسات تحليلية حول تطور الاقتصاد الرقمي، إضافة إلى اقتراح سياسات تهدف إلى تقليص الفجوة الرقمية بين الدول.

كما تركز المنظمة على تعزيز قدرات الدول في مجال حماية المستهلك الرقمي، عبر دعم بناء الأطر القانونية والمؤسساتية، وتوفير برامج تدريبية متعلقة بإدارة الأسواق الإلكترونية، بما يسمح بتحسين مستوى الرقابة على المعاملات الرقمية وتطوير آليات الاستجابة للمخاطر المرتبطة بها.

خامسا: المنظمة الدولية للمعايير ISO[2]

تساهم المنظمة الدولية للمعايير في وضع مقاييس تقنية وتنظيمية مرتبطة بأمن المعلومات وجودة الخدمات الرقمية، حيث تشمل معاييرها مجالات حماية البيانات، وإدارة المخاطر السيبرانية، وضمان موثوقية الأنظمة الإلكترونية المستخدمة في التجارة الرقمية.

[1] زروقي فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص 123.

[2] المرجع نفسه، ص 124.

كما تساعد هذه المعايير المؤسسات والدول على تحسين مستوى الأمان داخل المنصات الإلكترونية، بما يحد من عمليات الاختراق والتلاعب بالبيانات، ويعزز ثقة المستهلك في الخدمات الرقمية المقدمة عبر الإنترنت، خاصة في ظل التوسع المستمر في استخدام التكنولوجيا في المعاملات التجارية.

المطلب الثاني: حقوق المستهلك في تجارة الإلكترونية

تستند حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية إلى مجموعة من الحقوق والضمانات القانونية التي تهدف إلى تحقيق التوازن بين أطراف المعاملة الإلكترونية، ولهذا سيتم التطرق إلى حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني في الفرع الأول، ثم آليات حل النزاعات في الفرع الثاني.

الفرع الأول: حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني

تقوم العلاقة التعاقدية داخل الفضاء الرقمي على مبدأ حماية الطرف الضعيف في المعاملة، باعتبار المستهلك الطرف الأكثر عرضة للغموض التقني والاختلال المعلوماتي، لذلك أقر الفكر القانوني المعاصر جملة من الحقوق الجوهرية التي تضمن له وضعا متوازنا داخل العلاقة التعاقدية الإلكترونية، وتسمح له باتخاذ قراراته بعيدا عن الضغط أو التضليل، مع ضمان استمرارية الحماية خلال مختلف مراحل التعاقد، من مرحلة العرض إلى غاية التنفيذ وما بعده.

أولا: حق الإعلام المسبق والشفافية[1]

يتمثل هذا الحق في تمكين المستهلك من الاطلاع على جميع البيانات الجوهرية المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة قبل إبرام العقد، مثل الخصائص التقنية، السعر النهائي، شروط التسليم، والآثار المترتبة عن الالتزام، ويكتسي هذا الحق أهمية خاصة في البيئة الرقمية بسبب غياب

[1] محمد حسين منصور، حماية المستهلك في القانون المدني والتجاري، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2018، ص 89.

المعاينة المباشرة، حيث يعتمد المستهلك كليا على المعطيات المنشورة عبر المنصات الإلكترونية، مما يجعل وضوح المعلومة عنصر أساسي في بناء الثقة داخل العلاقة التعاقدية.

ثانيا: حق الاختيار الحر دون ضغط[1]

يرتبط هذا الحق بقدرة المستهلك على اتخاذ قراره التعاقدي دون تأثيرات خارجية أو ممارسات توجيهية، حيث يمنح له المجال للمقارنة بين العروض المتاحة داخل السوق الرقمية، واختيار الأنسب وفق احتياجاته وإمكاناته، ويهدف هذا المبدأ إلى الحد من أساليب الإقناع غير الموضوعية التي قد تعتمد على الإشهار المبالغ فيه أو التوجيه غير المتوازن، بما يحافظ على استقلالية الإرادة التعاقدية.

ثالثا: حق التراجع عن التعاقد[2]

يتيح هذا الحق للمستهلك إمكانية العدول عن العقد خلال فترة زمنية محددة بعد إبرامه، دون الحاجة إلى تقديم مبررات، ويشكل هذا الإجراء آلية تصحيحية مهمة داخل التجارة الإلكترونية، حيث يمنح المستهلك فرصة إعادة تقييم قراره بعد تجربة المنتج أو الاطلاع عليه فعليا، ويهدف إلى تقليل مخاطر الاندفاع أثناء التعاقد الإلكتروني الذي يتم غالبا في وقت قصير وبوسائل تقنية سريعة.

رابعا: حق الأمن والسلامة[3]

يضمن هذا الحق حماية المستهلك من أي خطر قد ينجم عن استعمال المنتوج أو الاستفادة من الخدمة، سواء تعلق الأمر بسلامته الجسدية أو بياناته الشخصية أو مصالحه المالية،

[1] المرجع نفسه، ص 91.

[2] مصطفى كمال طه، القانون التجاري – العقود التجارية والتجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2016، ص 93.

[3] محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 92.

ويكتسي هذا الحق بعدا خاصا داخل الفضاء الرقمي بسبب انتشار التطبيقات والمنصات التي تتطلب إدخال معلومات حساسة، مما يستوجب توفير بيئة آمنة تقلل من احتمالات الاستغلال أو الاختراق.

خامسا: حق الحماية من الممارسات الخادعة[1]

يتمثل هذا الحق في منع كل أشكال التضليل التي قد تمارس عبر الإعلانات الرقمية أو العروض التجارية غير الحقيقية، حيث يلتزم المورد بتقديم معلومات مطابقة للواقع دون مبالغة أو إخفاء للعيوب، ويهدف هذا الحق إلى ضمان نزاهة التعاملات داخل السوق الإلكترونية ومنع التأثير غير المشروع على قرار المستهلك.

سادسا: حق احترام الخصوصية وحماية البيانات[2]

يرتبط هذا الحق بصيانة المعلومات الشخصية للمستهلك ومنع استخدامها خارج الأغراض المتفق عليها، حيث تفرض المعاملات الإلكترونية جمع كم كبير من البيانات، الأمر الذي يستوجب وضع قيود قانونية صارمة تمنع تسريبها أو استغلالها تجاريا دون إذن، بما يحافظ على سرية الهوية الرقمية للمستهلك.

سابعا: حق الحصول على خدمة مطابقة للعقد[3]

يتمثل هذا الحق في إلزام المتعامل بتنفيذ الالتزامات التعاقدية وفقا لما تم الاتفاق عليه من حيث الجودة والكمية والآجال، حيث يضمن للمستهلك استلام منتوج أو خدمة تتطابق مع ما تم عرضه إلكترونيا، ويهدف هذا المبدأ إلى منع أي تغيير غير مشروع في مضمون العقد بعد إبرامه.

[1] المرجع نفسه، ص 93.

[2] مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 93.

[3] المرجع نفسه، ص 94.

ثامنا: حق التعويض وجبر الضرر[1]

يتيح هذا الحق للمستهلك المطالبة بالتعويض عند تعرضه لضرر ناتج عن إخلال المورد بالتزاماته، سواء كان الضرر ماديا أو معنويا، ويشكل هذا الحق ضمانة أساسية لتحقيق العدالة داخل العلاقة التعاقدية الإلكترونية، من خلال إعادة التوازن بين الطرفين عند وقوع إخلال أو تقصير.

تاسعا: حق اللجوء إلى آليات الإنصاف وتسوية المنازعات[2]

يمكّن هذا الحق المستهلك من اللجوء إلى وسائل متعددة لحل النزاعات الناشئة عن التعاقد الإلكتروني، سواء عبر القضاء أو الوساطة أو التحكيم أو المنصات الرقمية المخصصة لذلك، ويهدف إلى توفير حلول سريعة وفعالة تتناسب مع طبيعة المعاملات الإلكترونية التي تتسم بالسرعة والتعقيد.

تجدر الإشارة إلى أن فعالية هذه الحقوق لا تتوقف عند مجرد النص عليها ضمن التشريعات الوطنية أو الاتفاقيات الدولية، وإنما ترتبط أساسا بمدى إمكانية ممارستها بصورة فعلية داخل البيئة الرقمية، إذ قد يجد المستهلك نفسه أمام صعوبات تقنية أو قانونية تحول دون الاستفادة الكاملة من الضمانات المقررة له، خاصة في المعاملات التي تتم عبر منصات أجنبية أو مواقع إلكترونية عابرة للحدود، كما أن التطور المستمر للتكنولوجيا أوجد أنماطا جديدة من التعاقد يصعب في بعض الأحيان إخضاعها للقواعد التقليدية، الأمر الذي يفرض تطوير وسائل الحماية القانونية بشكل مستمر حتى تظل قادرة على مواكبة المستجدات التقنية وضمان احترام حقوق المستهلك في مختلف مراحل التعاقد الإلكتروني.

[1] محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 97.

[2] مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 97.

من جهة أخرى، ساهم انتشار التجارة الإلكترونية في إعادة صياغة مفهوم الثقة التعاقدية، حيث لم تعد هذه الثقة قائمة على الاتصال المباشر بين الأطراف أو على المعاينة المادية للسلع والخدمات، وإنما أصبحت تعتمد بصورة كبيرة على مصداقية المعلومات المنشورة إلكترونيا ومدى التزام المورد باحترام تعهداته، لذلك أصبحت حماية المستهلك الإلكتروني أحد المؤشرات الأساسية لقياس نجاح الاقتصاد الرقمي، لأن توفير ضمانات قانونية فعالة يساهم في تشجيع الأفراد على الانخراط في المعاملات الإلكترونية ويعزز استقرار المبادلات التجارية، بينما يؤدي ضعف الحماية إلى تراجع الثقة وانتشار التخوف من استخدام الوسائط الرقمية في إبرام العقود وإجراء عمليات الشراء والدفع عبر الإنترنت.[1]

كما أن الحقوق الممنوحة للمستهلك في البيئة الرقمية تشكل منظومة متكاملة ومترابطة، بحيث إن الإخلال بأحدها قد يؤدي إلى المساس ببقية الحقوق الأخرى، فغياب الإعلام المسبق مثلا قد يؤثر في حرية الاختيار، وانتهاك الخصوصية قد يهدد الأمن الرقمي للمستهلك، كما أن عدم مطابقة الخدمة أو المنتوج للعقد قد يفضي إلى المطالبة بالتعويض أو اللجوء إلى وسائل تسوية النزاعات. ومن ثم فإن تحقيق حماية حقيقية للمستهلك الإلكتروني يقتضي تبني مقاربة شاملة تجمع بين التشريع الفعال والرقابة المستمرة والتوعية الرقمية والتطور التقني،[2] بما يضمن إقامة بيئة إلكترونية آمنة وعادلة وقادرة على تحقيق التوازن بين مصالح المستهلكين ومصالح المتعاملين الاقتصاديين في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده العالم المعاصر.

الفرع الثاني: آليات حل النزاعات

تفرض طبيعة المعاملات الرقمية وجود وسائل قانونية وتنظيمية قادرة على معالجة الخلافات التي تنشأ بين أطراف العقد الإلكتروني، حيث تتسم هذه النزاعات غالبا بالتعقيد لارتباطها

[1] عبد الرزاق بن شارف، الحماية القانونية للمستهلك في العقود الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2018، ص 121.

[2] المرجع نفسه، ص 122.

بوسائط تقنية وبأطراف قد ينتمون إلى دول مختلفة، مما يستدعي اعتماد آليات مرنة وسريعة تضمن إعادة التوازن بين الحقوق المتقابلة وتسمح بتسوية الإشكالات دون تعطيل النشاط التجاري داخل الفضاء الرقمي.

أولا: التسوية القضائية التقليدية[1]

أ-اختصاص القضاء الوطني:

يتولى القضاء الوطني الفصل في النزاعات المرتبطة بالعقود الإلكترونية متى توافرت شروط الاختصاص، حيث يعتمد على القواعد العامة في تحديد الجهة القضائية المختصة بالنظر في المنازعة، كما يقوم بتكييف الوقائع الرقمية وفق أحكام القانون المدني والتجاري، ويعد هذا المسار ضمانة أساسية لحماية الحقوق عند تعذر الحلول البديلة.

ب-تنفيذ الأحكام القضائية:

تكتسي مرحلة التنفيذ أهمية كبيرة في تحقيق فعالية الحماية، حيث يتم إلزام الطرف المخل بتنفيذ الحكم الصادر ضده سواء تعلق الأمر بالتعويض أو إعادة الحال إلى ما كان عليه، كما تبرز صعوبة التنفيذ في البيئة الرقمية عند تعلق الأمر بأطراف أو منصات خارج الإقليم الوطني، مما يستدعي آليات تعاون قضائي دولي.

[1] نزيه القسوس، التحكيم التجاري الدولي وحل المنازعات الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص 114.

ثانيا: الوساطة كآلية ودية[1]

أ-دور الوسيط المحايد:

تقوم الوساطة على تدخل طرف ثالث محايد يعمل على تقريب وجهات النظر بين المتنازعين دون فرض حل نهائي، حيث يساهم في تحليل أسباب النزاع واقتراح حلول توافقية تراعي مصالح الطرفين، وتتميز هذه الآلية بالمرونة والسرعة مقارنة بالإجراءات القضائية.

ب-الطابع التوافقي للحل:

تؤدي الوساطة إلى صياغة اتفاق رضائي يعكس إرادة الأطراف، مما يعزز فرص الاستمرار في العلاقة التعاقدية، كما تقلل من حدة النزاع وتحد من التكاليف المالية والإجرائية المرتبطة بالتقاضي التقليدي.

ثالثا: التحكيم التجاري الإلكتروني[2]

أ-اختيار المحكمين:

يتيح التحكيم للأطراف حرية اختيار هيئة التحكيم أو المحكم الفردي، بما يتناسب مع طبيعة النزاع الإلكتروني، حيث يتم اللجوء غالبا إلى خبراء في المجال التقني والقانوني لضمان فهم دقيق لموضوع الخلاف، وهو ما يمنح هذه الآلية طابعا تخصصيا.

ب-قوة القرار التحكيمي:

[1] عبد الحفيظ بوقفة، "الوساطة كآلية بديلة لحل منازعات التجارة الإلكترونية"، مجلة القانون والمجتمع، جامعة سطيف 2، المجلد 11، العدد 1، 2023، ص 95.

[2] بن طاهر عبد الكريم، "التحكيم الإلكتروني ودوره في تسوية المنازعات التجارية عبر الإنترنت"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، جامعة تلمسان، المجلد 8، العدد 2، 2022، ص 201.

ينتهي التحكيم بقرار ملزم للأطراف يتمتع بقوة تنفيذية بعد إكسائه الصيغة التنفيذية، مما يجعله بديلا فعالا عن القضاء، خاصة في النزاعات العابرة للحدود التي تتطلب سرعة في الحسم ومرونة في الإجراءات.

رابعا: المنصات الرقمية لتسوية النزاعات[1]

أ-آليات الشكوى الإلكترونية:

توفر بعض المنصات التجارية أنظمة داخلية لتقديم الشكاوى ومعالجتها بشكل مباشر، حيث يتم استقبال طلبات المستهلك وتحليلها آليا أو عبر فرق دعم متخصصة، مما يسمح بحل سريع دون الحاجة إلى إجراءات خارجية.

ب-معالجة النزاع آليا:

تعتمد هذه المنصات على أنظمة رقمية لتتبع المعاملات وتحديد مصدر الخلل، ثم اقتراح حلول فورية مثل الاسترجاع أو الاستبدال، وهو ما يساهم في تقليص زمن النزاع ويعزز ثقة المستخدم في البيئة الرقمية.

خامسا: هيئات حماية المستهلك الإدارية[2]

أ-التدخل الإداري:

تتدخل هذه الهيئات عند تلقي شكاوى المستهلكين، حيث تقوم بفتح تحقيقات إدارية حول المخالفات المرتبطة بالعقود الإلكترونية، مع إمكانية توجيه إنذارات أو فرض عقوبات على المتعاملين المخالفين.

[1] محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص 219.

[2] المرجع نفسه، ص 219.

ب-الرقابة الوقائية:

تعمل هذه الهيئات كذلك على مراقبة السوق الرقمية بشكل استباقي، من خلال رصد الإعلانات والعروض المشبوهة، بما يسمح بمنع النزاعات قبل وقوعها ويحد من الممارسات غير المشروعة.

سادسا: التسوية عبر المنظمات الدولية[1]

أ-فض النزاعات العابرة للحدود:

تساهم بعض المنظمات الدولية في وضع آليات خاصة لمعالجة النزاعات ذات الطابع الدولي، حيث توفر قواعد إجرائية موحدة تسهل التعامل مع الخلافات التي تشمل أطرافا من دول مختلفة.

ب-توحيد الإجراءات:

تهدف هذه الآليات إلى تقليل التباين بين الأنظمة القانونية الوطنية، مما يسمح بتسوية أكثر انسجاما للنزاعات الإلكترونية، خاصة تلك المرتبطة بالتجارة العابرة للحدود.

سابعا: التسوية بالاتفاق المباشر بين الأطراف[2]

أ-إعادة التفاوض:

يلجأ الأطراف أحيانا إلى إعادة التفاوض حول شروط العقد عند ظهور خلافات، حيث يتم تعديل بعض الالتزامات أو إعادة توزيع المسؤوليات بما يحقق توازنا جديدا بين المصالح.

ب-إنهاء العلاقة التعاقدية:

[1] بن طاهر عبد الكريم، المرجع السابق، ص 204.

[2] المرجع نفسه، ص 207.

في بعض الحالات يتم الاتفاق على إنهاء العقد بالتراضي، مع تسوية الآثار المالية المترتبة عنه، وهو حل يسمح بتفادي النزاعات الطويلة ويقلل من التكاليف القانونية.

خاتمة

تشكل الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحول الرقمي أحد أهم المواضيع التي فرضها الواقع المعاصر، نتيجة التوسع الكبير في استخدام الوسائط الإلكترونية في إبرام العقود وتبادل السلع والخدمات، وهو ما جعل المستهلك في مواجهة مباشرة مع مخاطر متعددة تتعلق بغياب المعاينة المادية، وضعف الشفافية أحيانا، إضافة إلى التحديات المرتبطة بالبيانات الشخصية وأمن المعاملات الرقمية، مما استدعى تطوير المنظومة القانونية بما يواكب هذا التحول ويضمن الحد الأدنى من التوازن بين أطراف العلاقة التعاقدية داخل الفضاء الإلكتروني.

قد حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على الإطار المفاهيمي للحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر، مع تحليل أهم التحولات الرقمية وتأثيرها على طبيعة الاستهلاك، ثم الانتقال إلى دراسة الآليات القانونية والمؤسساتية المعتمدة لحماية المستهلك، سواء على المستوى الوطني أو الدولي، بهدف تقييم مدى فعالية هذه المنظومة في تحقيق الحماية المطلوبة في بيئة تتسم بالتغير المستمر والتعقيد التقني.

بينت مختلف النصوص القانونية الجزائرية الصادرة في السنوات الأخيرة وجود إرادة تشريعية واضحة لمواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة، من خلال تنظيم التجارة الإلكترونية وتكريس مجموعة من الحقوق الأساسية للمستهلك الإلكتروني، كحق الإعلام وحق العدول وحق حماية البيانات الشخصية، غير أن فعالية هذه النصوص تبقى مرتبطة بمدى تطبيقها العملي وتوفير الآليات التقنية والقانونية الكفيلة بضمان احترامها على أرض الواقع.

كما تبين أن نجاح منظومة حماية المستهلك في البيئة الرقمية لا يتوقف على الجانب التشريعي فقط، وإنما يتطلب مساهمة جميع الفاعلين، من سلطات عمومية وهيئات رقابية ومؤسسات اقتصادية وجمعيات حماية المستهلك، إضافة إلى المستهلك نفسه الذي أصبح مطالبا بالتحلي بالوعي الرقمي الكافي لفهم حقوقه والتزاماته وكيفية التعامل الآمن مع مختلف المنصات الإلكترونية، بما يسهم في الحد من المخاطر وتعزيز الثقة في المعاملات الرقمية.

وفي ظل التوجه المتزايد نحو الرقمنة الشاملة في الجزائر، فإن تعزيز الحماية القانونية للمستهلك يمثل أحد الركائز الأساسية لنجاح الاقتصاد الرقمي وتحقيق التنمية المستدامة، إذ إن توفير بيئة إلكترونية آمنة وشفافة يسهم في تشجيع الاستثمار والتبادل التجاري الإلكتروني، ويعزز ثقة الأفراد في الخدمات الرقمية، وهو ما ينعكس إيجابا على مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية مستقبلا.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نبرزها فيما يلي:

-تطور الإطار القانوني الجزائري بشكل ملحوظ في مجال حماية المستهلك الإلكتروني، خاصة من خلال قانون حماية المستهلك وقانون التجارة الإلكترونية.

-التحول الرقمي أفرز أنماطا جديدة من المخاطر القانونية المرتبطة بالغش الإلكتروني واستغلال البيانات وضعف الثقة في التعاقد عن بعد.

-تعدد الهيئات الرقابية ساهم في تعزيز آليات الحماية، غير أن فعاليتها تبقى مرتبطة بمدى التنسيق بين مختلف الأجهزة.

-الاتفاقيات الدولية لعبت دورا مهما في وضع مبادئ عامة لحماية المستهلك، لكنها تبقى ذات طابع توجيهي أكثر من كونها إلزامية.

-آليات تسوية النزاعات في البيئة الرقمية ما زالت تحتاج إلى تطوير أكبر لضمان السرعة والفعالية في معالجة الخلافات.

التوصيات والاقتراحات:

-ضرورة تحديث التشريعات الوطنية بشكل مستمر لمواكبة التطور السريع في مجال التكنولوجيا الرقمية والتجارة الإلكترونية.

-تعزيز الرقابة على المنصات الرقمية عبر آليات تقنية متقدمة لرصد الممارسات غير المشروعة.

-دعم التعاون بين الهيئات الوطنية والدولية لتوحيد الجهود في مكافحة الجرائم الإلكترونية المرتبطة باالتقليدي.

-تطوير أنظمة تسوية النزاعات الإلكترونية بما يضمن السرعة والفعالية وتقليل اللجوء إلى القضاء التقليدي.

-تكثيف برامج التوعية الرقمية لفائدة المستهلك لتعزيز ثقافة الحذر والثقة في المعاملات الإلكترونية.

-تشجيع الاستثمار في الأمن السيبراني لحماية البيانات الشخصية والمعاملات المالية داخل الفضاء الرقمي.

-تفعيل دور الجمعيات المختصة في حماية المستهلك ومنحها صلاحيات أوسع في التبليغ والمتابعة.



قائمة المصادر والمراجع

أولًا: النصوص القانونية

-القانون رقم 03-09 المؤرخ في 19 مايو 2000م، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الموافق ل 25 جمادى الثانية 1430 هـ، ج ر، العدد 01، لسنة 2000.

-القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

-القانون رقم 18-07 المؤرخ في 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34، الصادرة بتاريخ 10 جوان 2018.

-الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 1975/09/26 المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-07 المؤرخ في 2017/05/13، ج ر، ج ج، ع 31 الصادر بتاريخ 2017/05/13.

ثانيًا: الكتب

1-الكتب العامة:

-أحمد أبو الوفا، التحكيم في المواد المدنية والتجارية، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط7، 2018.

-عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د ط، د ت.

-سلطان أنور، مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني، المكتبة الفنية، الأردن، ط2، 1998.

-محمد فريد العريني، القانون التجاري (الأعمال التجارية – التجار – العقود التجارية)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ط5، 2019.

-مصطفى كمال طه، القانون التجاري – العقود التجارية والتجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2016.

-مرقس سليمان، شرح القانون المدني، العقود المسماة: عقد البيع، دار الكتب، مصر، ط4، 1980.

2-الكتب الخاصة:

-خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019.

-سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

-عمر خالد زريقات، عقد التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

-محمد حسن الرفاعي العطار، البيع عبر شبكة الإنترنت (دراسة مقارنة في قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.

-محمد حسين منصور، حماية المستهلك في القانون المدني والتجاري، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2018.

-نصال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.

-نزيه القسوس، التحكيم التجاري الدولي وحل المنازعات الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.

-نور العابدين قوجيل، أمينة بن زرارة، رقمنة مؤسسة التعليم العالي في الجزائر لتجسيد الإدارة الإلكترونية، دار سوام للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2022.

-حسن عبد الباسط الجميعي، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لحقوق المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992.

ثالثًا: المقالات العلمية

-بن طاهر عبد الكريم، "التحكيم الإلكتروني ودوره في تسوية المنازعات التجارية عبر الإنترنت"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، جامعة تلمسان، المجلد 8، العدد 2، 2022.

-خليلي سهام، "إشكالية تناسب طبيعة المعطيات المطلوبة من المستهلك الإلكتروني في إطار المعاملة التجارية الإلكترونية"، مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 16، العدد 2، 2021.

-هيثم حامد المصاروة وأحمد عبد الرحمن المجالي ، حماية المستهلك في العقود الإلكترونية: دراسة تحليلية في أنظمة المملكة العربية السعودية, مجلة جامعة جازان للعلوم الإنسانية، المجلد 2، ع 4، 2015.

-روشو عبد القادر، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الإقتصادية، م ج 6، ع 2، 2022.

-صفيح عبد الله، بن جديد فتحي، "الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية 18-05"، مجلة الدراسات القانونية، جامعة يحيى فارس بالمدية، المجلد 7، العدد 2، 2021.

-سامية خواطرة، التحول الرقمي خلال جائحة كورونا وما بعدها، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، جامعة بومرداس، ع 02، م ج 58، الجزائر، 2021.

-محمدي أحمد، الشمول المالي من خلال الدفع الإلكتروني: دراسة تحليلية لتجربة الجزائر، المجلة العربية للعلوم المالية والمصرفية، م ج 2، ع 9، 2021.

-مها شحادة، تأثير أبعاد التحول الرقمي في النضج الرقمي للمصارف الإسلامية، مجلة علمية نصف سنوية، ع 01، الأردن، جوان 2022.

-محمد صالح حسن النداوي، مصطفى محمد كليبان الزهيري، "دور تطوير ثقافة المنظمة في دعم التحول الرقمي"، مجلة كلية الاقتصاد للبحوث العلمية، العدد السادس، ليبيا، 12-07-2020.

-معداوي نجية، "حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام والحق في العدول عن التعاقد"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، جامعة عمار ثليجي الأغواط، المجلد 6، العدد 1، 2022.

-عبد الحفيظ بوقفة، "الوساطة كآلية بديلة لحل منازعات التجارة الإلكترونية"، مجلة القانون والمجتمع، جامعة سطيف 2، المجلد 11، العدد 1، 2023.

رابعًا: الأطروحات والمذكرات

-أمدو أسماء، منديل نصيرة، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، باتنة، 2011-2012.

-بوحفص سميرة، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2023.

-يحي شريف عز الدين، مجدوب فاروق، التزام البائع بسليم المبيع في القانون المدني الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون المدني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، باتنة، 2011-2012.

-سياسي مبروك، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2010-2011.

-تميان السعدي وعزوزي عبد الكريم، حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، 2024.

-زروقي فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية وآليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، كلية الحقوق، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2021.

-زهير حافظ، الأنظمة الآلية ودورها في تنمية الخدمات الأرشيفية، دراسة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، اختصاص علم المكتبات، قسنطينة، 2008.

خامسًا: المواقع الإلكترونية

-عدنان مصطفى البار، التحول الرقمي: كيف ولماذا؟، جامعة الملك عبد العزيز، جامعة أم القرى، متاح على: www.org.awforn

-مجيد حلمي، "الحماية الإلكترونية للمستهلك"، دراسة منشورة على الإنترنت، موقع إسلام أون لاين، متاح على الرابط: http://www.islamonline.net/arabic/economic

فهرس المحتويات:

شكر وتقدير

إهداء

مقدمة .....

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للحماية القانونية للمستهلك الالكتروني في الجزائر...

المبحث الأول: مفهوم الحماية القانونية للمستهلك في الجزائر.....

المطلب الأول : تعريف المستهلك في القانون الجزائري و القانون الدولي.....

الفرع الأول : تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري.....

الفرع الثاني: تعريف المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي.....

المطلب الثاني: أهمية الحماية القانونية للمستهلك.....

الفرع الأول: حماية حقوق المستهلك.....

الفرع الثاني : تعزيز الثقة في السوق.....

المبحث الثاني: التحولات الرقمية وتأثيرها على حماية المستهلك الإلكتروني .....

المطلب الأول: مفهوم التحولات الرقمية.....

الفرع الأول: تعريف التحولات الرقمية .....

الفرع الثاني: أنواع التحولات الرقمية.....

المطلب الثاني: التحديات القانونية للتحولات الرقمية على حماية مستهلك الإلكتروني ....

الفرع الأول: تحديات تتعلق بالبيانات الشخصية.....

الفرع الثاني: بيانات تتعلق بالعقود الإلكترونية.....

الفصل الثاني: آليات الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الرقمية.....

المبحث الأول: النصوص القانونية الحالية لحماية المستهلك الإلكتروني.....

المطلب الأول: تشريع الجزائري لحماية المستهلك .....

الفرع الأول : قانون 03-09المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.....

الفرع الثاني: قانون التجارة الإلكترونية .....

المطلب الثاني: الاتفاقيات الدولية متعلقة بحماية المستهلك في ظل التحولات الرقمية.....

الفرع الأول: اتفافيات عربية .....

الفرع الثاني: اتفاقيات دولية .....

المبحث الثاني: آليات تطبيق الحماية القانونية في بيرو الرقمية.....

المطلب الأول: دور هيئات الرقابية .....

الفرع الأول: هيئات وطنية.....

الفرع الثاني: هيئات دولية.....

المطلب الثاني: حقوق المستهلك في تجارة الإلكترونية .....

الفرع الأول: حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني .....

الفرع الثاني: آليات حل النزاعات.....

خاتمة .....

قائمة المصادر والمراجع .....

ملخص الدراسة:

تتناول هذه الدراسة الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحول الرقمي في الجزائر، من خلال تحليل الإطار المفاهيمي للمستهلك الإلكتروني والتغيرات التي أحدثها التطور التكنولوجي في أنماط الاستهلاك، ثم إبراز النصوص القانونية الوطنية والاتفاقيات الدولية المنظمة لهذا المجال، إضافة إلى دراسة آليات التطبيق المتمثلة في الهيئات الرقابية وحقوق المستهلك وطرق تسوية النزاعات، بهدف تقييم مدى فعالية المنظومة القانونية في توفير حماية متوازنة داخل البيئة الرقمية.

الكلمات المفتاحية: الحماية القانونية، المستهلك الإلكتروني، التحول الرقمي، التجارة الإلكترونية، الهيئات الرقابية، تسوية النزاعات.

Abstract:

This study addresses the legal protection of consumers in the context of digital transformatio in Algeria by analyzing the conceptual framework of the elec r »nic consumer and the changes brought by technological develop e »t in consumption patterns. It also highlights national legal texts and international agr eemen ts regulating this field, as well a implementation mechanisms represented by regulatory bodies, consumer rights, and dispute resolution methods, in order to assess the effectiveness o f the legal system in ensuring balanced protection within the di gital environment.

Keywords:

Legal protection, electronic consumer, digital transformation, e-commerce, regulatory bodies, dis u »e resolution.