جامعة محمد خيضر بسكرة

كليـة الحقوق والعلوم السياسية

قســم :الحقوق

مذكـرة مـاستر

ميدان الحقوق والعلوم السياسية

فرع: الحقوق

تخصص: قانون الأعمال

إعداد الطالب(ة):

زقرير ريان اسماء

زحنيت كنزة

يوم: 2025/06/02

آليات مكافحة الغش في التجارة الإلكترونية

لجنة المناقشة:

عاشور نصر الدين	أ.	جامعة محمد خيضر بسكرة	رئيسا
مستاري عادل	أ.	جامعة محمد خيضر بسكرة	مشرفا
لمعيني محمد	أ.	جامعة محمد خيضر بسكرة	مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2024

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

بسم الله الرحمان الرحيم

قال الله تعالى "ولئن شكرتم لأزيدنكم"

"رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاه وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عبادكَ الصَّالِحِينَ"

صدق الله العظيم

الحمد لله الذي أنعم علينا بنعمة العقل والشكر له على كل نعمه، وإعانته لنا الحمد لله دائما وأبدا راجين أن يتقبل منا صالح الأعمال.

يطيب لنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى الدكتور المحترم والمشرف على بحثنا هذا: *مستاري عادل* على جهده وإرشاداته وتوجيهاته في إنجاز هذا العمل ، فله منا جزيل الشكر والعرفان والوفاء والتقدير.

ونتوجه بالشكر إلى كل من ساهم معنا لإتمام هذا العمل من بعيد أو من قريب راجين من الله عز وجل أن يجعل هذا في ميزان حسناتهم.

وفي الأخير إدارة الجامعة جامعة مُحَمَّد خيضر بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير التي كانت الموجه الرئيسي والداعم الرسمي لكل متطلبات البحث.

–شكرا–

إهداء 1

وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون وستردون إلى عالم الغيب والشهادة فينبئكم بما كنتم تعملون (التوبة -105)

لم تكن الرحلة قصيرة ولا الطريق محفوف بالتسهيلات، لكنني فعلتها، فالحمد لله الذي يسر البدايات وبلغنا النهايات بفضله وكرمه.

أهدي تخرجي إلى كل من كلل العرق جبينه ومن علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار.

إلى النور الذي أنار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره بقلبي أبدا....

ومن بذل الغالي والنفسي وإستمدين منه قوتي وإعتزازي بذاتي... أبي

إلى من جعل الجنة تحت أقدامها وسهلت لي الشدائد بدعائها.....

إلى الإنسانة العظيمة التي لطالما تمنت أن تقر عينها في يوم كهذا.... أمي

إلى ضلعي الثابت وأمان أيامي إلأى من شددت عضدي بهم فكانوا ينابيع ارتوي منها إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى قرة عيني.... أخواتي الغاليات

لكل من كان عونا وسندا في هذا الطريق

إليكم عائلتي

أهديكم هذا الإنجاز وثمرة نجاحي الذي لطالما تمنيته ها أنا اليوم أكملت و أتممت أو ثمارته بفضله سبحانه وتعالى.

فالحمد لله على ما وهبني وأن يجعلني مباركا وأن يعينني أينما كنت فمن قال أنا لها نالها.

-زحنيت كنزة-

إهداء 2

إلى من كانت دعواتهم سر نجاحي،

إلى من علموني أن لا شيء مستحيل مع الصبر والإيمان،

إلى أولئك الذين كانوا نوري في طريقٍ كثير العثرات،

إلى أمي، نبض قلبي وسر ابتسامتي،

وإلى أبي، قدوتي ومصدر قوتي...

شكرًا لكما على كل لحظة دعم، وكل نظرة أمل، وكل تضحية لا تُقدّر بثمن.

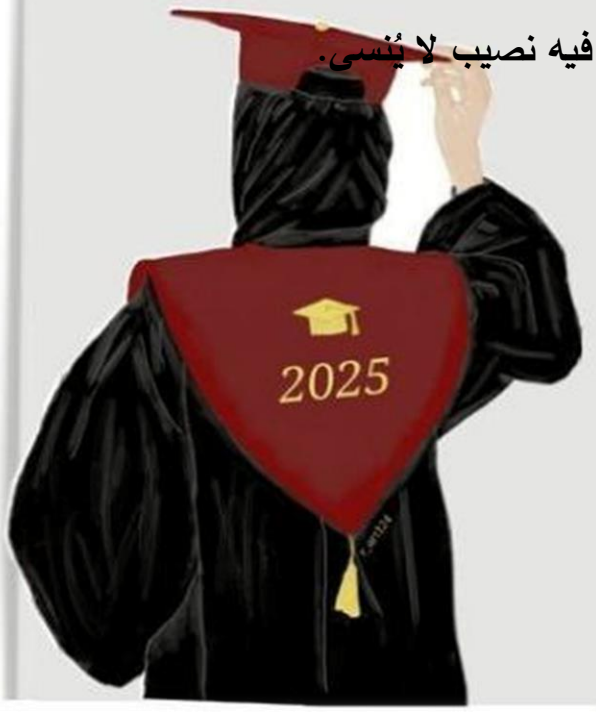
أهدي لكما ثمرة سنوات من الكفاح والسهر.

إلى إخوتي وأخواتي الذين كانوا لي عونًا وسندًا،

إلى أساتذتي الكرام، الذين منحوني من علمهم وخبراتهم بسخاء،

إلى كل من آمن بي ولو بكلمة، إلى كل من دعمني في صمت،

أهديكم هذا الإنجاز، فلكم فيه نصيب لا يُنسى.



- زقـرير ريـــان -

مقدمـة

مقدمة:

في عصر تسارع فيه عجلة الابتكار وتشابك فيه خيوط التكنولوجيا مع تفاصيل حياتنا اليومية، برزت شبكة الأنترنت كأعظم اختراع غير ملامح العالم المعاصر، ولم تعد المسافات حاجزا، ولا الزمن عائقا، بل أصبحت العالم قرية رقمية تتلاقى فيها الأفكار والسلع والخدمات بلحظة واحدة ومن رحم هذا التطور الهائل، ولدت التجارة الإلكترونية كأحد أبرز التحولات الاقتصادية، إذ لم تقتصر على كونها وسيلة جديدة للبيع والشراء، بل تحولت إلى منظومة متكاملة تعيد تشكيل قواعد السوق التقليدية، لقد أصبحت التجارة الإلكترونية اليوم محورًا استراتيجيا للنمو والابتكار، ورافعة حقيقة للاقتصاد الرقمي الحديث، لما تتيحه من فرص غير محدودة في التسويق، والتواصل، وتبادل المعلومات والخدمات بسرعة وكفاءة متقطعة النظير.

وعلى الرغم من إسهام التجارة الإلكترونية في تدليل صعوبات التعاقد عن بعد وما حققته من اختصار للوقت وتسهيل الإجراءات إلا أن التعاقد عبر الشبكة الأنترنت أثار العديد من الإشكالات القانونية خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك انطلاقا من أن المستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية هو في الوقت الذي تكون فيه الأدوات القانونية على المستوى المحلي والدولي قاصرة على حمايته.

يعتبر الغش التجاري الإلكتروني من أبرز الانتهاكات التي يتعرض لها المستهلك في المجتمع الإلكتروني ولنا أن نشير إلى أن المخاطر التي يتعرض لها المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية يكون مصدرها المورد الإلكتروني الذي يمثل الطرق الأخرى في العلاقة التعاقدية الذي كثيرا ما يتسم سلوكه بالغش والتحايل ضد المستهلك ومن هنا أضحت إيجاد آليات قانونية للتصدي للغش الإلكتروني من الأولويات المهمة في جميع التعاملات الإلكترونية.

وفي هذا السياق تتجه الأنظمة الحديثة إلى إنشاء سلسلة من الضمانات التي تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني من كافة التهديدات التي تحيط به، وهو ما سلكه المشرع الجزائري من خلال إصدار قانون 05/18 المؤرخ في 2018/05/10 المتعلق بالتجارة

الإلكترونية والذي ينظم الإلكترونية والمسائل المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني، كذلك قانون 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك قمع الغش الذي يتضمن أحكاما تهدف لحماية "المستهلك الإلكتروني.

الإشكالية:

على ضوء ما تقدم يمكن أن نطرح التساؤل الآتي:

هل وفق المشرع الجزائري في مكافحة الغش في التجارة الالكترونية ؟

أهمية الدراسة:

نظرا للتطور الحاصل في مجال التجارة الإلكترونية الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الرئيسية في الكثير من الحالات، بحيث أصبح المستهلك رهينة شروط المزود عند تعاقده إلكترونيا من أجل شراء سلعة أو خدمة معينة هو بحاجة ماسة إليها.

أهداف الدراسة:

- تحديد أنواع الغش في التجارة الإلكترونية وأساليبه الشائعة.
- تحليل تأثير الغش على المستهلكين والثقة في المعاملات الرقمية
- دراسة الأطر القانونية والتشريعية لمكافحة الغش الإلكتروني
- اقتراح حلول تقنية وقانونية للحد من هذه الظاهرة.
- تعزيز الوعي لدى الأفراد والشركات حول سبل الوقاية والحماية.

أسباب اختيار الموضوع

ما دفعنا إلى اختيار هذا الموضوع اهتمامنا الشخصي بمجال التعاقدات الإلكترونية، إضافة إلى سعينا لمواكبة التطور السريع الذي يشهده العالم في مجال المعاملات الإلكترونية.

أ-أسباب موضوعية:

من بين الأسباب الموضوعية نذكر:

- تزايد الجرائم الإلكترونية ارتفاع حالات الغش والنصب مع زيادة المعاملات عبر الأنترنت.
- قلة الوعي الأمني وجهل المستخدمين بأساليب الاحتيال.
- التعالم مع مواقع غير موثوقة والانجذاب نحو العروض المغرية دون تحقق.
- ضعف الرقابة الإلكترونية صعوبة تتبع المعاملات عبر الانترنت.

منهج الدراسة:

اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، لجمع وتحليل البيانات حول أساليب الغش في التجارة الإلكترونية، وتحليل القوانين والأنظمة المتعلقة به، لتحديد مختلف أشكال جريمة الغش وطرق الحماية الجزائية للمستهلك وكذا الجوانب العقابية والإجرائية.

هيكل الدراسة:

حتى نعطي الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل وتسليط الضوء على مكوناته ومختلف جوانبه،قمنا بتقسيم بحثنا إلى مقدمة وفصلين وخاتمة وذلك على النحو التالي:

تطرقنا في الفصل الأول في الإطار المفاهيمي للغش التجاري الإلكتروني،بعد أن قسمناه إلى مبحثين،درسنا في المبحث الأول مفهوم التجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فدرسنا فيه مفهوم جريمة الغش التجاري الإلكتروني.

أما بالنسبة للفصل الثاني،قد خصصنا إلى آليات حماية المستهلك من الغش التجاري الإلكتروني،وقد قسم كذلك لمبحثين، تطرقنا في المبحث الأول إلى الآليات القانونية لحماية المستهلك، أما المبحث الثاني فقد خصصناه لدراسة التدابير الحماية المدنية للمستهلك من الغش التجاري الإلكتروني

الفصل الأول:

الإطار النظري للغش في التجارة الإلكترونية

تمهيد:

قبل التعرض للقواعد القانونية لحماية المستهلك من الغش التجاري، التي تجد مصدرها في قانون العقوبات، يجب في مرحلة أولى توضيح المفاهيم المرتبطة بموضوع البحث.

فالغش التجاري يعتبر ممارسة غير مشروعة تؤثر بشكل سلبي على السوق، يستدعي تحديد ماهيته بدقة، سنحاول وضع تكيف قانوني صحيح لهذا الفعل، وإن كان الغش التجاري الإلكتروني يمكن أن يرتكبه أي فرد، فإن الخطر يتعاظم عندما يأتي من أشخاص طبيعيين أو معنويين محترفين في مجالاتهم ولذا، من الضروري تحديد الوضع القانوني للمستهلك باعتباره آخر حلقة في الدورة الاقتصادية، وهذا الأمر يشكل أساس بحثنا، حيث نهدف إلى تسليط الضوء على أهمية حمايته من الغش التجاري من خلال الكشف عن أضراره العامة وآثاره السلبية على المستهلك.

حيث سنتعرف في فصلنا هذا على الغش في التجارة الإلكترونية من خلال المباحث التالية وهي:

المبحث الأول: مفهوم التجارة الالكترونية

المبحث الثاني: مفهوم الغش التجاري الإلكتروني

المبحث الأول: مفهوم التجارة الالكترونية

تعد التجارة الالكترونية من أبرز الظواهر الحديثة التي استطاعت في تارة وجيزة، أن تفرض وجودها بقوة على الساحة الاقتصادية محققة انتشارا واسعا ونموا مذهلا، ولم تقف عند هذا الحد بل تحولت بسرعة إلى أحد أهم المحركات الحيوية للاقتصاد الجديد معيدة تشكيل مفاهيم السوق والمعاملات التجارية، التقليدية ومفتوحة آفاقا غير مسبوقة أمام الأفراد والشركات على حد سواء، لذلك سنخصص هدا المبحث لتناول مفهوم التجارة الالكترونية مع إبراز خصائصها ولمشاكلها المختلفة.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.

لم يتم الاتفاق حتى الآن على تعريفات موحدة وشاملة لمفهوم التجارة الإلكترونية، وذلك بسبب تنوع الجهات والمؤسسات التي تناوله،إلى جانب تطور المستمر في هذا المجال فتجارة الإلكترونية تشمل مجموعة واسعة من الأنشطة التي تعتمد على تقنيات الرقمية لإتمام المعاملات التجارية،سواء بين الأفراد أو الشركات، أو حق الجهات الحكومية.

حيث ركز البعض على الجانب التقني، بينما تناول آخرون البعد القانوني أو الاقتصادي وفيما يلي بعض التعريفات التي اعتمدتها بعض المؤسسات الدولية والمحلية لهذا المفهوم لذلك تدرج منها:

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية في المنظمات الدولية

1-منظمة التجارة العالمية WTO:

عرفت منظمة التجارة العالمية world rade organization[1] التجارة الإلكترونية بأنها "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية".

[1]- إبراهيم العيسوي، "التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، الأكاديمية، مصر، 2003، ص 11، ص 12.

2-منظمة الأمم المتحدة UN:

اهتمت منظمة الأمم المتحدة ممثله في لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الأونسترال (Uncitral)، بوضع مشروع قانون للتجارة الإلكترونية وقد تم ذلك في 16 ديسمبر 1996 حيث وافقت لجنة الأونسترال على إصدار القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية.[1]

لقد سمح هذا القانون بتعريف الوسائل المستخدمة في "العقود الإلكترونية" ففي الفقرة الأولى من المادة الثانية تنص على أن من وسائل الاتصال التي يتم عن طريقها التجارة الإلكترونية على سبيل المثال لا الحصر بخلاف تبادل البيانات إلكترونيا أيضا البريد الإلكتروني أو التلكس أو الفاكس، إذ من الممكن مثلا أن يتم الإيجاب عن طريق الإنترنت والقبول عن طريق الفاكس.

3-منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD):

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فقد عرفت التجارة الإلكترونية في تقرير نشرته بأنها: "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة"، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونيا ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية"[2]

4-حسب منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي (APEC):

عرف المنتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي التجارة الإلكترونية بأنها: "أي شكل من أشكال الصفقات التجارية والخدمات التي يتعامل فيها الأطراف بطريقة

---

[1]-مصطفى حجاج، مطبوعة البيدوغولوجية، "التجارة الإلكتورنية"، موجهة إلى طلبة السنة الأول، ماستر، تخصص، جامعة ابن خلدون، تيارت، سنة 2022-2023، ص18.

[2]-أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكتروني والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص 34.

الإلكترونية، سواء تمت بين شخص وشخص آخر، أو بين شخصين أو كمبيوتر وكمبيوتر".[1]

5-حسب الإتحاد الأوروبي:

عرف الإتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها: "كل الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أم بين كل منها على حده وبين الإدارات الحكومية.[2]

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بعدة من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية، حيث تعتمد بشكل أساسي على وسائل الاتصال الحديثة، مما يسهل عمليات التبادل التجاري ويجعلها أكثر سرعة ومرونة كما تتيح إمكانية إبرام الصفقات المالية بين الأطراف المختلفة، سواء في القطاع السلع والخدمات، حيث تعتمد بشكل رئيسي على شبكات الإتصالات والإنترنت مما يجعلها أكثر قدرة على تلبية احتياجات المستهلكين وشركات، يمكن أن نحدد أهم خصائص رئيسية مميزة لها وهي على النحو التالي:

1-إختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:

تتميز المعاملات التجارية الإلكترونية بعدم الحاجة إلى الوثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، حيث تجرى جميع الإجراءات إلكترونيا، مما يخلق مجتمعا يعتمد على المعاملات الرقمية، وبالتالي سوف تحل الدعائم الإلكترونية محل الدعائم الورقية وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي الدليل القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء

---

[1]-علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، "آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئة، ملتقى الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتمادها في الجزائر، مركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26، 27 أفريل، 2011، ص04.

[2]- علاوة محمد لحسن، المرجع نفسه ، ص 05.

أي نزاع بينهما، وهو ما يثير موضوع أدلة الإثبات الإلكترونية وأثرها كعائق أمام نمو التجارة الإلكترونية.[1]

2-عدم إ مكانية تحديد هوية المتعاقدين:

تتيح شبكة الإنترنت للمنشآت التجارية إدارة معاملاتها التجارية بكفاءة من أي مكان في العالم، حيث يمكن أن يكون مقر المعلومات في أي موقع دون التأثير على الأداء، لكن هذا الانفصال المكاني قد يؤدي إلى عدم معرفتهم بكافة المعلومات الأساسية عن بعضهم البعض كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية، حيث لا يعرف أي منهما درجة يسار الآخر ومما إذا كان ميسر أو معسر وعما إذا بلغ سن الرشد أو ناقص الأهلية.[2]

3-السرعة في إنجاز الصفقات التجارية:

تساهم التجارة الإلكترونية بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين الطرفين على وجه السرعة إذ تتم الصفقات التجارية دون الحاجة لانتقال الطرفين والتقائهما في مكان معين وفي ذلك توفير للوقت والجهد والمال.

4-تسليم المنتجات إلكترونيا:

أتاحت شبكة الإنترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونيا أي للتسليم المعنوي للمنتجات، مثل برامج الحاسوب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو ...إلخ، إلى جانب بعض الخدمات مثل الإستشارات الطبية أو الهندسية وهو ما يخلق تحديا أمام السلطات المختصة حيث لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للجمارك

[1]-ابراهيم العيساوي، مرجع سابق، ص31-32.

[2]-خالد ممدوح إبراهيم/ "الإدارة الإلكترونية"، الدار الجامعية، 84 شارع زكريا، عتيم، الإسكندرية، 2023، ص359-361.

أو الضرائب إذ قد يستغل البائعون ذلك التهريب من سداد الجمارك والضرائب بعدم تسجيل هذه المتعاملات في الدفاتر المحاسبية الرسمية.[1]

5-غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:

في العقود التقليدية، تجري المفاوضات بين الأطراف في مجلس العقد للإتفاق على الشروط والتفاصيل، وقد يتطلب الأمر عدة جلسات قبل إبرام الإتفاق النهائي، أما في التجارة الإلكترونية، فلا يوجد مجلس عقد بالمعنى التقليدي، حيث يمكن أن يكون البائع والمشتري في أماكن متباعدة جغرافيا وزمنيا، بل قد يتم التعاقد تلقائيا عبر الأنظمة الإلكترونية دون تدخل بشري مباشر، هذا التطور دفع البعض إلى الإعتقاد بأن التجارة الإلكترونية قد تؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية، نظرًا لغياب التفاعل المباشر بين المتعاقدين.

6-الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:

إن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالي فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأي نشاط تجاري يقدم سلعًا أو خدمات على الأنترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى المنطقة الجغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الأنترنت عبر العالم كله.[2]

7-وجود الوسيط الإلكتروني:

[1]- رأفت رضوان، رشا مصطفى، "الضرائب في الأعمال الالكترونية"، ورشة عمل حول تقييم سياسيات الضرائب في الأقطار العربية، المقام بالكويت، 11-12 أفريل 2000، ص7.

[2]-ابراهيم العيساوي، المرجع السابق، ص32.

يعد الوسيط الإلكتروني جهاز الكمبيوتر المتصل بشبكة الإتصالات الدولية، والذي يتيح نقل التعبير عن الإرادة إلكترونيا بين طرفي التعاقد في ذات اللحظة رغم الانفصال المكاني بينهما، وتصل الرسالة الإلكترونية عادة فور إرسالها، إلا في حالة حدوث عطل في الشبكة أو إنهيارها، مما قد يؤدي إلى عدم وصالها، أو تأخرها، أو وصولها مشوهة أو غير مقروءة، وفي هذه الحالات قد تثور مسؤولية مقدم خدمة الإنترنت بشأن هذه الأعطال وتأثيرها على صحة وصول الرسائل الإلكترونية.

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية ومزاياها وعيوبها

الفرع الأول: أشكال التجارة الإلكترونية

تختلف التجارة الإلكترونية حسب طبيعة الأطراف المتعاملة فيها، حيث تشمل عمليات البيع والشراء عبر الأنترنت العديد من الفئات، مثل الأفراد، والشركات، والمؤسسات الحكومية وبناء على ذلك، يمكن تصنيف التجارة إلكترونية إلى عدة أصناف وفقا للعلاقة بين هذه الأطراف ومن أبرز هذه التصنيفات:

أولا: التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية:

Business to business: ويرمز لها بالرمز (B2B) ويقصد بهذا النوع أن تتم المعاملات التجارية بين المنشآت التجارية بعضها وبعض، باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وهذا الشكل هو أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعا في الوقت الحالي سواء داخل الدولة أم بين الدول وبعضها ويستخدم بهدف خفض التكاليف وزيادة الكفاءة للعملية التجارية وتحقيق معدل أعلى من الأرباح.[1]

ثانيا: التجارة الإلكترونية بين المنشأة التجارية والمستهلك: (B2C)

[1] – En Toh seekait, paperless intenational Trade, lawof of Telematic Data international, Butter woths, singapore. 1992, P3.

تمثل التجارة الإلكترونية" بالتجزئة، وهي تشبه البيع بالتجزئة في التبادل التجاري التقليدي، لكنها تتم عبر الإنترنت، وقد شهد هذا النوع من التجارة نموا وأتساعا كبيرا ظهور شبكة الويب، حيث انتشرت العديد من مراكز التسوق للإلكترونية التي تعرض مختلف السلع والخدمات لصالح المؤسسات، وتنفذ الصفقات التجارية من خلال الانترنت، يتم الدفع بوسائل متعددة وأكثرها شيوعا بطاقات الائتمان، الشيكات الإلكترونية، أو الدفع نقداً عند التسليم .[1]

ثالثا: التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية والإدارة المحلية (الحكومية) B2G:

وهي تغطي جميع التعاملات التي تتم بين واحدات الأعمال والإدارات الحكومية مثال ذلك: ما تقوم به الولايات المتحدة الأمريكية وكندا من عرض الإجراءات واللوائح ونماذج المعاملات على الإنترنت بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليها بطريقة إلكترونية" وأن تقوم إجراء المعاملة إلكترونيا دون حاجة للتعامل مع مكتب حكومي.[2]

رابعا: التجارة الإلكترونية بين المستهلك والإدارة المحلية (الحكومة) C2G :

بدأ هذا الشكل في الانتشار في الآونة الأخيرة في كثير من الدول، ومثال ذلك دفع الضرائب إلكترونيا كما في ماليزيا، وأصبح الآن يتم في مصر فيما يسمى بالحكومة الالكترونية.[3]

الفرع الأول: مزايا التجارة الالكترونية:

---

[1]– تباني أمال، مريمي سعادة، "واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالمة ، 2020/2019 ، ص9.

[2]– تباني أمال ،المرجع نفسه، ص10.

[3]– خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 369 –370 .

هناك عدة أسباب لزيادة الاهتمام بالشراء غير الإنترنت وأكثر شيوعا هو أن المستهلكين وتجار التجزئة يستمتعون بوقتهم أثناء التسوق والسيناريو المريح للجانبين هو الذي يربح فيه كلا الجانبين شيئا ما إضافة إلى ربح الوقت والجهد والتكلفة .

أولا : مزايا التي يتحصل عليها المستهلكون أو العميل .[1]

أ- **التوفر الدائم (24/7):** على عكس الأعمال التجارية التقليدية، التي حددت ساعات العمل، فإن مواقع التجارة الإلكترونية مفتوحة طوال السنة وفي كل الايام والأوقات 24/7 ؛ حيث للعملاء التسوق في أي ساعة من أي يوم من أيام السنة من خلال زيارة موقع الويب، وهو أمر مريح لتقدير العميل لهذه الميزة ويعزز ولائه .

ب- الراحة: برزت التجارة الإلكترونية كأبسط طريقة للتسوق وأكثرها شهرة لانها عملية سهلة الغاية، مع نقرة واحدة فقط على جهاز محمول مرتبط بالانترنت يمكن للمستهلكين بسهولة إختيار المنتجات من مجموعة منوعة من المصادر دون أن يقيدهم موقعهم الفعلي .

ج- حرية الاختيار: توفر التجارة الإلكترونية للزبون إمكانية مقارنة الأسعار والأشكال، السلع والخدمات عبر الانترنت، وزيارة عدة مواقع للاختيار الأنسب، كما تسمح بعض المواقع بتجربة المنتجات مثل: البرامج، والألعاب، والتواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي .[2]

د-خفض الأسعار: يمكن للتسوق عبر الإنترنت أن يقلل من نفقات المستهلك مقارنة بالتسوق التقليدي، ويتيح له الإستفادة من التخفيضات والعروض التي تقدمها العديد من الشركات .

---

[1]- هارون بوالقول، " التجارة الإلكترونية وضرورة إعتمادها في الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008- 2009، ص 77-78 .

[2]- تباني أمال، مرجع سابق، ص 11 - 12.

ثانيا: مزايا بالنسبة للمؤسسات:[1]

أ- **تسويق أكثر فعاليه وأرباح أكثر:** التجارة الالكترونية تتيح للمؤسسات الوصول إلى أسواق عالمية وتوسيع قاعدة زبائنها عير الإنترنت، مما يعزز أرباحها طيلة أيام السنة ودون إنقطاع .

ب - تخفيض مصاريف المؤسسة: مقارنة بالتجارة التقليدية التي تتطلب ميزانية كبيرة للترويج، وكذا الصيانة، وتأسيس المكاتب، التجارة الإلكترونية أكثر اقتصادية، توفر قاعدة البيانات على الانترنت معلومات تاريخية من عمليات البيع، مما يسهل إسترجاعها وتحليلها لتقديم خدمات أفضل.

ج- تواصل فعال مع الشركاء والعملاء: توفر التجارة الإلكترونية فرصا للمؤسسات للإستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من طرف الموردين، حيث أنها تقلص المسافات وتكسر الحدود، مما يوفر وسيلة فعالة لتبادل المعلومك مع الشركاء والعملاء.[2]

الفرع الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية:

بينما هناك مزايا للتجارة الإلكترونية، فإن هناك عيوب لها يمكن عرضها فيما يلي:

*سرقة أو تزييف البطاقات الإئتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يتم شرائها.

*صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء فقد يتم إبرام عقد بيع البائع والمشتري يبعد عنه آلاف الأميال.[3]

---

[1]- أمل تباني، المرجع السابق، ص 12.

[2]- محمد مداحي، "التجارة الالكترونية منافعها ومعوقاتها، متطلبات نجاحها"، الملتقى العلمي الدولي حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 26 و27 أفريل 2014 ، ص 5 .

[3]- محمد صالح الحناوي وآخرون، "مقدمة الأعمال في عصر التكنولوجيا"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص169.

*إستيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية.

*حدوث إختراقات في شبكة الانترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات.

المبحث الثاني: مفهوم الغش التجاري الإلكتروني:

يعد الغش التجاري الإلكتروني من أخطر التحديات التي تواجه التجارة الحديثة، خاصة مع التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، فقد ساهم الإنتشار الواسع للإنترنت في تسهيل العمليات التجارية، لكنه في المقابل فتح المجال أمام ممارسات غير مشروعة تستهدف المستهلكين والشركات على حد سواء، ولهذا سنتطرق في هذا المبحث إلى تعريف الغش التجاري الإلكتروني وما يميزه من المفاهيم المشابهة له.

المطلب الأول: تعريف الغش التجاري الإلكتروني

يعتبر موضوع الغش التجاري الإلكتروني من الظواهر الحديثة التي رافقت التطور التكنولوجي وإنتشار التجارة الإلكترونية، مما جعله محل اهتمام واسع من قبل المتخصصين في القانون، نظرا لخطورة آثاره على المعاملات التجارية وثقة المستهلكين، وقد أدرج هذا السلوك ضمن الجرائم الاقتصادية نظرا لما ينطوي عليه من خداع وتضليل عبر الوسائل الرقمية، وهو ما يدفعنا لتوضيح معنى هذه الجريمة واستعراض مجموعة من التعاريف القانونية والفقهية المتعلقة بها، مع إبراز أوجه التمايز بينها وبين بعض الجرائم ذات الطبيعة المشابهة.

الفرع الأول: التعريف التشريعي

رغم أن معظم التشريعات تجرّم الغش بجميع أشكاله وتفرض عقوبات صارمة على مرتكبيه، إلا أن بعضها لم يضع تعريفا دقيقاً له، بل اكتفى بسرد أمثلة توضح ماهيته

وتحدد عناصره، تاركا للفقه والفقهاء مهمة تفسيره واستنباط مفهومه وفقا للوقائع المعروضة أمامهم، باعتبار أن وضع التعاريف الدقيقة هو من اختصاص الفقهاء، و يقصد بالغش التجاري «كل تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على جوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع، ويكون من شأن ذلك نيل خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطاء شكل أو مظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة، وذلك بقصد الاستفادة من الخواص المسلوبة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن».[1]

يعرف أيضا الغش التجاري الإلكتروني بأنه: «كل فعل أو ممارسة غير أخلاقية تستخدم فيها تقنيات المجتمع الإلكتروني والعالم الرقمي وتهدف إلى تحقيق مكسب مادي غير مشروع».[2]

❖ تعريف الغش في التشريع الفرنسي:

أخذ المشرع الفرنسي لفظ Tramper للخداع ولفظ falsifier للغش ولم تورد النصوص القانونية تعريفا شاملا للغش، إلا أن الفقه الفرنسي أعطى للغش عدة تعريفات منها: الغش هو «عمل يتم بواسطة العميل يريد أن يأخذ أكثر مما كان هو متوقعا إما عن طريق الخطأ، أو بتغيير ملامح الإنتاج، أو الخداع أو بتصنيع منتج مغشوش أو التعديل من تكوينه العام».

أيضا يعرف الغش بأنه: «فن الخداع أو تزييف الحقيقة تحت رداء الخضوع بواسطة مظاهر ومشاهد ومواقف وأشياء غير واضحة».[3]

---

[1]– زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09– 03، رسالة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015 ، ص 106 .

[2]– روسم عطية موسى نو، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية،ص 51.

[3]– روسم عطية موسى نو ،المرجع نفسه ، ص 55.

بالإضافة إلى تعريفه من قبل محكمة النقض الفرنسية بأنه: « يعني كل لجوء إلى تلاعب أو معالجة غير مشروعة التي تتفق مع تنظيم وتؤدي بطبيعتها إلى التحريف في التركيب المادي للمنتج».

❖ **التشريع المصري:**

لم يضع المشرع الفرنسي تعريفا للغش واكتفى بالنص الذي حرم الفعل وبين العقوبة المقررة له، في قانون الغش والتدليس رقم 48 لسنة 1941 والمعدل بالقانون رقم 281 لسنة 1994 للقواعد الخاصة بجريمة الغش التجاري والعقوبات المترتبة على ذلك بالقانون وحدد الغش بعدة حالات وهي:

- ذا نية البضاعة إذا كان ما سلم منها غير ما تم التعاقد عليه.
- حقيقة البضاعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو ما تحتويه من عناصر نافعة وبوجه عام العناصر الداخلة في تركيبها.
- عدد البضاعة أو مقدارها أو مقاسها أوكيلها أو وزنها أو طاقتها أو عيارها.
- نوع البضاعة أو منشؤها أو أصلها أو مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها بموجب الاتفاق أو العرف أو المنشأ أو الأصل أو المصدر المسند غشًا إلى البضاعة سببا أساسيا في التعاقد.

مع ذلك فإن الفقه لم يجد صعوبة في تحديد معناه ومن هؤلاء الفقهاء من عرفه بأنه «التغيير في تركيب الصنف وقد يكون تغيير في طبيعة الصنف أو صفاته على أن كل تغيير مادي يقع على محل الشيء فيفقد طبيعته أو يضعف صفاته يكون غش».[1]

❖ **تعريف الغش التجاري الإلكتروني من التشريع الجزائري:**

[1]– عبد الله بن أحمد المالك بن علي، الغش التجاري الالكتروني، أطروحة دكتواره، تخصص قانون جنائي، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2014، ص14.

عرّف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية في القانون رقم 05/ 18 في نص المادة 06 منه أن: «هو النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني في عن طريق الاتصالات الإلكترونية»[1]. حيث قام المشرع الجزائري في هذا القانون بتنظيم مواضيع مختلفة في بابين مهمين هما الباب الثاني والثالث المتعلقان بـ:

- "الممارسات الالكترونية".
- "الجرائم الإلكترونية والعقوبات".

أما بالنسبة للغش التجاري الإلكتروني فلم تشمل المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09/03 المعدل والمتمم على تعريف الغش التجاري بل استبدل المشرع لفظ "الغش" بلفظ "التزوير"[2]، ويستدل على ذلك من الإحالة إلي نص المادة 431 من قانون العقوبات الخاص بالغش[3]، كما أن المادة: 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش استعملت لفظ الغش الذي يفضي إلى المرض أو العجز عن العمل وأحالت إلي العقوبة المنصوص عليها في المادة 432 من قانون العقوبات المتعلقة كذلك.

فالأولى بالمشرع الجزائري استعمال لفظ الغش صراحة لأنه الأنسب في مجال المنتوجات بما فيها المواد الغذائية حيث أن مصطلح "التزوير" ينصب على الأوراق والوثائق.[4]

الفرع الثاني: التعريف الفقهي:

---

[1]– القانون رقم 18–05 المؤرخ في2018/05/10، المتعلق بالتجارة الإلكترونية" ، ج–ر، ج–ج ، د.ش، العدد 28 ، الصادر في 2018/05/16 .

[2]– المادة 70، القانون رقم 09–03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج–ر، ج–ج ، د.ش، العدد 15، الصادرة في 8 مارس 2009 المعدل والمتمم.

[3]– المادة 83 من قانون رقم 09 – 03، المرجع نفسه 8 .

[4]– المادة 432 من قانون رقم 09 – 03، المرجع نفسه.

عرّف معظم الفقهاء الغش بأنه: « كل فعل عمدي إيجابي ينصب على منتوج فيكون هذا مخالفا لها هو وارد في النصوص القانونية والتنظيمية التي تحدد معاير المنتوجات لكي تعدّ صالحة للاستهلاك، فهو يتحقق بإضافة مادة غريبة عن المنتوج مما يؤدي إلى تغيير وظفيته أو بانتزاع عنصر من عناصر المنتوج أو بإخفاء رداءته وإظهاره في صورة حسنة».[1]

– كما يعرف أيضا على أنه «كل فعل عمدي ينصب على سلعة معينة بشكل يخالف القواعد المقررة في أصول البضاعة، من شأن هذه المخالفة انتقاصه من خواص البضاعة أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكل ومظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة».[2]

- عرف أيضا الغش بأنه « كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة ويكون ذلك مخالف للقواعد المقررة في تشريع أو في أصول الصناعة متى كان شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها».[3]

يتضح لنا من خلال التعاريف السابقة أن الغش التجاري هو سلوك عمدي يتجسد في فعل إيجابي يستهدف سلعة أو خدمة أو حتى أصول الصناعة، بحيث يؤدي إلي تغيير طبيعة المنتج أو خواصه أو فائدته، بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة لتحقيق ذلك، فسواء كان الغش عن طريق الخداع بوسائل إحتيالية تهدف إلى تضليل المستهلك، أو عبر التزوير بتحريف الحقيقة، فإن جوهر الفعل يبقى واحدًا: مخالفة القانون والمس بالنزاهة التجارية.

---

[1]– منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك من ظل القانون 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، رسالة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2015، ص 185 .

[2]– حورية زاهية سي يوسف، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، 2009، ص 20.

[3]– روسم عطية موسى نو، المرجع السابق، ص 55.

ورغم أن غالبية التشريعات جرمت الغش بكافة صوره وأنواعه، ووضعت عقوبات صارمة لردع المخالفين، إلا أن بعض منها لم يعرف الغش وإنما أورد تطبيقات عربية تبين مضمون الغش وتحدد مناصره، وترك للفقه والقضاء الاجتهاد في استظهار معنى الغش باعتبار التعاريف من عمل الفقهاء.

الفرع الثالث: الفرق بين الغش التجاري التقليدي والغش الإلكتروني:

يعتبر الغش المرتبط بالتجارة الإلكترونية أحد أشكالها وفي نفس الوقت يعتبر من أحد أشكال الجرائم الاقتصادية المرتبطة بالكمبيوتر، ويتم تمييز الغش التجاري الإلكتروني عن الغش التجاري التقليدي بالتركيز على الدوافع وبشكل يتسق مع التطورات المعاصرة ويتكيف مع مدى السرعة الكبيرة في تطور حالات الغش في بيئة المجتمع الإلكتروني، فيعرف الغش التجاري الإلكتروني بأنه « كل فعل أو ممارسة غير أخلاقية تستخدم تقنيات المجتمع الالكتروني وتهدف إلي تحقيق كسب مادي غير مشروع».

بناءاً على هذه التعاريف يمكن تقرير ما يلي: [1]

- أنه لا فرق بين المستهلك الفردي أو المؤسسة أو الحكومة في تصنيف حالة الغش أو الإحتيال التجاري. ومن ثم فإن كافة الأشكال المرصودة للغش التي ترتكب في حق الحكومات أو المؤسسات تعتبر غشًّا تجاريا.
- أن تقرير إذا ما كان أحد أشكال الجريمة أو الاحتيال غشا تجاريا، يرتبط بشكل الجهة المتضررة بقدر ما يرتبط بأنه نجم عن نشاط مرتبط بالتجارة وألحق خسارة بهذه الجهة للمتضررة .

[1]– فاطمة ضيف الله، محمد علياتي، "الآليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري في التشريع الجزائري، مجلة آفاق للعلوم، جامعة يحي فارس بالمدية، الجزائر، العدد 04، 2021 ، ص 440.

- أنّ الغش التجاري الإلكتروني يشكل نوعا خاصًا من الغش التجاري الذي يرتبط بالمجتمع الالكتروني إلا أنه يتميز من الغش التجاري التقليدي في أنه قد يرتكب بحق مؤسسات الأعمال والحكومات.[1]
- إنّ البيئة العالمية تعجّ حاليا بالعديد من أشكال الجرائم الإلكترونية وقد اتضح من تحليل أشكال الخدمات والمنافع الإلكترونية وأيضا تحليل أشكال الغش في المجتمع الإلكتروني أن هنالك ارتباطا كبيراً وبارزا بين شكل الخدمة أو المنفعة الإلكترونية الجديدة وبين الغش الإلكتروني، أو لما كانت هذه الخدمات والمنافع متجددة ومتطورة بشكل متسارع، فإن تحديد أشكال الغش التجاري المحتملة في المجتمع يعد مهمة من غاية الصعوبة وبالتالي فإن عملية مكافحته قد تكون بمثابة المستحيل على الأقل في المراحل الأول لحدوثه

إن هناك فجوة بين حالات الغش الحادثة وبين جهود المكافحة ويمكن تفسير هذه الفجوة بنوعين من الصعوبات، هما صعوبة رصد حالاته وإثباته وصعوبة اكتشاف وسد الثغرة التي نجم عنها.[2]

الفرع الرابع: أسباب تفشي الغش في التجارة الإلكترونية

غش التجارة الإلكترونية يمكن أن ينجم عن عدة عوامل تؤثر على البيئة الرقمية، من أبرز أسباب الغش ما يلي:

* ضعف الرقابة: تعاني التجارة الإلكترونية في البلدان العربية من ضعف في الرقابة من الجهات المعنية، مما يعرض المستهلكين للغش الالكتروني ويتيح للأفراد والشركات تنفيذ عمليات احتيال بسهولة.[3]

---

[1]– روسم عطية موسى نو، المرجع السابق ، ص 60.

[2]– فاطمة ضيف الله ، محمد علياني، المرجع السابق ، ص 441 .

[3]– عبد القادر جعيد، "الغش في البيوع الإلكترونية أسبابها وأحكامها"، مجلة النوازل الفقهية والقانونية، مركز البحث العلوم الإسلامية والحضارة (الجزائر)، المجلد 08، عدد 02، 2004 ، ص 41.

*جهل المستهلك: يمكن ملاحظة أن المستهلك في التجارة الإلكترونية يواجه تحديات كبيرة بسبب جهله بتقنيات هذا المجال وسرعة تطوره، فبينما توفر التجارة الإلكترونية سهولة في الشراء والاستفادة ، فإن ذلك يجعل المستهلك عرضة للغش.

مثال: مستهلك يشتري منتجا عبر الانترنت جاعلا ثقته في العمليات التسويقية والإشهارية للمنتج دون مراجعة التعليقات والتقييمات، مما يعرضه للغش بطرقه ذكية يصعب إثباتها.[1]

* **التنافس الشديد:** تزايد المنافسة في السوق الإلكترونية وكثرة العروض والبدائل، إلى جانب غياب الإحتكار وفتح السوق العالمي سواء عبر قوانين التجارة الدولية أو التهريب، يدفع بعض التجار إلى استخدام أساليب غير مشروعة لجذب العملاء وتعويض خسائرهم.[2]

مثال: ذلك هو بائع يعرض سعراً منخفظا للغاية مقارنة بالمنافسين، لأنه يبيع منتجات مهربة أو ذات جودة رديئة.

***السرية وصعوبة التحقق من الهوية:** صعوبة التحقق من هويات البائعين والمشترين في التجارة الإلكترونية تجعل من السهل على المحتالين تنفيذ الغش .

***سهولة الوصول إلى الإنترنت:** إمتلاك مهارات الوصول إلى الإنترنت واكتساب المهارات التقنية جعلت إنشاء الحسابات الإلكترونية أمرًا ميسرًا، مما ساعد الأفراد على الاحتيال بسهولة، خصوصاً في غياب برامج تكشف بين التجار المزيفين والحقيقيين .

مثال: شخص يفتح موقعا تجاريا إلكترونيا باسم وهمي، ويجمع أموال العملاء دون تسليم المنتجات ثم يختفي دون أن تجد له أثر يثبت جرمه.

---

[1]– أحمد السيد طه كردي، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الالكترونية، جامعة بنها، الزقازيق، مصر، 2011 ، ص17.

[2]–عبد القادر جعيد، المرجع السابق، ص42–43.

المطلب الثاني: تميز جريمة الغش عن ما يشابها من المفاهيم

اختلط مفهوم الغش بعدة مصطلحات أخرى تتضمن سلوكيات إحتيالية تهدف إلى تحقيق غايات مشروعة، مما يؤدي أحيانا إلى استخدام مصطلح الغش لوصفها جميعا، لذا من الضروري التميز بين الغش، باعتباره موضوع دراستنا، و بين المفاهيم الأخرى المتشابهة معه.

1- تميز الغش عن الخداع:

يعرفها بعض الفقهاء، بأنها الأكاذيب أو بعض الحيل البسيطة إلى من شأنها إظهار الشيء موضوع التعاقد على نحو مخالف للحقيقة.

ويعرف أيضا، بأنه إلباس الشيء مظهراً مخالفا لما هو عليه للحقيقة والواقع.[1] ويتضح أن الغش يقع على المنتوج ذاته بتزييفه، أما الخداع فيستهدف من وراءه تضليل المستهلك فقط دون المساس بجوهر المنتوج، في حين يقتصر الخدام على تقديم صورة مضلله" للمستهلك دون المساس بالتركيبة الأساسية للمنتج. وعليه فإن الغش يرتبط بمنتجك موجهة خصيصا للاستهلاك أو الاستعمال البشري أو الحيواني، بينما يمتد نطاق الخداع ليشمل كافة المنتجات دون تقيد بنوع معين.

ويترتب على ذلك أن فعل الغش يتحقق بمجرد وقوعه ولو لم يكن هناك متعاقد، أما الخداع فيجب لقيامه وجود المتعاقد الآخر طبقا للمادة 429 من قانون العقوبات.[2]

لذلك قيل أن جريمة الغش هي نوع من الخداع، أنه عندما تقوم إمكانية إطلاق التكييفي معا على واقعة واحدة، فإنه يتم الأخذ بتكييف الخداع.[1]

---

[1]- حورية زاهية سي يوسف، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، 2009، ص29.

[2]- وبالرجوع إلى المادة 68 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجدها تستوجب وجود عقد أو المتعاقد للقيام بجريمة الخداع.

2-تميز الغش عن التدليس:

يعرف التدليس بأنه استعمال طرق إحتيالية بهدف خداع أحد المتعاقدين خداع دافع إلى التعاقد.[2] ويعتبر التدليس أسلوب احتيالي يرتبط بعملية إبرام العقد؛ إذ يتم الإيقاع بالمتعاقد الآخر ودفعه للموافقة على شروط العقد وبذلك تعيب إرادة الأخيرة.[3]

ويفهم من ذلك أن التدليس يقوم على عنصرين أساسيين، أحدهما معنوي يتمثل في قصد تضليل والخداع، والآخر مادي يتعلق بالقيام بتصرف من شأنه إيقاع الطرف الآخر في الغلط .

رغم هذا التداخل القائم بين الغش والتدليس إلا أنهما يختلفان في مجموعة من النقاط، حيث أن التدليس يكون أثناء إبرام العقد، أما الغش فهو عمل يعمد إليه الشخص بقصد الإضرار بحقوق شخص آخر بعد تكوين العقد.[4]

يمكن كذلك تعريف التدليس بالرجوع إلى المادة 86/2 من القانون المدني الجزائري والتي تنص على أنه: " .... ويعتبر تدليسا السكوت عمدًا على واقعة أو ملابسة".[5]

ونستنتج من هذا التعريف أن هناك اختلاف جوهري بين الغش والتدليس المدني فيما يلي:

---

[1]– محمد بودالى، حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، دارسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، ط1، 2006، ص 318 .

[2]– محمد حسام محمود لطفي، النظرية العامة للالتزام، مصادر الإلتزام، الطبعة الثانية، النسر الذهبي للطباعة، القاهرة، 2002، ص93.

[3]–سرايش زكريا، الوجيز في مصادر الالتزام، العقد والإرادة المتفردة، الطبعة الثانية، دار هومة، الجزائر، 2014، ص77.

[4]– أحمد السعيد الزقرد، "الحماية والمظلة المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة"، دط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 156.

[5]– المادة 2/86 من الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 1975/09/26، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج ر، ج.ح. د.ش، العدد78، الصادرة في: 1975/09/30.

– فى تدليس المدني: يكفي أن يسكت البائع أولا يظهر عيوب الشيء المعروض للبيع حتى يتم خداع المشتري وإيقاعه في غلط يؤدي إلى التعاقد بينما في الغش ، يتم استخدام حيل متعمدة لتضليل المستهلك بشأن جودة المنتج أو خصائصه .

- التدليس المدني يجب على المدلس عليه (المشتري) أن يثبت أنه لو كان على علم بالحقيقة، لما أبرم العقد أي أن التدليس كان الدافع الرئيسي للتعاقد، أما في الغش فإن وجود الغلط أو التضليل يكفي لإثبات الغش ، دون الحاجة بالضرورة إلى إثبات أن الغلط كان الدافع الوحيد للتعاقد.

- الذي جعل المستهلك يقتني ذلك المنتوج الذي يتعلق بالمنتوج في حد ذاته أو في صفته الجوهرية أو مواد داخله في تركيبه.[1]

الفرع الأول: أشكال الغش التجاري الإلكتروني:

لقد أثبتت الدراسات والأبحاث أن الغش التجاري الإلكتروني يحدث بأشكال متعددة ومتنوعة، مما يستدعي الوقوف على أبرز هذه الممارسات غير المشروعة والأنماط الشائعة المرتبطة بقطاع التجارة الإلكترونية وفي هذا الصدد، سنتناول بالتفصيل الأصناف والأشكال الأكثر إنتشارا في النقاط التالية.

– الغش في نقل الأموال إلكترونياً:

تستخدم عبر الانترنت وهي تشمل العديد من أشكال السرقة للأموال المنقولة إلكترونيا، فأحيانا يتم الحصول على بعض الوسائل المرتبطة بحماية المعلومات ككلمة المرور والتي يتمكن المحتالون من الوصول إليها وأحيانا ينقل المحتالون الأموال إلكترونيا من خلال إرسال أوامر بالبريد الإلكتروني.[2]

---

[1]– بلعقون أسامة، "حماية المستهلك من الغش، التجاري الإلكتروني في التشريع الجزائري"، شهادة لنيل الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2023، ص15–16.

[2]– بلعقون أسامة،المرجع نفسه ، ص15–16.

- **بيع العلامات المقلدة والمنتجات المستوردة بطرق غير شرعية :**

الواقع أن المشرع الجزائري قد منع منعا تاما تقليد العلامات والماركات المسجلة، وكذا المنتجات المستوردة بطرق غير شرعية، وذلك من خلال الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات وفرض عقوبات على ذلك، وأكد على ذلك في القانون رقم 04- 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 10- 06 إلا أننا نجد العديد من الصفحات الإلكترونية تلجأ لبيع العديد من العلامات العالمية والمنتجات المقلدة، على أنها أصلية أو حتى تقليد منتجات محلية ذات جودة عالية بأخرى منخفضة الجودة .

-الغش في المزادات الإلكترونية:

أصبحت من أكثر الأنشطة التجارية إنتشاراً عبر الإنترنت، حيث توفر فرصة للبائعين لعرض منتجاتهم وللمشترين للحصول على سلع بأسعار تنافسية، لكن في ظل هذه البيئة الافتراضية تزداد حالات الغش والخداع بسبب صعوبة فحص المنتجات عن قرب قبل شرائها، يجد بعض المشترين أنفسهم ضحايا للاحتيال، سواء بعدم استلام السلع التي دفعوا ثمنها، أو بشراء بعدم استلام السلع التي دفعوا ثمنها، أو بشراء منتجات بأسعار مضللة تختلف عن قيمتها الحقيقية، هذه الممارسات تجعل من الضروري توخي الحذر من التعامل في المزادات الإلكترونية، والتحقق جيدًا من مصداقية البائعين قبل إتمام أي عملية شراء.[1]

-الاحتيال الهرمي:

يعتبر الاحتيال الهرمي من أبرز أشكال الإحتيال التي برزت في البيئة العربية خلال السنوات القليلة الأخيرة وهو عبارة عن برامج تسويقية واستثمارية إحتيالية يتم بموجبها مكافأة المشاركين عند إقناعهم الأشخاص الآخرين بالانضمام لهذه البرامج التسويقية

[1]- مسفر بن حسن القحطاني، مرجع سابق، ص91.

وبشكل أساسي فإن هذا الهرم يتشكل عند قيام شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص (شركة مثلا) بجمع الأموال من مجموعة الأشخاص على شكل (اشتراك لمرة واحدة مثلا) وطلب من هؤلاء الأشخاص جمع الأموال من أصدقائهم بإقناعهم بالمشاركة في مثل هذه البرامج وهكذا ابتداء الحلقة الأولى من الاحتيال ويتم منح الوعود للمشاركين بحصولهم على عوائد مالية مجزية والترقية في الهيكل التنظيمي يمثل هذا المشروع التسويقي مقابل إقناعهم الأشخاص آخرين بالاشتراك.[1]

- الغش في بطاقات الإئتمان:

إن بطاقة الائتمان هي بطاقات التي تتحصل دورها في كونها أداء للوفاء بثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها حاملها من بعض التجار المقبولين من الجهة التي أصدقت هذه البطاقة، وأيضا عقد يتعهد بموجبه مصدر البطاقة بفتح اعتماد بمبلغ معين لمصلحة شخص معين وهو حامل البطاقة، لكي يستطيع شراء ما يريد والوفاء بذلك، يسعى هذا الجزء للوقوف على أبرز الأشكال الشائعة للغش المرتبطة بالتجارة في المجتمع الإلكتروني، وذلك من خلال مسح بعض أهم الدراسات التي تعرضت لتصنيف هذه الأشكال.[2]

المطلب الثالث: أركان جريمة الغش التجاري الإلكتروني.

مع التطور الهائل للتجارة الإلكترونية، لم يعد الغش التجاري مجرد تحايل تقليدي، بل أصبح أكثر تعقيداً ودهاء، مستغلاً التكنولوجيا لخداع المستهلكين والإضرار بالمنافسة الشريفة، ولأن القانون يقف حارسا للنزاهة، كان لا بد من وضع معايير دقيقة تحدد أركانه الأساسية، وهو ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

الفرع الأول: الركن المادي

---

[1]- أمير يوسف فرج، مرجع سابق، ص90.

[2]- أمير يوسف فرج، مرجع سابق، ص93.

يقصد بالركن المادي بصفة عامة السلوك الصادر من الإنسان والذي يتعارض مع القانون؛ فالعقل هو جوهر الجريمة، لذا قيل: "جريمة بدون فعل"، والفعل يشمل الإيجاب كما يشمل السلب، وذلك حسب الأحوال .[1]

هو الركن الذي يتمثل بوجود السلوك الإجرامي والذي تم حصره في السلوك الإجرامية التي يمكن أن يقوم بها البائع بالتعمد وتوافر سوء النية في بيعها.

يقوم الركن المادي لجريمة الغش على الوجود الفعلي لها في الواقع، فهو الشكل الذي تتجسد به الجريمة وتصبح ملموسة، وفقا لما تحدده نصوص القانون، فلا يمكن الحديث من جريمة دون فعل مادي ظاهر سواء أكان ذلك من خلال سلوك ايجابي كالتضليل والتدليس، أم سلبي كالامتناع عن الوفاء بالتزام يقصد به الإضرار، فكلاهما يؤدي إلى ذات النتيجة؛ تحقيق الغش والمساس بالمصلحة المحمية قانونا .

حيث وردت المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري الأفعال المادية التي يتكون منها الركن المادي لجريمة الغش:

- إنشاء مواد أو بضائع مغشوشة.
- عرض أو صنع سلع مغشوشة للبيع.
- التعامل في مواد تستعمل في الغش والتحريض على استعمالها.
- الغش الصادر من المتصرف أو المحاسب.

نصت المادة 431 على حصر وسائل جريمة الغش في ثلاث صور وهي:

الغش بالإضافة أو الخلط؛ حيث يتم تغيير طبيعة المنتج، والغش بالإنقاص، الذي يتمثل في تقليل جودة أو كمية المادة دون علم المستهلك، وأخيرا، الغش بالصناعة حيث

[1]– حورية زاهية سي يوسف، مرجع سابق، ص29.

يتم تصنيع المنتج بطرق غير مطابقة للمواصفات المطلوبة، مما يجعله مخالفة لمعايير الجودة والسلامة .[1]

لذا يتحقق هذا الركن المادي في حالة البيع الإلكتروني، وذلك عن طريق العرض أو طرح للبيع من خلال شبكة الانترنت، بالنسبة للسلع الفاسدة أو المغشوشة التي تصل إلى المستهلك لاحقا.[2]وتحدد النتيجة الإجرامية في جرائم الإنترنت باللحظة الضرر على المستهلك الإلكتروني؛ إذ يعكس ذلك تحقيق الجريمة وآثارها عليه.

الفرع الثاني: الركن المعنوي

يتحقق الركن المعنوي في جريمة الغش التجاري الإلكتروني في إدراك الجاني لطبيعة الفعل غير المشروع وإرادته في ارتكابه، حتى لو لم يكن هو من قام بعملية الغش فعليا، فالمهم أن يكون البائع على علم بأن البضاعة التي يعرضها مغشوشة، أما إذا كان يجهل ذلك بحسن نية، فلا يتحقق الركن المعنوي للجريمة . وتجدر الإشارة أن المهني في عقد البيع الالكتروني من الصعب تصور جهله بحقيقة العيوب التي في بضاعته أو المنتج خاصة، ويلحق الغش كذلك حالات التقليد في مراحل بالإنتاج الصناعي وكذلك تقليد العلامات التجارية المضللة للمستهلك.[3]

في الأخير يمثل الجانب النفسي للجريمة، لكنه لا يقوم بمجرد تحقق الواقعة وحدها، بل يجب أن يكون هناك رابط بين السلوك الإجرامي ونية الفاعل.

---

[1]– رحمون شتوح، نور الدين بعجي، "حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية – الجوانب الوقائية للمتعاقدة الالكتروني"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة ، العدد 11، سبتمبر 2016، ص435–436.

[2]– عبد الله حسين محمود، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، دار النهضة العربية، 2002، القاهرة، ص 12.

[3]– دوار نسيمة، "المستهلك الرقمي وقصور القوانين الكلاسيكية الناظمة لحمايته"، مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر، كلية الحقوق، بسكرة، الجزائر، العدد 15، جوان 2017 ، ص 228 .

خلاصة الفصل الأول:

من خلال ما سبق نستخلص أن الغش في التجارة الإلكترونية ظاهرة متزايدة نتيجة التطور الرقمي وانتشار المعاملات عبر الإنترنت، يتمثل الغش الالكتروني في عدة صور، منها الاحتيال على المستهلكين عبر المنتجات الوهمية، استخدام وسائل دفع مزورة، والقرصنة على الحسابات التجارية وانتهاك البيانات الشخصية.

كما أن الحسن التجاري الإلكتروني يشكل ركيزة أساسية لنجاح الأنشطة التجارية عبر الإنترنت، إذ يعكس هوية العلامة التجارية ويساهم في بناء الثقة بين البائعين والمستهلكين، وبالتالي فإن تحقيق النجاح في هذا المجال يتطلب تكيفا مستمرا مع التطورات التكنولوجية، إضافة إلى التزام بالضوابط القانونية التي تحكم هذا النوع من التعاملات.

وفي ضوء ما سبق، سيكون من الضروري في الفصل الثاني التعمق في الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق بالحماية القانونية والمعاملات الالكترونية لضمان بيئة تجارية رقمية آمنة وموثوقة.

الفصل الثاني:

آليات حماية المستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية

تمهيد:

شهدت التجارة الإلكترونية تطورًا هائلًا في العقود الأخيرة، ما ساهم في تغيير نمط الاستهلاك والتعاملات التجارية على مستوى العالم. ومع تزايد الاعتماد على الوسائط الرقمية في شراء السلع والخدمات، برزت تحديات قانونية وتنظيمية جديدة، خاصةً فيما يتعلق بحماية المستهلك من الممارسات الاحتيالية والغش التجاري. ففي البيئة الرقمية، يتعرض المستهلك لمخاطر عديدة منها عدم وضوح هوية البائع، والتضليل في عرض المنتجات، وصعوبة التحقق من جودة السلع أو شروط التعاقد.

أمام هذه التحديات، أصبح من الضروري أن تتدخل التشريعات الوطنية والدولية لتوفير حماية قانونية فعالة للمستهلك، تضمن له حقوقه وتوفر له سبل الانتصاف المناسبة عند التعرض للغش. ويستعرض هذا الفصل الآليات القانونية المعتمدة لحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية، من خلال تحليل الإطار التشريعي والتنظيمي، واستعراض دور الأجهزة الرقابية، إلى جانب تناول النماذج المقارنة لبعض الأنظمة القانونية المتقدمة في هذا المجال. وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل

المبحث الأول: آليات قانونية لحماية المستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: تدابير الحماية المدنية للمستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: آليات قانونية لحماية المستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية

تمثل التجارة الإلكترونية أحد الأنماط الحديثة في الأسواق العالمية التي شهدت نموًا سريعًا في السنوات الأخيرة، مما أوجد تحديات جديدة في مجالات حماية حقوق المستهلك ومع هذا الانتشار الواسع، تزايدت حالات الغش والاحتيال التي قد يتعرض لها المستهلكون عند إجراء معاملات عبر الإنترنت، سواء كانت تتعلق بالمنتجات أو الخدمات لذلك، أصبحت الحاجة إلى آليات قانونية فعالة لحماية المستهلك في هذا المجال أمرًا بالغ الأهمية فقدتتعدد آليات الحماية القانونية التي يمكن أن تساهم في توفير بيئة آمنة للمستهلك في التجارة الإلكترونية، وتشمل تشريعات محلية ودولية تهدف إلى منع الغش، وضمان حقوق المستهلك في حال تعرضه للممارسات التجارية غير العادلة.

المطلب الأول: الهيئات المكلفة بحماية المستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية :تم تكريس العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته وتختلف مهام هذه الأجهزة وصلاحياتها حسب الغرض الذي تأسست لأجله فقد كلفت بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف أو المحترفين فيما بينهم، سواء على المستوى الوطني أو المحلي وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها وحسب النظام التابعة له فهناك هيئات إدارية، وأخرى قضائية وأخرى أمنية[1].

الفرع الأول : دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك :لكل هيئة دور تؤديه في مجال حماية المستهلك.

أولا : دور وزارة التجارة : إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء كانت مركزية أو خارجية أو جهوية أم فرعية أو عامة أم ولائية

[1] بلعقوم أسامة ،مرجع سابق ،ص.30.

أم محلية بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري المفعول.

❖لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 453- 02- والذي يحدد صلاحيات وزير التجارة والذييمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك[1].

❖بناء على المادة 05 منه والتي تنص على أنه يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك لما يأتي:

➢ يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعينة شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.

➢ تقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.

1.على المستوى المركزي :بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-206 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، فإنه خول لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين، وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة

➢ **المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنين** :تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية إلى حماية صحة وسلامة المستهلك، بحيث تشرف على خمس مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية، والسهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطويرقواعد المنافسة السليمة والنزيهة، وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

➢ **المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش** :تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة مما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع

[1]مرسوم تنفيذي رقم 453-02 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر عدد ،85 الصادرة في 22 ديسمبر .2002

العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق ،[1]وتعتمد على أربع (04) مديريات تابعة لها هي :

- **مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة .**
- **مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.**
- **مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة.**

2.على المستوى الخارجي :يتعلق الأمر في هذه الحالة بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المتضمن تنظيم ومهام المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحيتها وعملها.[2] بالرجوع الى نص المادة 02 من هذا المرسوم"**فإنه تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل**:

- **مديريات ولائية للتجارة.**
- **مديريات جهوية للتجارة.**

تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، أما المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عددها تسعة مديريات فإنها تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمية.[3]

3.الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة :سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة النزيهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني، وأهم هذه الهيئات تكمن في :

---

[1]مضمون المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 454-02 المعدل و المتمم.

[2]مرسوم تنفيذي رقم 409-03 مؤرخ في 10 رمضان عام 1427 الموافق 5 نوفمبر سنة ،2003 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحياتها و عملها، ج ر عدد ،68 الصادرة في 9 نوفمبر .2003

[3]قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 رجب عام 1427 الموافق 15 غشت سنة ،2006 يتضمن تحديد سير الأقسام الإقليمية للتجارة و مفتشيات مراقبة الجودة و قمع الغش عند الحدود، ج ر عدد ،07 الصادرة في 28 يناير .2007

➢ **المجلس الوطني لحماية المستهلكين:** يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 6 جويلية 1992،[1] وذلك تطبيقا لنص المادة 24 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامةلحماية المستهلك الملغى ،[2]فللمجلس الوطني لحماية المستهلكين دور استشاري فهو جهاز يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار فهو لا يجوز له أن يصدر قرارات بل يبدي رأيه يتعلق أساسا بحماية المستهلك.[3]

➢ **المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم :** لقد تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 الذي يبين تنظيمه وعمله ،[4]يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي، يخضع الوصاية الوزير المكلف بالتجارة الذي بدوره يعين مديرا لتمثيل المركز وكذا الإشراف على مصالح المركز الخارجية التابعة له من مخابر ومفتشيات جهوية.

➢ **شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية:**لقد أنشئت بموجب مرسوم تنفيذي رقم 355/96 مؤرخ في 1996/10/19 والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعيةوبصدور المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في 2002 أدخلت هذه الشبكة ضمن المديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش، فأصبح يطلق

---

[1]مرسوم تنفيذي رقم 272-92 مؤرخ في 5 محرم عام 1413 الموافق 6 يوليو سنة ،1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين وإختصاصاته، ج ر عدد ،52 الصادرة سنة 1992.

[2]بالرغم من إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلكين المنصوص عليه في المادة 24 من القانون 89- 02 و كذا صدور المرسوم التنفيذي رقم 272-92 المحدد لإختصاصاته إلاّ أنه يلاحظ تكرار نفس المادة في القانون رقم 09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فهل هذا يعتبر بمثابة سهو من المشرع وعدم علمه بوجود هذا المجلس أم أنّه أراد أن ينص على مجلس آخر له نفس الإختصاص لكن هذا الإفتراض يبقى مستبعدا.

[3] بلعقوم أسامة ، المرجع السابق ، ص.34.

[4]مرسوم تنفيذي رقم 318-03 مؤرخ في 4 شعبان عام 1424 الموافق 30 سبتمبر سنة ،2003 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 147-89 المؤرخ في 6 محرم عام 1410 الموافق 8 غشت سنة 1989 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيميه وعمله، ج ر عدد ،59 الصادرة في 5 أكتوبر 200.

عليها مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة[1]،هدفها القيام بالرقابة والتأكد من السير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش[2].

ثانيا : دور مجلس المنافسة :تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي والرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى " مجلس المنافسة" لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة ملغى ، حيث أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة حيث أدى ذلك بالمشرع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة والإستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس[3] الأمر الذي قد يؤثر إيجابا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ما له صلة بحماية وسلامة المستهلك.

❖ **الدور الإستشاري لمجلس المنافسة:** يتمتع مجلس المنافسة في الجزائر نفس الدور الملقى على مجلس المنافسة الفرنسي حيث أنه ملزم بتقديم أرائه حول كل مسألة مرتبطة بالمنافسة متى طلبت منه الحكومة أو المحترفين أو المستهلكين تطبيقا لنص المادة 462 فقرة 1 من التقنين التجاري الفرنسي, يعتبر المستهلك المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية، بما توفر له من الإختيار الحر بين عدد من السلع والخدمات وبما تحققه من خفض للأسعار تساعده على رفع قدراته الشرائية، لكن الأمور ليست دائما بما

---

[1]تتشكل من 65 عضو منها رئيس و5 نواب ينتخبون لمدة 3 ثلاث سنوات، و ينقسم إلى خمس لجان يشرف عليها نواب الرئيس و هي :لجنة تأمين النوعية، لجنة الصيانة و التجهيز، الإعلام العلمي، القياس و الموازين، لجنة طرق التحليل، حيث تقوم هذه اللجان بوضع مخطط عمل يعرض على مكتب المجلس لمناقشته و إثرائه و بعدها للمصادقة عليه، والهدف منه وضع سياسة ترمي إلى حماية الإقتصاد الوطني و ضمان حماية أمن و صحة المستهلك.

[2]Voir : La pédagothéque de l'institut national de la consommation
Voir le site : www.sos-net.eu.org

[3]مضمون المادة 24 من القانون رقم 12-08 المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم.

يخدم مصالح المستهلك الأمر يجعل العودة إلى مجلس المنافسة لطلب استشارته كونه الخبير المختص في مجال المنافسة.[1]

❖ **الدور القمعي لمجلس المنافسة:** يختص مجلس المنافسة بقمع الممارسات التي تضر بشفافية السوق، لكن صلاحياته تقتصر على ما ينص عليه قانون المنافسة يتدخل المجلس إما بناءً على إخطار من الجهات المخولة أو بمبادرة منه، وفق إجراءات محددة تبدأ بالإخطار حسب المادة 44 من القانون، ثم يلي ذلك فتح تحقيق للتأكد من وجود ممارسات مخالفة لأحكام قانون المنافسة.

➢ **صلاحية القيام بالتحقيقات:** قبول مجلس المنافسة للإخطار لا يُعد دليلاً كافيًا على وقوع ممارسات منافية للمنافسة، بل يجب عليه إجراء تحقيق معمق لإثبات هذه الأفعال بشكل يقيني، ويقع عبء الإثبات على عاتق المجلس، باعتباره الجهة المكلفة بالمتابعة، وهو مبدأ مأخوذ من قانون العقوبات، رغم أن قانون المنافسة لا يحمل طابعًا جنائيًا،[2] فيتولى المقرر التحقيق في الطلبات والشكاوى التي يحيلها إليه مجلس المنافسة، حيث يفحص الوثائق، ويحجز المستندات عند الحاجة، ويضيفها للتقرير أو يُرجعها بعد التحقيق. بعد جمع الأدلة، يُعد تقريرًا أوليًا يتضمن وقائع القضية، ويُبلغه إلى رئيس المجلس، والأطراف المعنية، ووزير التجارة، وكل من له مصلحة، مع منحهم مهلة ثلاثة أشهر لإبداء ملاحظاتهم،[3] وبعد الانتهاء من التحقيق الأولي، يُعد تقرير ختامي يتضمن ما ورد في التقرير الأول، ويُبرز المخالفات المرتكبة ويقترح القرار المناسب يُودع هذا التقرير لدى مجلس المنافسة، ثم يتولى الرئيس تبليغ الأطراف المعنية وتحديد موعد الجلسة للفصل في القضية.

➢ **صلاحية توقيع الجزاء:** يمتلك مجلس المنافسة صلاحية توقيع الجزاءات على المخالفين لقانون المنافسة، ويتم ذلك خلال جلسات مغلقة تُستدعى لها جميع الأطراف المعنية تُجرى المداولات بعد الاستماع إليهم، ويشترط لصحتها حضور ثمانية أعضاء على الأقل، مع استبعاد أي عضو له مصلحة في القضية أو تربطه قرابة بأحد الأطراف

---

[1] محمد الشريف كتو ، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة ، مجلة إدارة، العدد23، المجلد 12، ص.53.

[2] محمد الشريف كتو ،المرجع نفسه ، ص.364.

[3] مضمون المادة 51 و 52 من القانون رقم 12-08 المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم.

حتى الدرجة الرابعة،وفي حال تساوي الأصوات، يُرجّح صوت الرئيس، وفقًا للمادة 28 الفقرة 4 من قانون المنافسة , ليصدر مجلس المنافسة قراراته بعد المداولات لمواجهة المخالفات المرتكبة، ويتمتع بسلطة فرض عقوبات مالية تهدف إلى إنهاء الممارسات المقيّدة للمنافسة، وتختلف هذه العقوبات حسب طبيعة المخالفة، حيث تنص المواد 56، 57، 58، 59، 61، و62 على أن العقوبات الأساسية هي مالية، تليها قرارات إدارية تُلزم المؤسسات المخالفة بالقيام أو الامتناع عن عمل معين،وتُحدد العقوبات بناءً على خطورة المخالفة، الأضرار الاقتصادية الناتجة، الأرباح غير المشروعة، مدى تعاون المؤسسة، وأهميتها في السوق[1].

ثالثا : دور إدارة الجمارك :تلعب إدارة الجمارك دورًا مهمًا في الدول الحديثة، حيث لا تقتصر مهامها على مراقبة دخول وخروج الأفراد والبضائع، بل تشمل أيضًا وظائف أخرى متعددة تعزز من دورها في حماية الاقتصاد الوطني وتنفيذ السياسات العامة،[2]يتجلى الدور الفعال الذي تقوم به الجمارك و ينحصر ذلك في مجالين :

أولا: في المجال الإقتصادي : يتركز دور الجمارك في تحصيل الرسوم الجمركية ومنع دخول أو تصدير البضائع المخالفة للقانون.

ثانيا: أما في المجال الأمني: فتقوم بمراقبة البضائع الممنوعة أوالمقيدة من دخول

❖**حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك:**تحمي إدارة الجمارك المستهلك من خلال خفض الرسوم الجمركية لتجنب زيادة أسعار السلع في الأسواق وتحميل المستهلك أعباء إضافية، وأقر المشرع نوعين من الرسوم: الأول على البضائع التي تخضع لرسوم منخفضة ذات نسب محددة، والثاني على البضائع التي تتجاوز رسومها الإجمالية 45% وتخضع لرسوم عالية[3]، فقد خولت المادة 241 فقرة 01 من في الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها لعدد من الهيئات المختلفة .

---

[1]مضمون المادة 62 مكرر 1 من القانون رقم 12-08 المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم.

[2]تعرف المادة 5 فقرة 3 من قانون رقم 07-79 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-98 المؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1419 الموافق لـ 22 غشت سنة 1998 والمتضمن قانون الجمارك على أنّه: " البضائع: كلّ المنتجات والأشياء التجارية وغير التجارية وبصفة عامة جميع الأشياء القابلة للتداول والتملك."

[3]مضمون المادة 5 فقرة 7 من قانون الجمارك، ج ر عدد ،61 الصادرة سنة 1998.

❖**ضمان أمن وسلامة المستهلك** :فقد نصت المادة 08 مكرر من قانون الجمارك على دور الجمارك في حماية صحة وسلامة المستهلك من خلال مراقبة ومنع دخول البضائع التي تهدد صحة الأفراد أو التي قد تضر السوق الوطنية،[1]

رابعا : دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك :يمكن للوالي ورئيس البلدية، بناءً على الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية، التدخل لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي قد تؤثر على صحة وأمن المستهلك، باعتباره جزءًا من المجتمع.

❖**دور الوالي في حماية المستهلك:**فيعدالوالي مسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية مصالح المستهلكين من خلال إشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار، التي تطبق السياسة الوطنية في مجالات المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش،وفقًا للمادة 96 من القانون رقم 90-09 المعدل والمتعلق بالولاية يُعهد إلى الوالي المحافظة على النظام والسلامة العامة،ومن خلال هذا الدوريستطيع الاستفادة من المديريات التابعة لوزارة التجارة في كل ولاية لتنفيذ السياسة الوطنية لحماية المستهلك.

❖**دور رئيس البلدية في حماية المستهلك** :يمارس رئيس البلدية سلطاته في مجالات واسعة لضمان حماية صحة المستهلك، مما يساهم في توسيع مفهوم النظام العام ليشمل إدماج حماية المستهلك ضمن أولويات السلطة الإدارية العامة،[2]وفي إطار تنفيذ التزاماته، يمكن لرئيس البلدية استخدام كافة الموارد البشرية والمادية لتحقيق أهدافه، ومنع الإضرار بالمواطنين والمستهلكين بشكل خاص، وله الحق في الاعتماد على هيئة الشرطة البلدية لممارسة صلاحياته، وفقًا للمادة 74 من قانون البلدية بالإضافة إلى ذلك، وبهدف الحفاظ على صحة الأفراد ونظافة المحيط، تتكفل البلدية بحفظ الصحة والنظافة العمومية، وفقًا للمادة 107 من نفس القانون:

- توزيع المياه الصالحة للشرب.
- صرف ومعالجة المياه القذرة والنفايات الجامدة الحضارية .

---

[1] مضمون نص المادة 42 فقرة 1 من قانون الجمارك الجزائري .

[2] بلعقوم أسامة ،المرجع السابق ، ص.39.

- مكافحة ناقلة الأمراض المعدية.
- نظافة الأغذية والأماكن والمؤسسات التي تستقبل الجمهور.

الفرع الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك: تلعب دورًا مهمًا في حماية حقوق المستهلك من خلال تطبيق القوانين التي تضمن عدالة المعاملات التجارية وتحمي الأفراد من الممارسات غير العادلة كالغش،يشمل دورها جوانب قانونية وتنظيمية،وتتعاون مع الهيئات الإدارية لضمان حماية المستهلك وحفظ حقوقه.

أولا :سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك : على الرغم من الصلاحيات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات من قبل العون الاقتصادي، إلا أنها لا تستطيع تحقيق حماية كافية وفعالة لحقوق المستهلك، فيجب أن تكمل المتابعة القضائية دور الإدارة من خلال السلطات التي تمتلكها الهيئات القضائية، حيث يتم فرض الجزاء كوسيلة لردع المخالفات والجرائم الاقتصادية، وتنص المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على أن "مخالفات أحكام هذا القانون تخضع لاختصاص الجهات القضائية"[1] ليتم تحريك الدعوى العمومية ومباشرتها من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية.[2]

ثانيا : حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء : يحق للمستهلك رفع الدعوى القضائية للدفاع عن مصالحه ،ويعد ذلك إجراء وقائيًا لوقف الممارسات غير المشروعة للتجارة والمنافسة أمام القضاء الاستعجالي، إذا كانت الوقائع تشكل جريمة وأدت إلى ضرر للمستهلك، ويمكنه المطالبة بالتعويض عبر دعوى مدنية تبعية أمام القضاء الجنائي أو المدني وفقًا للمادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية،يحق للمستهلك المطالبة

[1] القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في15 غشت 2010 ج ر ، العدد 46 ، الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.

[2] بلعقوم أسامة ،المرجع السابق ، ص.40.

بتعويض الضرر الناتج عن جناية أو جنحة وإذا لم تشكل الوقائع جريمة، كما يمكن للمستهلك رفع دعوى عمومية في حال مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش[1].

ثالثا : المسؤولية المقررة على المحترف :يعتبر القضاء حصنًا لحماية المستهلك، فيضمن حقوقه ويكفل العدالة للمخالفين من خلال مساءلتهم وتحديد مسؤوليتهم عندما يخل المحترف بالالتزامات القانونية ويمارس أفعالًا غير مشروعة، يترتب على ذلك جزاءات مدنية تتمثل في المسؤولية المدنية وفي بعض الحالات، يشدد المشرع هذه المسؤولية لتصبح جزائية تبعًا لخطورة الأفعال المرتكبة.

❖ **المسؤولية المدنية** :تنقسم المسؤولية المدنية إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية بشكل عام لكن في إطار حماية المستهلك، يتم تأسيس مسؤولية العون الاقتصادي (المحترف) على أساس عقدي يربطه بالمستهلك[2]، يرى بعض الفقهاء أن المسؤولية المدنية في إطار حماية المستهلك تقوم على أساس تقصيري، وفقًا للمادة 124 من القانون المدني الجزائري، والتي تقابلها المادة 138 من القانون المدني الفرنسي. وتؤكد المادة 140 مكرر (فقرة 01) من القانون المدني الجزائري أن المنتج يكون مسؤولًا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى دون وجود علاقة تعاقدية مع المتضرروتُبنى هذه المسؤولية، حسب قانون حماية المستهلك، على إخلال المحترف بالتزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمستهلك، سواء كان المتسبب شخصًا طبيعيًا أو معنويًا، متى ثبت للمحكمة توافر عناصر المسؤولية من خطأ أو ضرر أو علاقة سببية بين الخطأ والضرر يتعين عليها بالحكم بالتعويض المناسب للمتضرر، وفي هذا السياق تستعين المحكمة بأصل الخبرة.

❖ **المسؤولية الجنائية**: تعني التزام الشخص بتحمل العقوبات أو التدابير الاحترازية التي يحددها القانون عند توافر أركان الجريمة. وتتحقق هذه المسؤولية بإثبات وقوع الجريمة بكافة عناصرها، مما يؤدي إلى خضوع الجاني للجزاء وفق حكم قضائي، لقد

---

[1] 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 هجرية الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 هجرية الموافق 10 يونيو سنة 2018 ،العدد 35 ،الصادر في 13 يونيو 2018.

[2] بلعقوم أسامة ،المرجع السابق ، ص.44.

نص المشرع الجزائري على عقوبات جزائية ضد البائع في حالات الغش أو التدليس أو الحيازة أو الاستخدام الخاطئ للسلع المغشوشة، وذلك في قانون العقوبات ضمن المواد 288، 289، ومن 429 إلى 435، وتهدف هذه النصوص إلى تشديد التزامات المحترف، خاصة من خلال ضرورة وسم السلع وتغليفها لحماية المستهلك وضمان سلامته،فيمكن إثارة المسؤولية الجنائية للمحترف إذا تسبب بإهماله في مرض غير قابل للشفاء أو عاهة مستديمة، استنادًا إلى المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش. كما يُعاقب جزائيًا وفق المادة 435 من قانون العقوبات إذا حاول عرقلة مهام الرقابة، حتى وإن لم تُسبب المنتجات محل الرقابة ضررًا مباشرًا للمستهلك , وفي حالة أي تكرار المخالفة من قبل المحترف المدان سابقًا، تُجيز المادة 36 من قانون العقوبات للسلطة القضائية مضاعفة الغرامات، إضافة إلى العقوبات الأصلية مثل السجن والغرامة، كما يمكن فرض عقوبات تبعية لتشديد الجزاء، مثل شطب السجل التجاري، مصادرة أو إتلاف المنتوج على نفقة المخالف، إغلاق المؤسسة نهائيًا، وسحب الرخص المتعلقة بالنشاط الإنتاجي[1].

الفرع الثالث : دور جمعيات حماية المستهلك :لقد ظهرت الحاجة إلى هيئات تتولى متابعة تطبيق قواعد الحماية، فتم تأسيس تكتلات للمستهلكين تطورت لاحقًا إلى جمعيات حماية المستهلك ,لقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك من خلال القانون رقم 89-02، ثم كرّس ذلك مجددًا في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشأما من حيث إنشائها وتنظيمها، فقد خضع ذلك لأحكام القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات، حيث تم منح هذه الجمعيات صفة المنفعة العامة، بالإضافة إلى تمتعها بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية منذ لحظة تأسيسها، وفقًا للمادة 16 من نفس القانون، كما اعترف المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك بحق مزاولة نشاطها على المستويين الوطني والمحلي،بهدف الدفاع عن حقوق المستهلكين وتوعيتهم ،وتُعتبر هذه الجمعيات أشخاصًا معنويين، ولم تعد خاضعة لإجراءات الاعتماد، بل يكفي التصريح بالنشاط لدى الوالي أو وزير الداخلية حسب نطاق نشاطها،وبسبب تراجع دور الدولة في الحقل الاقتصادي وعجز الهيئات عن حماية المستهلك، أصبح

[1] بلعقوم أسامة ،المرجع السابق ، ص.46.

إنشاء جمعيات حماية المستهلك الوسيلة الأساسية لضمان حقوقه والدفاع عن مصالحه وتتخذ هاته الجمعيات عدة طرق من أجل حماية المستهلك ومن أهم تلك الطرق نذكر:

أولا : التدخل الوقائي لحماية المستهلك :هو الإجراء الذي تتخذه الجمعيات قبل أن يتعرض المستهلك لأي خطر، بهدف ضمان سلامته من الممارسات الضارة.

❖ **دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام :**يجب على جمعيات حماية المستهلك توعية المستهلك بكل المخاطر والممارسات الاقتصادية التي تهدد أمنه وصحتهوتشمل هذه التوعيةعدة مجالات منها:

- توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الإمتناع عن تناول المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد للنظافة ،أو غير معبئة بشكل قانوني .
- منع شراء السلع التي لا تحتوي على وسم أو مكان صنعها.
- منع استهلاك المواد التي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وتاريخ نهايتها.

❖ **دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة :**تلعب دورًا هامًا في متابعة الأسواق، من خلال مراقبة مدى احترام إجراءات إشهار الأسعار.

ثانيا : التدخل الدفاعي لحماية المستهلك :يقصد به الإجراء الذي تباشره الجمعيات أمام الجهات القضائية في حال الإضرار بجماعة المستهلكين أو عند القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المحترفين لضمان حقوق المستهلك وحمايته.

❖ **الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية :**سمح المشرع الجزائري، لجمعيات حماية المستهلك بالدفاع عن حقوق ومصالح المستهلك أمام الجهات القضائية فقد خول القانون الفرنسي، منذ قانون 27 ديسمبر 1973(LoiROYER)، للجمعيات المعتمدة رفع دعاوى مدنية باسم أعضائها أو باسم المصلحة الجماعية للمستهلكين عند حدوث ضرر مباشر أو غير مباشر وتطورت هذه الأحكام لاحقاً بقانوني5 جانفي 1988 و18 جانفي 1992، مما وسّع من صلاحيات هذه الجمعيات ومكنها من ممارسة أنشطة متنوعة في سبيل حماية المستهلك.

❖ **الدعوى إلى المقاطعة و/أو إلى الإشهار المضاد :**لتحقيق مصالح المستهلك المشروعة، يمكن لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى وسائل بديلة بجانب الدعاوى

القضائية،من أبرز هذه الوسائل: الدعوة إلى مقاطعة السلع المغشوشة أو المقلدة، والامتناع عن اقتناء منتجات معينة، مع إطلاق حملات دعاية مضادة ضد المحترفين الذين لا يحترمون المعايير المعتمدة أو يعرضون منتجات تشكل خطراً محتملاً على المستهلك.

المطلب الثاني: آليات جزائية لحماية المستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية:

تُعد التجارة الإلكترونية مجالاً تنتشر فيه ممارسات الغش التجاري، كبيع منتجات مغشوشة أو خدمات غير مطابقة للمعايير ،ولمواجهة ذلك، وضعت التشريعات الجزائرية آليات جزائية لحماية المستهلك من هذه الممارسات.

الفرع الأول : التحقيق في الجريمة الإلكترونية :التحقيق هو إجراء يُتخذ بعد وقوع الجريمة بهدف التأكد من حدوثها وتحديد مرتكبيها من خلال أدلة الإثبات[1].

أولا : الأجهزة المكلفة بالبحث والتحري :نظرا لخصوصية الجريمة الإلكترونية، أصبح من الضروري إنشاء كوادر وأجهزة متخصصة للبحث والتحري في هذا المجالعلى مستوى الشرطة، أنشأت المديرية العامة للأمن الوطني مخابر علمية مركزية وجهوية تحتوي على خلايا تقنية للتحقيق في الجرائم الإلكترونية، وتنسق هذه الفرق مع مراكز الأمن الولائي. أما على مستوى الدرك الوطني، فيوجد قسم متخصص في الإعلام والإلكترونيك بالمعهد الوطني للأدلة الجنائية ببوشاوي، بالإضافة إلى مركز خاص بالوقاية من جرائم الإعلام الآلي ومكافحتها ببئر مراد رايس، التابع لمديرية الأمن العمومي.

ثانيا: الدليل المناسب لإثبات الجريمة الإلكترونية :الدليل هو أثر ناتج عن الجريمة، مثل إثبات تغيير الحقيقة في حالة التزويرأما في الجرائم الإلكترونية، فيعتمد الإثبات على أدلة تقنية تُعرف بالأدلة الرقمية، وهي بيانات تُستخرج من أجهزة الحاسوب، وتكون على شكل إشارات مغناطيسية أو كهربائية، تُحلل ببرمجيات خاصة وتُقدَّم كأدلة قضائية .

[1] نايري عائشة ، **الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري** ، مذكرة ماستر في القانون الإداري ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة أحمد دراية ، أدرار ، الجزائر ، 2016-2017، ص.40.

الفرع الثاني:إجراءات جمع الأدلة التقليدية :أدى التطور التقني وطبيعة الدليل الرقمي الخاصة إلى تغيّر المفاهيم التقليدية حول طرق وإجراءات جمع الأدلة، مما استلزم إعادة تقييم منهج الإجراءات التقليدية في قانون الإجراءات الجزائية.

أولا : الإجراءات المادية (المعاينة ،التفتيش الضبط) :

❖ **المعاينة:** هي إجراء يقوم فيه المحقق بالانتقال إلى مكان الجريمة لمعاينة آثارها وجمع ما يساعد على كشف الحقيقة[1]، ومن الإجراءات الواجب اتباعها عند إجراء المعاينة ما يلي:

- تصوير جهاز الحاسوب وما قد يتصل به من أجهزة طرفيه ومحتوياته.
- عدم التسرع في نقل أي مادة معلوماتية للتيقن من عدم وجود أي مجالات مغنطيسية في العالم الخارجي.
- حذف المستندات الخاصة بالإدخال وكذلك مخرجات الحاسوب الورقية.
- ربط الأقراص التي تحمل أدلة مع جهاز يمنع الكتابة عليها، مما يتيح لجهات التحقيق قراءة بيانات من دون تغييرها.

❖ **التفتيش**:هو إجراء تحقيق يهدف إلى كشف الحقيقة من خلال البحث في أماكن قد تخفي أدلة على الجريمة، ويُعد من أهم الإجراءات لأنه غالبًا ما يوفر أدلة مادية تثبت التهمة في الجرائم الإلكترونية، يركز التفتيش على جهاز الحاسوب، سواء مكوناته المادية أو المعنوية التفتيش المادي لا يثير إشكاليات، لكن المشكلة تظهر عند تفتيش المكونات المعنوية كبرامج وقواعد بيانات، لأنه يتطلب الوصول إلى كلمات مرور أو فك شفرات، ما يزيد من تعقيد العملية.

- **تفتيش مكونات الحاسوب المادية:**لا يوجد مانع قانوني من تفتيش المكونات المادية للحاسوب وملحقاته،حيث أجاز التفتيش في كل الأماكن، وفي أي وقت، كما نصت على ذلك المواد 45 فقرة 3، و47 فقرة 3، والمادة 64 من قانون الإجراءات الجزائية في حالة الجرائم الإلكترونية، لا تُطبّق الضمانات العادية الخاصة بالتفتيش، إذ لا

[1] نايري عائشة ، المرجع السابق ، ص.47.

يُشترط حضور المشتبه فيه أثناء تفتيش مسكنه، كما يُسمح بإجراء التفتيش في أي وقت من النهار أو الليل، دون الحاجة إلى موافقته[1].

✓ **الفرض الأول: إتصال حاسوب المتهم بحاسب موجود في مكان آخر داخل الدولة:** أجاز المشرع في المادة 05 من القانون رقم 04-09 تمديد التفتيش إلى منظومة معلوماتية أخرى إذا كانت هناك أسباب تدعو للاعتقاد بأن المعطيات المبحوث عنها مخزنة في تلك المنظومة،ويتطلب ذلك إعلام السلطة القضائية المختصة مسبقًا بذلك.

✓ **الفرض الثاني: إتصال حاسب المتهم بحاسب موجود في مكان آخر خارج الدولة :**يمكن الدخول إلى منظومة معلوماتية أو جزء منها، وكذلك المعطيات المخزنة فيها، حتى لو كانت عن بُعد،إذا كانت المعطيات المطلوبة يمكن الوصول إليها من منظومة معلوماتية خارج الإقليم الوطني، يتم الحصول عليها بمساعدة السلطات الأجنبية المختصة وفقًا للإتفاقيات الدولية ذات الصلة ومبدأ المعاملة بالمثل،يتم أيضًا تسخير أي شخص ذو دراية بالمنظومة المعلوماتية محل البحث أو التدابير المتخذة لحماية المعطيات المعلوماتية[2]،حيث تنص المادة 05 من القانون رقم 04-09 على أنه:" إذا تبين مسبقا بأن المعطيات المبحوث عنها والتي يمكن الدخول إليها انطلاقا من المنظومة الأولى، مخزنة في منظومة معلوماتية تقع خارج الإقليم الوطني، فإن الحصول عليها يكون بمساعدة السلطات الأجنبية المختصة طبقا للإتفاقيات الدولية ذات الصلة ووفقا لمبدأ المعاملة بالمثل".[3]

ثانيا: الإجراءات الشخصية (الشهادة ، الخبرة)

❖ **الشهادة:** في الجريمة الإلكترونية،الشاهد هو فني متخصص في التقنية وعلوم الحاسب الآلي، يمتلك المعرفة للوصول إلى نظام المعالجة الآلية للبيانات إذا تطلب التحقيق التنقيب عن أدلة داخل النظام يُطلق عليه اسم "**الشاهد الإلكتروني**"

❖ **الخبرة:**في مجال المعلوماتية تتعلق بتحري الحقيقة من خلال جمع الأدلة الرقمية من خوادم المواقع والأجهزة المعتدى عليها، ثم تحليلها لفهم كيفية إعدادها البرمجي

[1] نايري عائشة ، المرجع السابق ، ص.49.

[2] نايري عائشة ، المرجع نفسه، ص.50.

[3] المادة 05 من القانون رقم ،09/04.

ونسبتها إلى مسارها وتحديد عناصر حركتها، وقد تواجه سلطات التحقيق تحديات فنية تتطلب خبيرًا إلكترونيًا مختصًا محليا كان أو أجنبي.

الفرع الثالث :إجراءات جمع الأدلة الحديثة :

أولا :حفظ المعطيات :ألزم المشرع الجزائري مقدمي الخدمات بحفظ المعطيات المعلوماتية وتجميعها في أرشيف بترتيب معين، مع اتخاذ إجراءات قانونية كالتفتيش وقد حصر المشرع المعطيات الواجب حفظها وهي المعطيات المتعلقة بحركة السير ، والتي تشمل تفاصيل الاتصال كمصدره، الوجهة المرسل إليها، الطريق الذي يسلكه، وقت وتاريخ وحجم ومدة الاتصال، ونوع الخدمة، وفقًا لما نصت عليه المادة الثانية من قانون رقم 04-09،قد حصر المشرع الجزائري معطيات المرور التي ألزم بحفظها في المادة 11 من القانون رقم 04-09 وتتضمن :

- ✓المعطيات التي تسمح بالتعرف على مستعملي الخدمة.
- ✓المعطيات المتعلقة بالتجهيزات الطرفية المستعملة للإتصال.
- ✓ الخصائص التقنية وكذا تاريخ ووقت ومدة كل اتصال.
- ✓المعطيات المتعلقة بالخدمات التكميلية المطلوبة أو المستعملة ومقدميها.
- ✓المعطيات التي تسمح بالتعرف على المرسل إليه والاتصال، بالإضافة إلى عناوين المواقع التي تم الاطلاع عليها، تعتبر جزءًا من المعلومات التي يجب على مزودي الخدمات حفظها[1].

ثانيا :التسرب وإعتراض المراسلات الإلكترونية.

➢**التسرب:** استحدث المشرع الجزائري في مجال مكافحة جرائم المساس بأنظمة الحاسب الآلي عدة إجراءات جديدة بسبب عجز الأساليب التقليديةمن بين هذه الإجراءات، تم إدراج عملية "التسرب" بموجب القانون رقم 22-06 لعام 2006 المتعلق بقانون الإجراءات الجزائية خص الفصل الخامس من هذا القانون تحت عنوان "في التسرب" المواد من 65 مكرر 11 إلى 65 مكرر 18، حيث تناول فيه مفهوم هذه العملية، شروط إجرائها، والحماية الجنائية للأشخاص القائمين بها.

[1] نايري عائشة ، المرجع السابق ، ص.53.

➢**تعريف التسرب:**ينص قانون الإجراءات الجزائية الجزائري، في المادة 65 مكرر 12، على قيام ضابط أو عون شرطة قضائية تحت مسؤولية ضابط الشرطة المكلف بتنسيق العملية، بمراقبة الأشخاص المشتبه في ارتكابهم جنايات أو جنح عبر إيهامهم بأنهم فاعلين أو شركاء في الجريمة. في سياق الجريمة الإلكترونية، يمكن أن يشترك ضابط أو عون الشرطة في محادثات غرف الدردشة أو حلقات النقاش حول مواضيع مثل دعارة الأطفال أو اختراق الشبكات أو بث الفيروسات. يقوم المتسرب باستخدام أسماء مستعارة ويحاول جمع المعلومات حول كيفية اختراق المواقع لاكتشاف الجرائم وضبطها[1] .

رابعا :صعوبات مكافحة الجريمة الإلكترونية :يعترف المهتمون بشؤون تكنولوجيا المعلومات بصعوبة اكتشاف الجريمة الإلكترونية، وذلك للأسباب التالية [2]:

✓تتمثل صعوبة التوصل إلى الجاني في الجريمة الإلكترونية في أنه غالبًا ما يستخدم الجاني أسماء مستعارة عند الدخول إلى الإنترنت، وغالبًا ما يستخدم مقاهي الإنترنت للوصول إلى الشبكة، مما يجعل من الصعب تحديد هويته أو موقعه الفعلي.

✓تنازع القوانين الجنائية من حيث المكان ينشأ عندما يرتكب الفعل الإجرامي في الخارج، ويثار التساؤل حول القانون الذي يخضع له الجاني، إذ يتم تطبيق مبدأ إقليمية القانون الجنائي، مما يؤدي إلى تحديد أي قانون يطبق في هذه الحالات الدولية.

المطلب الثالث: آليات إجرائية لحماية المستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية:

حماية المستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية تتطلب إجراءات قانونية فعّالة لضمان حقوق المستهلك وسلامة المعاملات التجارية عبر الإنترنت،تم تطوير آليات إجرائية وقانونية في الجزائر والعديد من البلدان الأخرى لمكافحة الغش وحماية المستهلك في هذا المجال.

الفرع الأول :الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني من الغش والخداع:

شهدت الجزائر منذ الاستقلال إصلاحات تهدف إلى تعزيز وتطوير سياسة حماية المستهلك[1].

---

[1]نايري عائشة ، المرجع السابق ، ص.54.

[2] نايري عائشة ، المرجع نفسه، ص. 55-56.

أولا : الجزاءات المقررة لجريمة الخداع :تطرقت المادة 68 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى القواعد العامة المتعلقة بالجرائم، حيث أحالتنا إلى مادة أخرى في القانون لتحديد التفاصيل المتعلقة بهذه الجرائم[2]من قانون العقوبات التي حددت العقوبات الواجب تطبيقها على مرتكب جريمة الخداع،يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وغرامة تتراوح بين ألفين وعشرين ألف دينار جزائري، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، وتشدد العقوبة بموجب المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والمادة 430 من قانون العقوبات إلى خمس سنوات حبس وغرامة تصل إلى خمس مئة ألف دينار جزائري إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها[3].

ثانيا : العقوبات المقررة لجريمة الغش التجاري الإلكتروني :تعتبر جريمة الغش جنحة يعاقب عليها بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وغرامة من 10,000 إلى 50,000 دج وفقًا للمادة 431 من قانون العقوبات الجزائري. وترتفع العقوبة إلى ما بين 5 و 10 سنوات حبسًا وغرامة من 50,000 إلى 1,000,000 دج إذا تسببت المواد الغذائية المغشوشة أو الفاسدة في مرض أو عجز للعمل. كما تنص المادة 432 الفقرة 2 على معاقبة الجناة بالسجن المؤقت من 10 إلى 20 سنة وغرامة من 1,000,000 إلى 2,000,000 دج إذا تسببت المواد المغشوشة في مرض غير قابل للشفاء أو عاهة مستديمة،وإذا تسببت المادة المغشوشة في موت الإنسان، يعاقب الجاني بالسجن المؤبد، بالإضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد 68، 70، 71، 73، و78 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، تنص المادة 82 على مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استُعملت لارتكاب المخالفات الواردة في هذا القانون[4].

الفرع الثاني : البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

---

[1]بلعقوم أسامة ،المرجع السابق ، ص.47.

[2]المادة 429 من قانون العقوبات بالنسبة للعقوبة الأصلية المقررة لجريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك

[3]المادة 68 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 .

[4] المادة 82 من قانون رقم 18-09 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 هجرية الموافق 10 يونيو سنة 2018 ، يعدل ويتمم القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 هجرية الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أدت المعاملات الحديثة إلى ضرورة إدلاء المستهلك ببيانات شخصية سرية في بيئة رقمية، مثل الاسماء وأرقام بطاقات الائتمان، مما يجعلها هدفًا رئيسيًا للمجرمين،لحماية هذه البيانات، أقرت التشريعات الدولية والوطنية ضرورة توفير حماية قانونية لها، بحيث يعتبر المساس بها جريمة إلكترونية،وتتمثل هذه الجريمة في عنصرين:

أولا : جريمة التلاعب بالمعطيات :تعد جريمة التلاعب بالمعطيات من أبرز الجرائم التي يجب تنظيمها في التشريعات، نظرًا لما قد ينجم عنها من مخاطر للمستهلك الإلكتروني، وقد نظم المشرع الجزائري هذه الجريمة بموجب القانون رقم 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، بالإضافة إلى تنظيمها وفقًا للقواعد العامة في المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات الجزائري، التي تنص على معاقبة كل من يدخل أو يزيل أو يعدل معطيات بطريق الغش في نظام المعالجة الآلية بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات، وبغرامة من 500,000 دج إلى 2,000,000 دج[1].

❖ **أركان جريمة التلاعب بالمعطيات** :تستمد هذه الجريمة شرعيتها من القانون 18-07 الخاص بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وسيتم التفصيل في الركن المادي والمعنوي كالآتي:

➢ **الركن المادي:** يتمثل الركن المادي الجريمة التلاعب بالمعطيات في نص المادة 394 مكررا من قانون العقوبات التي بينت على سبيل الحصر المتمثل في تدخل الغير مصرح به في المعطيات عن طريق الغش أو إزالة هذه المعطيات أو تعديلها دون تصريح، وقد بين القانون 18-07 هذا الأمر، حيث تعد جميع هذه الأفعال إلى تغيير المعطيات التي تكون محل اعتداء، والمتمثلة في بيانات المستهلك[2].

---

[1]المادة 394 مكرر 1 من الأمر 66-156 المؤرخ في 08-06-1966 المتضمن قانون العقوبات معدل والمتمم إلى غاية قانون 16-02 المؤرخ في 19/06/2016.

[2]سلسبيل بن اسماعيل، **الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري**، مجلة المعالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد 02، المجلد 01 ، ديسمبر 2017، ص.17

➢ **الركن المعنوي** :تعتبر جريمة التلاعب بالمعطيات جريمة عمدية تتطلب القصد الجنائي، حيث يقوم الجاني بتعديل أو إزالة المعطيات أو البيانات الممنوحة له من قبل المستهلك بشكل غير مصرح به، بدافع إرادته لتحقيق أهدافه الإجرامية.

❖ **العقوبات المقررة لجريمة التلاعب بالمعطيات:**تحدد العقوبات لجريمة التلاعب بالمعطيات وفقاً للمادة 394 مكرر 1من قانون العقوبات الجزائري، حيث تتراوح العقوبة الأصلية بين 6 أشهر إلى 3 سنوات حبساً،وغرامة من500,000 إلى 2,000,000 دجكما تنص المادة 394 مكرر 6على عقوبات تكميلية تشمل مصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة،وإغلاق المواقع التي ارتكبت فيها الجريمة،بالإضافة إلى الأحكام الجزائية الأخرى المنصوص عليها في القانون07/18.

ثانيا : جريمة التعامل في المعطيات غير المشروعة :سعى التشريع الجزائري كغيره من التشريعات المقارنة إلى الحماية الفعلية للمستهلك الإلكتروني، فلم يكتف بتجريم التلاعب بالمعطيات فقط إنما جرم كذلك التعامل في المعطيات غير المشروعة.

❖ **أركان جريمة التعامل في المعطيات غير المشروعة** :تطرق المشرع الجزائري لهذه الجريمة في نص المادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات كمبدأ شرعي لهذه الجريمة غير أنها لا تكتمل إلا بتوفر ركنين آخرين هما :

➢ **الركن المادي** : يعتبر السلوك الإجرامي في الجريمة، وتتمثل في صورتين :

أ. التعامل في معطيات صالحة لارتكاب جريمة تعتمد هذه الصورة على القيام بتصميم أو بحث أو نشر أو الإتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مرسلة عن طريق منظومة معلوماتية، يمكن أن ترتكب بها إحدى جرائم المعالجات الآلية للمعطيات[1].

ب. التعامل في معطيات متحصل عليها من جريمة وتتعلق هذه الصورة بضرورة توفر أحد الأفعال الأربعة المنصوص عليها في المادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات 66 156 والتي تتمثل في: النشر أو الإستعمال أو الحيازة أو الإفشاء لأي غرض كان المعطيات التحصيل عليها من إحدى جرائم المعالجة الآلية للمعطيات.

[1] المادة 394 مكرر 06 القانون رقم 66-156 .

➢ **الركن المعنوي:** تعتبر هذه الجريمة كسابقها من الجرائم في انتسابها إلى الجرائم العمدية، فلا بد من توفر القصد الجنائي العام لقيامها، ويكمن في علم الجاني بكل الخصائص التي تساهم في بناء الجريمة، فيجب أن يعلم الجاني أنه يقوم بالتعامل في معطيات غير مشروعة، وأن تتجه إرادته إلى التعامل في تلك المعطيات.[1]

المبحث الثاني: تدابير الحماية المدنية للمستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية:

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الاقتصادية الحديثة التي غيرت طرق التجارة بين الأفراد والشركات، وأصبحت جزءًا أساسيًا في حياة المستهلكين رغم فوائدها،كتسهيل الوصول إلى السلع والخدمات، فإنها تثير تحديات قانونية، خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك من الغش التجاري في الفضاء الرقمي ،ومع زيادة المعاملات التجارية عبر الإنترنت، أصبحت الحاجة إلى حماية المستهلك عملت التشريعات في الدول المختلفة على تطوير قوانين وإجراءات وخلق تدابير لحماية المستهلك.

المطلب الأول : حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التفاوض :

هي عملية تفاعلية تهدف إلى تسوية النزاعات بشكل ودي بين المستهلك والبائع أو المزود الخدمة عند وقوع مشكلة تتعلق بالغش في عمليات الشراء عبر الأنترنت تعتبر هذه المرحلة خطوة أساسية في حماية حقوق المستهلك وضمان إنصافه دون الحاجة إلى تصعيد النزاع إلى الجهات القانونية أو الرقابية .

الفرع الأول : التضليل الإعلاني :

هوتقديم معلومات غير دقيقة حول منتج أو خدمة بهدف خداع المستهلكين من خلال صور مضللة أو إدعاءات كاذبة أو التلاعب بالعروض السعرية.

أولا : مفهوم الإعلانات التجارية :

❖**تعريف الإعلانات التجارية الإلكترونية** :لغةيقصد بها إظهار الشيء بنشره في الصحف ونحوها أما فقهيا هو" عبارة عن وسائل وحملات دعائية ، يتم تأسيسها من خلال الشبكة العالمية للمعلومات والشبكة العنكوبتية ، يهدف إلى ترويج لسلعة أو خدمة،

[1]سلسبيل بن اسماعيل، المرجع السابق ، ص.20.

وهي تتنوع بنتوع الأساليب ، أما تشرعيا فقد عرفها المشرع الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي 13-378 الذي يحدد الشروط والكفيات المتعلقة بإعلام المستهلك[1] الإدعاء بموجب المادة 1/3 منه " كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتوج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه وخصائصه الغذائية ، عند الإقتصاد وطبيعته وتحويله ومكوناته أو كل خاصية أخرى.

❖ **شروط الإعلانات التجارية :**

➢ **الوضوح :**نص المشرع الفرنسي في قانون عام 1986 المتعلق بوسائل الإعلام السمعية والبصرية، والذي يشمل خدمات الإنترنت، على أن رسائل الإعلانات التي تُنشر عبر الوسائل المذكورة في القانون، مثل الإنترنت، يجب أن تكون محددة وواضحة.

➢ **أن لا يكون الإعلان خادعا أومضللا :**هو الإعلان الذي يحتوي على معلومات تؤدي إلى خداع المستهلك أو إيقاعه في خلط بشأن عناصر جوهرية للمنتج. ويُعرفه توجيه المجلس الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 بأنه كل إعلان يتضمن أو قد يؤدي إلى تضليل المتلقي، سواء بطريقة مباشرة أو نتيجة إغفال خصائص أساسية للمنتج، وقد أشار المشرع الجزائري إلى خطر الإعلان الخادع أو الكاذب بموجب المادة 56 من المرسوم التنفيذي المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك والتي نصت تمتع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنها إحداث لبس في ذهن المستهلك .[2]

ثانيا : قواعد حماية المستهلك الإلكتروني من الإعلان المضلل:المشرع الجزائري عند تنظيمه لأحكام قانون التجارة الإلكترونية بحظر الإعلان المضلل من خلال المادة 30الفقرة الأخيرة بنصها على"**التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفائها للإستفادة من العرض التجاري ليست مضللة ولا غامضة**" .

1)**دعوة التنفيذ العيني :**في ظل غياب نصوص قانونية خاصة تنظم حقوق المستهلك الإلكتروني، يمكن لهذا الأخير الاعتماد على القواعد العامة، لا سيما ما ورد في

[1] مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك،جريدة رسمية عدد 58 الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

[2]المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم378/13 المؤرخ في05محرم الموافق 09/11/2013 جريدة رسمية، عدد55 مؤرخة في08 نوفمبر 2013.

المادة 164 من القانون المدني الجزائري، والتي تنص على إمكانية إجبار المدين على تنفيذ التزامه، إذا كان ذلك ممكنًا، وذلك بعد توجيه إعذار له طبقًا للمادتين 180 و181 من نفس القانون"[1] .

2)**دعوة التدليس** :هو إيهام الشخص بأمر مخالف للحقيقة عن طريق إستعمال طرق إحتيالية بقصد دفعه أي إبرام العقد ويشترط فيه توافر 03 شروط :

- إستعمال طرق إحتيالية .
- أن يكون هو الدافع للتعاقد .
- إتصال التدليس بالمتعاقد الآخر .

الفرع الثاني : حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام :

أولا : مفهوم الإلتزام بإعلام المستهلك الإلكتروني :

❖ **تعريف الإلتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني** :يُعرف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد بأنه التزام يسبق العقد، يُلزم أحد الطرفين بتقديم المعلومات الضرورية للطرف الآخر لتمكينه من اتخاذ قرار تعاقدي مستنيرويُفرض هذا الالتزام في حالات خاصة ترتبط بطبيعة العقد أو أحد المتعاقدين أو محل العقد، عندما يصعب على أحد الأطراف الحصول على بعض البيانات، مما يجعله يضع ثقته في الطرف الآخر، الذي يُطالب حينها بتقديم تلك المعلومات بحسن نية.[2]

❖ **الهدف من الإلتزام بإعلام الإلكتروني** :يُعد الالتزام بالإعلام الإلكتروني من أهم الوسائل لإعلام المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، إذ يسهم بشكل أساسي في تحقيق المساواة بين الأطراف المتعاقدة.[3]

---

[1] الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، جريدة رسمية ، العدد 31 الصادر في 2007/05/13.

[2] حسين جفالي ، **الحماية الجنائية للمعاملات التجارية الإلكترونية في التشريع الجزائري ألفا للوثائق** .36 مكرر ، نهج سايغي أحمد س.م.ك قسنطينة ، الجزائر ، 2023، ص.57.

[3] بن عيسى فتيحة ، **التدليس كأساس للإخلال بالإلتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني** ، مجلة الفكر القانوني والسياسي ، المجلد 07، العدد 04، المركز الجامعي ، مغنية ،ص.344.

ثانيا : جزاء الإخلال بالحق في الإعلام الإلكتروني :كل من الفقه والقضاء على بعض الأسس التي يمكن الإستناد إليها كأساس قانوني للإلتزام بالإعلام قبل التعاقد فيما أن المتعاقد إرتكب خطأ قبل فيجب أن يعاقب عليه بموجب قواعد المسؤولية القصرية وبالتالي خضوعه لنص المادة1382 قانون مدني فرنسي وكجزاء الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقد اتجه القضاء الفرنسي للحق بالتعويض (المادة 1386 ق.م.ف) تتمة للحكم بالإبطال للتعيين السابقين .[1]

المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد :

يخضع تكوين عقود التجارة الالكترونية على غرار العقود التقليدية للأحكام العامة في ابرام العقود بحيث يحتاج الى توفير جميع أركانه من محل وسبب وتطابق الايجاب والقبول بين اطرافه المهني والمستهلك،فالمستهلك في التجارة الإلكترونية يتمتع بنفس حقوق وحماية المستهلك في العقود التقليدية، مع مراعاة خصوصية العقود الإلكترونية باعتبارها تبرم عن بعد، مما استوجب قواعد وشكليات إضافية لضمان حرية واختيار المستهلك،و[2]يشكل رضا الأطراف من خلال تطابق الإيجاب والقبول أساس تكوين العقد، لكن بسبب ضعف مركز المستهلك مقارنة بمقدم الخدمة، قد يُفرض عليه شروط تعسفية، مما دفع التشريعات إلى سنّ قواعد خاصة لحمايته من هذه الممارسات.

الفرع الأول : أطراف التعاقد وحماية رضا المستهلك الإلكتروني في الإيجاب والقبول :في التعاقد التقليدي، يتم التعبير عن الإرادة الحرة بأي وسيلة مادية كالكلام أو الكتابة أو الإشارة، ويكفي تطابق الإيجاب والقبول لانعقاده. أما في التعاقد الإلكتروني، فيتم عبر شبكات الاتصال، ما يمنحه خصوصية في العلاقة بين المستهلك والمهني، ويستوجب مراعاة قواعد خاصة بهذا النوع من التعاقد.

---

[1] محمد بودالي ،**حماية المستهلك في القانون المقارن(دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)** ،دار الكتاب الحديث ،القاهرة ، 2006،ص.43.

[2] بن خضرة زهيرة ، **الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني**، أطروحة دكتوراه في الحقوق ، قسم القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 01، الجزائر ، الجزائر ،2016/2015، ص.164

أولا : مفهوم أطراف التعاقد :

❖**تعريف المستهلك الالكتروني** :فقد عرفه الفقيه الفرنسيRaymondبأنه " شخص طبيعي يحصل أو يمكن أن يحصل على أشياء استهلاكية أو خدمات من نفس الطبيعة الغرض منفرد وهو إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية مع استبعاد المشاريع والمهن الحرة من ذلك[1]، وهناك جانب آخر من الفقه الفرنسي عرفه بأنه " الشخص الذي يمتلك أو يستخدم. سلعاً أو خدمات للاستخدام غير المهني،[2]أما بالرجوع لنص المادة 3 من القانون 09-03 فقد عرفت المستهلك بأنه : كل شخص طبيعي أو معنوي يغني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال المهني من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.[3]

ثانيا: الإيجاب والقبول الإلكتروني :

❖**الإيجاب الإلكتروني** :يتميز الإيجاب الالكتروني عن الايجاب التقليدي في أنه يتم باستخدام وسيط الكتروني من خلال شبكة الإنترنت.

➢ **تعريف الإيجاب الالكتروني:** هو تعبير جازم عن الارادة، يتم عن بعد عبر تقنيات الاتصال سواء أكانت مسموعة أم مرتبة أم كلتيهما ، ويتضمن كافة الشروط والعناصر الأساسية للعقد المراد ابرامه ، بحيث ينعقد به العقد اذا ما تلاقي معه القبول،[4]وقد عرفته محكمة النقض المصرية الايجاب بأنه " هو العرض الذي يعبر به الشخص الصادر منه على وجه جازم عن ارادته في ابرام عقد معين بحيث ان اقترن به قبول مطابق انعقد العقد [5].

---

[1] محمد عماد الدين عياض ، **نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش** ، مجلة دفاتر السياسة والقانون ، العدد التاسع ، جوان 2013، ص .63

[2] طارق كميل ، **حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت**، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث ، مجلد 0، العدد 00، ص.66

[3] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 2009/02/25، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ربع 15 الصادر في 8 مارس 2009.

[4] العيشي عبد الرحمان ، **ركن الرضا في العقد الإلكتروني** ، أطروحة دكتوراه في القانون ، قسم القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 01 ، الجزائر ، الجزائر ، 2016/2017، ص.142.

[5] خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق ص.316.

➢ **شروط الإيجاب الإلكتروني :** من خلال التعاريف السابقة يتبين لنا مجموعة من الشروط والخصائص للإيجاب الإلكتروني وهي :

أ. أن يكون محددا وواضحا :ذلك باستخدام عبارات دقيقة تُعبّرعن إرادة الموجب بوضوح[1].

ب. يجب أن يكون الإيجاب باتا :يشترط أن يكون الإيجاب جازمًا ويعبر عن نية حاسمة لإبرام العقد.[2]

➢ **خصائص الايجاب الالكتروني:**

أ. الايجاب الالكتروني يتم عبر وسيط الكتروني :يتطلب الإيجاب الإلكتروني وجود وسيط إلكتروني يُعرف بمقدم خدمة الإنترنت، حيث يتم الإيجاب عبر الشبكة باستخدام وسيلة إلكترونية محددة.

ب. الايجاب الالكتروني يتم عن بعد :بما أن العقد الإلكتروني يُعد من العقود المبرمة عن بعد، فإن الإيجاب الإلكتروني يخضع بدوره للقواعد الخاصة بحماية المستهلك في هذا النوع من العقود، لذلك، يُلزم المهني أو المورد بتقديم معلومات واضحة للمستهلك، تشمل: هوية التاجر، عنوانه، مركزه الرئيسي، البريد الإلكتروني، خصائص المنتجات أو

ج. الخدمات، الأسعار، وسائل الدفع، طريقة التسليم، حق الرجوع عن التعاقد، خدمات ما بعد البيع، ومدة الضمان[3].

د. الايجاب الالكتروني يكون في الغالب ايجابا دوليا :الإيجاب الإلكتروني يتم عبر وسائل إلكترونية من خلال شبكة الإنترنت، مما يجعله غير مقيد بالحدود ، ويكسبه طابعًا دوليًا بفضل الانفتاح والعالمية التي تتيحها الشبكة.[4]

❖ **القبول الالكتروني** :لا يكفي لإبرام العقود وجود الايجاب وحده، فلا بد أن تقابله ارادة عقدية أخرى تتضمن قبولا لهذا الايجاب مطابقا له من المتعاقد الآخر .[5]

---

[1] بن جامع مليكة ، **حماية المستهلك المعلوماتي** ، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية –قانون خاص–، قسم القانون ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة الجيلاني اليابس ، سيدي بلعباس ، الجزائر ، 2018/2017، ص.72.

[2] بن جامع مليكة، المرجع نفسه ، ص.72.

[3] خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق ، ص.322.

[4] خالد ممدوح إبراهيم،المرجع نفسه، ص.323.

[5] بن جامع مليكة ،المرجع السابق ، ص.72.

➢ **تعريف القبول الإلكتروني :** يعتبر القبول مقبولا اذا استلم مرسل هذا الايجاب قبولا غير مشروط للإيجاب من خلال التوقيت المحدد، وفي الغالب يصدر القبول الالكتروني من المستهلك ويتم عن بعد وعبر وسيط الكتروني ويكون الايجاب مطابقا.[1]

➢ **شروط القبول الإلكتروني :**يجب توفر مجموعة من الشروط كمايلي:

أ. أن يكون مطابقا للايجاب: يجب أن يكون القبول مطابقا للايجاب أن يطابق العناصر الجوهرية التي يتضمنها الايجاب ، أما اذا عدل القبول هذه العناصر فلا ينعقد العقد لانهما يكونا بصدد ايجاب جديد وهذا عملا بأحكام المادة 66 ق م ج" .[2]

ب. أن يكون صريحا : طبقا للقواعد العامة ، فالتعبير عن الارادة يكون باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المتداولة عرفا ، كما يكون باتخاذ موقف لا يدع شك في دلالته على مقصود صاحبه ، كما يجوز أن يكون التعبير عن الارادة ضمنيا اذا لم ينص القانون أو يتفق الطرفان على أن يكون صريحا .

ج. أن يكون واضحا وحرا : ويكون القبول واضحا اذا اشتمل على عدد من البيانات التي عرف بهوية المستهلك ، ويكون حرا اذا أقدم المستهلك على قبول العرض دون الضغط أو إكراه.

الفرع الثاني : تفعيل حق المستهلك الإلكتروني في مواجهة الشروط التعسفية :

يتمثل التحدي في التجارة الإلكترونية في تفاوت المراكز القانونية بين أطراف العلاقة التعاقدية، حيث يسيطر الطرف القوي (المهني) على الشروط لصالحه، مما يضر بمصالح المستهلك الذي يفتقر إلى الكفاءة والمعرفة الكافية بسبب التعقيدات التكنولوجية لذلك عملت التشريعات على مواجهة الشروط التعسفية وحماية المستهلك ضدها لضمان عدالة العلاقة التعاقدية.

أولا : مفهوم الشروط التعسفية

[1] العيشي عبد الرحمان ،المرجع السابق ، ص.164.

[2] بن جامع مليكة ،المرجع السابق ، ص.76.

❖ **المعنى الفقهي التشريعي والقضائي للشرط التعسفي** :تعني كلمة تعسف لغة " التعسف من تعسُف الظلم ، والتصرف الذي لا مبرر له ".[1]

➢ **التعريف الفقهي** :تم تعريفه بأنه تلك الشروط التي يفرضها المتعاقد القوي من الناحية الاقتصادية على المتعاقد الضعيف من الناحية نفسها ولا يستطيع هذا الأخير إلا أن يقبلها نظرًا لضعف مركزه الاقتصادي، بحيث لو لم يكن في هذا المركز الضعيف لما قبلها،[2]ونلاحظ أن التعريف ركزعلى التفوق الاقتصادي للطرف القوي في العلاقة التعاقدية. ويعد التعريف الأمثل للشروط التعسفية هو تلك التي تؤدي إلى اختلال كبير في التوازن بين حقوق والتزامات أطراف العقد، مما يمنح للطرف القوي ميزة غير عادلة تؤدي إلى إلحاق الضرر بالطرف الضعيف.

➢ **التعريف التشريعي** :عرف المشرع الفرنسي الشروط التعسفية في قانون حماية المستهلك بالمادة (35) على أنها "الشروط التي يفرضها المهني على المستهلك أو غير المهني نتيجة تعسف المهني في استعمال سلطته الاقتصادية للحصول على ميزة فاحشة"،والمشرع الجزائري في تعريفه للشروط التعسفية تأثر بتعريف المشرع الفرنسي، إلا أن تعريفه جاء عامًا ولم يحدد أطراف العقد كما فعل المشرع الفرنسي لذا.

➢ **التعريف القضائي** :وقد عرف القضاء الشرط التعسفي، حيث ذهب القضاء الفرنسي إلى أن الشرط التعسفي يوجد إذا كان يتضمن تصرفًا غير مشروع يعدل المبادئ العامة للعقد بشكل غير متوافق مع الاحترام الواجب لحسن النية العقدي، وذلك في أحد أحكامه في صدد علاقة بين البنك وأحد عملائه.[3]

ثانيا : أنواع الشروط التعسفية :تتعدد أنواع الشروط التعسفية نذكرها فيما يلي [4]:

---

[1] مشعل بن مطلق بن مقذل العتيبي ، **التعسف في استعمال حق الولاية على المرأة (دراسة تأصيلية مقارنة)**، الطبعة 01، مكتبة القانون والإقتصاد ، المملكة العربية السعودية ، الرياض ، 2011،ص.41

[2] حلا محمود شاكر الملا خلف ، الحماية القانونية للمذعن في عقود الإذعان ، دار اليازوري العلمية ، الأردن ، عمان ، 2024، ص.186.

[3] حلا محمود شاكر الملا خلف ، المرجع نفسه، ص.188.

[4] غدوشي نعيمة ، **حماية المستهلك الإلكتروني** ، مذكرة الماجستير في المسؤولية المهنية ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، 2012 ، 39

❖ **الشروط التعسفية المتعلقة بتكوين العقد:** يمكن أن يضع المهني أو المحترف شروطا تعسفية تتعلق بـ:

➢ حقيقة الشيء المبيع مثل الشرط الذي يسمح للمهني بأن يعدل بإرادته المنفردة في بعض خصائص الشيء المطلوب ، أو أن يحتفظ لنفسه بحق تسليم محل غير مطابق للمواصفات المعروضة.

➢ الشرط المتعلق بتحديد الثمن ، فعلى سبيل المثال الشرط الذي يضعه المحترف في العقد ليرفع بمقتضاه السعر خلال الفترة ما بين انعقاد العقد والتسليم ، فمنتجو السيارات يدخلون في عقود شراء السيارات شروطا من هذا القبيلالسيارة تباع بالسعر الذي سيصير إليه لحظة التسليم وليس لحظة التعاقد.

❖ **الشروط التعسفية المتعلقة بتنفيذ العقد**: إن التزام المحترف باحترام الوعود والضمانات والتزاماته بتحمل المسؤولية عادة ما يدفعه إلى وضع شروط تعسفية بشأنها من أجل تخفيف أعبائه والتزاماته ، ومن هذه الشروط :

➢ **الشروط المتعلقة بالتسليم** :فالتسليم يدفع المحترف إلى اشتراط سلطته المنفردة والمطلقة في تحديد موعد تسليم المبيع بدون التزامه بتقديم أعذار عن التأخير أو أسباب اختيار موعد معين دون غيره

الشروط المتعلقة بالمسؤولية والضمان: تعتبر الشروط التعسفية التي تتعلق بتطويع أهم التزامات المحترف وهي التزامه بضمان العيوب الخفية ، فيبحث عن طريقة من أجل تحديدها في بعض أجزاء المبيع دون غيرها[1].

ثالثا : معايير تحديد الشروط التعسفية :يستوجب توفر شرطان ومها كما يلي:

❖ **معيار تصف النفوذ الاقتصادي للمهني** :يعتمد معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية على استغلال المهني لوضعه الاقتصادي القوي عند التعاقد مع المستهلكين، حيث يستخدم هذه المكانة لفرض شروط تعاقدية تحقق له ميزات خاصة،ويُعتبر هذا النفوذ الاقتصادي نوعًا من الهيمنة في السوق، إذ أن القوة الاقتصادية ووضعية الهيمنة مرتبطتان ارتباطًا وثيقًا وجهين لعملة واحدة.

[1] غدوشي نعيمة ، المرجع السابق ، ص.40.

❖ **معيار الميزة المفرطة التي يحصل عليها المهني بمناسبة التعاقد :**تعتبر الميزة المفرطة التي يحصل عليها المهني بمناسبة التعاقد عنصرا موضوعيا يتعلق بتوفير مزايا مبالغ فيها للمهني[1] كيفما كان نوع هذه المزايا يعرفها الفقيه GIAMEعلى أنها المقابل المغالي فيه وذلك باسطة شرط أو عدة شروط عديدة تكون مخالفة للقانون المدني أو التجاري.

المطلب الثالث : حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التنفيذ:

الالتزام بالضمان يعد من أهم الالتزامات القانونية، خاصة في ظل نقص خبرة المستهلك الإلكتروني وافتقاره للثقافة الاستهلاكية الكافية لذا تدخل المشرع لتنظيم العلاقات التعاقدية بهدف حماية المصالح المادية للمستهلك.

الفرع الأول :الإلتزام بضمان العيوب الخفية :إن القواعد العامة التي تفرض توفير الحماية للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية أثناء تنفيذ العقد تظهر من خلال الحماية من العيوب الخفية.

أولا :مفهوم العيب الموجب الضمان

❖ **التعريف بالعيب الخفي :**اختلفت التشريعات في تعريف العيب الخفي ، فأما المشرع العراقي فكان السباق لتعريفه جلية من خلال نص المادة 558 من قانونه المدني الصادر سنة 1951 والتي نصت على مايلي : العيب هو ما ينقص ثمن المبيع عند التجار وأرباب الخبرة أو ما : يفوت به غرض صحيح اذا كان الغالب في أمثال المبيع من عدمه، وقد عرفته محكمة النقض المصرية بأنه : الاقة الطارئة اتي تخو منها الفطرة التي تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع [2].

---

[1] بوشارب إيمان ، **حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك** ، مذكرة ماجستير في قانون العقود المدنية ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر ، 2012/2011

[2] عبد الله ذيب عبد الله محمود ، **حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني –دراسة مقارنة–** ، مذكرة ماجستير في القانون الخاص ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، فلسطين ، 2009 ، ص.28.

❖ **شروط العيب الخفي :**لاعتبار العيب خفيا موجبا للضمان يتطلب الشروط :[1]

➢ يجب أن يكون العيب قديما أي سابقا على البيع.

➢ يجب ان يكون العيب مؤثرا أي من شأنه الانقاص من قيمة الشئ المبيع أو من نفعه المادي .

➢ يجب أن يكون العيب خفيا ويعتبر كذلك اذا لم يستطع المشتري تبينه عن طريق فحص المبيع بعناية الرجل العادي.

ثانيا :مظاهر الحماية المدنية للإلتزام بضمان العيوب الخفية : يحق للمستهلك الإلكتروني المطالبة بضمان العيب الخفي مثلما يحق للمستهلك العادي، بما في ذلك استبدال المبيع أو إصلاحه وإذا تعذر ذلك، يمكن للمستهلك اختيار استرجاع الثمن أو الاحتفاظ بالمنتج مع المطالبة بتخفيض الثمن إذا كان العيب بسيطًا، كما نصت عليه المادة 09 من المرسوم التنفيذي 90-266 بالإضافة إلى ذلك، يحق للمستهلك أن يطلب من محترف مؤهل إصلاح المنتج المعيب على نفقة البائع، ويجبر البائع على دفع تعويض عن الضرر الذي لحق بالمستهلك بسبب العيب، كما يجب على المستهلك تقديم طلبه لتنفيذ الضمان بمجرد ظهور العيب، ما لم يكن هناك اتفاق يخالف ذلك ويتعين على المحترف تنفيذ التزامه بالضمان في أجل محدد مع المشتري، وإذا لم يكن هناك اتفاق بشأن هذا الأجل، فيجب أن يتم التنفيذ خلال سبعة (7) أيام من تاريخ الطلب. وفي حالة تقصير المحترف بعد مرور هذه المدة، يمكن للمستهلك رفع دعوى قضائية أمام المحكمة المختصة خلال سنة. وبالتالي، أصبح الضمان أمرًا ملزمًا وفقًا لقواعد النظام العام وليس مجرد مسألة اختيارية تعود لإرادة المحترف.[2]

---

[1] سليمة لدغش ، **حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت بين الواقع و الضرورة** ، مجلة الحقوق و الحريات ،مخبر الحقوق و الحريات في الأنظمة المقارنة ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر ، العدد 04 ، المجلد 05 ، أفريل 2017 ، ص.372.

[2] صياد الصادق ، **حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم :03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش** ، مذكرة ماجستير في قانون أعمال ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة 01 ، قسنطينة ، الجزائر ، 2014/2013 ، ص.67.

وتخلص مما سبق أن ضمان العيب الخفي لا يكفي في تأمين حماية المستهلك الالكتروني ، لصعوبة كشف العيب الخفي من جهة أمام المزود لما يتمتع به هذا الأخير من المهنية والخبرة قبل المستهلك الالكتروني خصوصا وأن من بين عيوب التجارة الالكترونية عدم القدرة على رؤية أو فحص المبيع والذي تسبب في ابتعاد الكثير من المستلهلكين عنها[1].

الفرع الثاني :الإلتزام بضمان السلامة :لضمان حماية أكبر للمستهلك، أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 327/13 في 26 سبتمبر 2013، الذي يحدد شروط وكيفيات تنفيذ ضمان السلع والخدمات. جاء هذا المرسوم لمواكبة التطور الصناعي والتكنولوجي في المنتجات الاستهلاكية التي أصبح اعتماد المستهلكين عليها أمرًا ضروريًا، ولتحقيق التوازن في العلاقة الاستهلاكية من خلال فرض مزيد من الالتزامات على المتدخلين لحماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف. هذا يعبر عنه بالالتزام بالسلامة، وهو ثاني التزامات المهني أو المحترف تجاه المستهلك.

أولا :مفهوم الإلتزام بضمان بالسلامة

❖**تعريف الإلتزام بالسلامة** :يعرف الالتزام بضمان السلامة بأنه الالتزام الذي حرص فيه المدين سواء كان بائعا أو صانعا أو منتجا على تنفيذ العقد دون أن يلحق

أضرار بالدائن (المشتري).

❖**شروط الإلتزام بضمان بالسلامة** :

➢ **وجود خطر يهدد أحد المتعاقدين في سلامته الجسدية** :عقد البيع الإلكتروني يتميز بتعقيد خاص نتيجة للتقدم الصناعي وتعقد الأجهزة الحديثة مثل الأجهزة الطبية أو الرياضية، مما يزيد من المخاطر المحتملة على المستهلكين في هذا النوع من البيع، يشتري المستهلك السلعة عبر الإنترنت دون أن يكون لديه سوى المعلومات المقدمة من البائع.

[1]معزوز دليلة ، العقد الإلكتروني ، **محاضرات الطلبة السنة الأولى ماستر تخصص عقود ومسؤولية** ، كلية الحقوق ، جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ، الجزائر ، 2016/2015 ، ص.62.

➢ **أن يكون الحفاظ على السلامة الجسدية لاحد العاقدين موكلا للآخر** : نظرًا لجهل المستهلك الإلكتروني بتكوين السلع المعقدة، يترك ضمان سلامتها للبائع المحترف ويكون خاضعًا لهذا الضمان بسبب تعقيد هذه السلع وصعوبة اكتشاف أي خلل فيها، يعتمد المستهلك على البائع لتوفير الضمان، خصوصًا في ظل الفارق العلمي والاقتصادي بين الطرفين، مما يتيح للبائع فرض شروطه على المستهلك.

ثانيا :الطبيعة القانونية للإلتزام بضمان بالسلامة وجزاء الإخلال به :

❖ **الطبيعة القانونية بالإلتزام بضمان السلامة** :اختلف الفقه في تحديد الطبيعة القانونية الالتزام بضمان.

➢ **ضمان السلامة التزام ببذل عناية** : في الالتزام ببذل عناية على الدائن إثبات خطأ المدين الذي كان سببا في حدوث الضرر الذي أصابه ، بحيث لا يكفي حدوث الضرر، وإنما إثبات خطأ المدين والعلاقة السببية لان المدين هنا غير ملزم بتحقيق نتيجة وإنما ببدل عناية[1] ، ويترتب على اعتبار الالتزام بضمان السلامة ، التزما يبذل عناية ، أنه لا يكفي عندئد للمستهلك الحصول على التعويض أن يثبت حصول الضرر بفعل المنتوج، بل يتعين عليه أن يقيم الدليل على خطأ المتدخل المتمثل في عدم اتخاذ الاحتياطات اللازمة لتلاقي وجود عيب أو خطورة بالسلعة المبيعة ، فيكون المتدخل مخطئا ، إن هو لم يتخذ الاحتياطات ، أو اذا علم وجود العيب ولم يلفت نظر المشتري اليه[2].

➢ **ضمان السلامة التزام بتحقيق نتيجة** :إذا اعتبرنا الالتزام بضمان السلامة التزامًا بتحقيق نتيجة، فإن ذلك يسهل عبء الإثبات على المضرور، الذي يمكنه الحصول على التعويض بمجرد إثبات حصول الضرر بسبب السلعة المشتراة. في هذه الحالة، يستحق المستهلك التعويض إذا أثبت وجود الضرر وعلاقة السببية بين الضرر والسلعة.

---

[1] جريفيلي محمد ، **حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه في قانون خاص معمق** ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة أحمد درارية ، درار ، الجزائر ،2017/2018 ،ص.302

[2] زوبة سميرة، **الأحكام القانونية المستحدثة لحماية المستهلك المتعاقد** ، أطروحة دكتوراه في القانون ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، 2016، ص.244

❖**جزاء الإخلال بالإلتزام ضمان السلامة** :إن القانون المدني لم ينظم مسؤولية المتدخل عن الأضرار التي تلحق للمستهلك بسبب منتجاته المعيبة الا أن تعديل القانون المدني 2005، جاء فيه نص المادة 140 مكرر التي تنظم مسؤولية المنتج وهي مسؤولية احتياطية، تقوم إلى جانب المسؤولية التقصيرية والمسؤولية العقدية ، فهي لا تستبعد هاتين المسؤوليتن ، انما يكون للمضرور الرجوع على المنتج إما على أساس المسؤولية العقدية أو التقصيرية أو المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة، وتعتبر هذه الأخيرة من النظام العام أي لا يمكن الاتفاق على مخالفتها،[1] ومتى ثبت للمحكمة توافر عناصر المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهما يتعين عليها الحكم بتعويض مناسب للمستهلك المتضرر،

الفرع الثاني :حماية المستهلك الإلكتروني ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني وتكريس حق العدول :

يلتزم المستهلك بدفع الثمن مقابل الحصول على السلعة أو الخدمة، بينما يلتزم المهني بتوفير الحماية للمستهلك الإلكتروني نظرًا لنقص خبرته.

أولا : حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني :ظهر نظام الوفاء الالكتروني نتيجة التطور التكنولوجي تعد من أهم مكونات نظام الدفع الالكتروني التي من خلالها المعاملات المالية التي تتم في بيئة افتراضية.[2]

❖**مفهوم الوفاء الإلكتروني** :يقصدبه كل عملية وفاء تتم بواسطة بطاقة ذات أشرطة ممغلظة أو تلك التي تحتوي على دوائر الكترونية منفذ (ميكرو بروسيسور) لدى جميع شبكات الوفاء المزودة بالات الوفاء الحديثة .(T.P.V) .(T.P.E)، وذلك باستخدام وسائل الدفع موجودة أو معروفة من قبل وتم تطوريها التتوافق وحاجات التجارة الالكترونية

[1] بركات كريمة ، **حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني(دراسة مقارنة)**، محاضرات لطلبة السنة أولى ماستر ، تخصص عقود ومسؤولية 2016/2017 ،ص.120.

[2] حوالف عبد الصمد ، **الحالة القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية** ، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية ، العدد15 ، جانفي 2016 ، ص.128.

، وأما بالرجوع إلى وسائل الدفع المستحدثة وهذا ماكده نص المادة 27 من القانون رقم 18/05 المتعلق بالتجارة الالكترونية يتم الدفع في المعاملات التجارية الالكترونية أما عن بعد أو عند تسليم المنتوج، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به. [1]بالرغم من مميزات وسائل الدفع الإلكترونية من السرعة وتسهيل في عمليات التبادل التجاري على غرار الوسائل التقليدية التي تتميز بالبطئ إلا أنها قد ينتج عنها مخاطر على المستهلك الالكتروني لعدم درايته بطرق استخدامها لنقص خيرته.

ثانيا : ضمانات حماية المستهلك ضد مخاطر الوفاء الإلكتروني :لحماية المستهلك الالكتروني من مخاطر الوفاء فكان لابد من وضع ضمانات لمواجهتها.

❖ **تأمين الوفاء الإلكتروني :**فهو عبارة عن حماية وتأمين كافة المواد المستخدمة في معالجة المعلومات ، حيث يتم تأمين المنشأة ، ويتم ذلك عن طريق إتباع اجراءات ووسائل حماية عديدة تضمن في النهاية سلامة المعلومات وهي الكنز الثمين الذي يجب على المنشأة المحافظة عليه [2]، وتفاديا للمخاطر التي قد يتعرض لها وسائل الدفع بهذه البطاقات الالكترونية من قرصنة معلوماتية محتملة ، على أرقامها السرية وحماية المستهلكين المتعاملين بهذه البطاقات قدمت عدة مشاريع.

❖ **الضمانات التشريعية :**متمثلة كالأتي:

- يلتزم البنك والمؤسسات المالية بإعلام العملاءبكل ما يتعلق بوسائل الدفع الإلكتروني قبل التعاقد.
- يقضي التشريع ببطلان أي شرط تعسفي في العقود بين البنك والعميل المستهلك، كعدم مسؤولية البنك عن الوفاء غير المشروع، أو عن أخطاء الكمبيوتر، أو عن التحقق من هوية المستخدم، وأيضًا الشروط التي تسمح للبنك بتعديل الفائدة أو العمولة دون اتفاق

---

[1] أمينة بن عميور ، **متطلبات نظام الدفع الإلكتروني في مجال المعاملات الإلكترونية في إطار القانون رقم 18-05** ، مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد 30، العدد 03 ، ديسمبر 2019 ، ص.101.

[2]دبابش عبد الرؤوف ، ذبيح هشام ، **وسائل الدفع ما بين الحماية التقنية و القانونية للمستهلك الإلكتروني**، مجلة الإجتهاد القضائي ،العدد 09، المجلد 14 ،مخبر أثر الإجتهاد القضائي على حركة التشريع ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر ، أفريل 2017، ص.104.

مسبقوبشكل عام، يُبطل كل شرط يُحمّل المستهلك التزامات إضافية أو يقلل من حقوقه لصالح البنك.

- يجب ترك الحرية للمستهلك في اختيار وسيلة الوفاء التي تناسبة

ثالثا : تفعيل حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن التعاقد :إن حق العدول عن التعاقد مكفول قانونا باعتباره احد الطرق المستحدثة التي تعمل على تكريس الحماية للمستهلك الذي عمل على شراء سلع ومنتوجات دون دراية كافية عليها إضافة الى عدم وجود امكانية حقيقية للمستهلك المتعاقد عن بعد لرؤية ما يتم التعاقد عليه أو التحقق من خصائصه ،وبالتالي فإن هذا الحق يمثل وسيلة هامة في حماية المستهلك المتعاقد لنقص خبرته وحمله وحث على التعاقد عن بعد دون رؤية السلعة أو الخدمة المتعاقد عليها.

❖ **مفهوم العدول :**

➢ **تعريف الحق في العدول** :اختلفت تعريفات فهناك من يرى حق المستهلك الالكتروني في العدول في إمكانية الإرجاع السلعة أو رفضه للخدمة خلال مدة زمنية محددة قانونا ، دون ضرورة اداء أية مبررات مع التزام المحترف بحسب الأحول برد قيمتها ، مع تحمل المستهلك مصروفات الرجوع فقط،[1] كما نجد في التشريع الجزائري أنه نص على حق العدول بموجب المادة 13 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمتعلقة بحق الضمان يجب على المتدخل خلال فترة الضمان في حالة ظهور عيب استبدله أو إرجاع ثمنه التي تنص"**يجب على المتدخل خلال فترة الضمان في حالة ظهورعيب استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المتنوج أو تعديل على نفقته** " وكذا المادة 372/13 الذي يحدد شروط وضع السلعوالخدمات حيز التنفيذ،[2] أما قانون التجارة الإلكتروني الجزائري لم يعرف حق العدول بل نص على حق المستهلك الإلكتروني من إعادة إرسال المنتوج على حالته وفي غلافه الأصلي في حالة عدم احترام المورد

---

[1]أكسوم عيلام رشيدة ، **المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني** ، أطروحة دكتوراه في قانون خاص داخلي ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر، 2018، ص. 368.

[2]يلس آسيا ، **حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد "بين الحاجة و غموض النص"** ، مجلة الإجتهاد القضائي ، العدد 14،أفريل 2017، ص.514.

الإلكتروني لأجل التسليم في أجل(04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج مع ذكر سبب الرفض .[1]

➢ **مبررات الحق في العدول :** يتم بموجب نص قانوني أو بموجب إتفاق أطراف العقد ، كإستثناء على مبدأ العقد شريعة المتعاقدين والقوة الملزمة للعقد والذي منحته قوانين حماية المستهلك والمعاملات الالكترونية للمستهلك،فلا يرتبط الحق في العدول بحماية المستهلك الالكتروني أو المستهلك المتعاقد عن بعد فقط ، بل مرتبط وجوده بكل تشريع يهدف الى حماية المستهلك ، لكن اختلاف طبيعة العقد الالكتروني تجعل الحق في العدول أكثر من ضرورة بالنسبة للمستهلك الالكتروني فهو طرف ضعيف في العقد في مواجهة الطرف الضعيف[2]، فالحق في العدول ، يهدف بصفة أصلية الى حماية رضا المستهلك، وتقنينه مما يعلق به من عوامل المجازفة التي تؤدي الى الندم، ويكون ذلك من خلال اعطائه مهلة اضافيةللتروي والتدير في أمر العقد الذي أبرمه ، تفاديا للأخطار التي تلحق به التسرعه في التعاقد خاصة لما تتميز به المعاملات الحالية من دعاية وإغراء في المجال الالكتروني بالذات.

❖ **إجراءات ممارسة حق العدول و أثاره :**

➢ **إجراءات ممارسة حق العدول :**رغم أهمية وتأثير الشكلية على جوهر ضمان العدول ، الا أن التشريعات الأولى التي تضمنته في مجال التعاقد عن بعد ، أجازات للمستهلك مباشرته من دون أن تفرض عليه أي التزام يقضي بإتباع أسلوب معين أو اجراءات محددة يعبر من خلالها على إرادته في العدول.[3]

➢ **أثار ممارسة حق العدول لطرفي العقد :**يترتب على استعمال المستهلك حقه في الرجوع بالشروط عدد من الآثار[4] :

---

[1]نصيرة غزالي ، **الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك** ، مجلة آفاق علمية ، المجلد 11، العدد 03، 2019 ، ص.300.

[2] خلفي عبد الرحمان ، **حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري(دراسة مقارنة)** ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) ، المجلد 27، العدد01 ، 2013، ص.14.

[3]خلفي عبد الرحمان ،المرجع نفسه ، ص.14.

[4]يلس آسيا ، المرجع السابق ، ص.07

أ. أثـار العـدول بالنسـبة للمحتـرف أو المهنـي المتعاقـد: قيامـه بإرجـاع السلعة أو رفض الخدمـة ، أن يلتزم التـاجر يرد المبلـغ الـذي دفعـه للمستهلك مقابـل تلـك السلعة أو الخدمة .

ب. أثـار العدول بالنسبة للمستهلك المتعاقد :يترتب علـى ممارسة المستهلك لحقه في العدول فسخ عقد الاستهلاك الذي يجمعه مع المحترف ويكون ذلك مبررا لكون العقد يتأسس دون الفحص المادي للمنتوج ، وانما مجرد رؤيته عن بعد بالوسائل الالكترونية ، من خـلال الوصـف والخصـائص التـي يضـعها المحتـرف عبـر شاشـة العـرض ، أيـن لا يتماشى مع رغباته ومتطلبات احتياجاته الاستهلاكية ، فلا يكون المستهلك حينها مجبرا علـى اسـتهلاكه لسـلعة أو خدمـة لا تناسـبه ممـا يبـرر حقـه فـي العـدول. فـإن ممارسـة المستهلك لحق العدول ، يستتبعه رد المبيع ان كان سلعة أو التنازل عن الخدمة بالنسبة للسلعة ، ينبغي ردها على الحالة التي كانت عليها وقت ابرام العقد أو وقت التسليم ، غير أنـه عنـد بيـع المنتوجـات الغذائيـة القابلـة للتلـف ، يستحسـن عـدم ردهـا ومطالبـة البـائع بالتعويض، ومن الملاحظ أن ذلك يطبق بالنسبة لحالة ارجاع السلعة ، فهي التي يتكلف اعادتها مرة أخرى للتاجر مصروفات الرجوع (مصروفات نقل وشحن)، أما اذا كان العقد يتعلق بخدمة وقام المستهلك باستخدام حقه في الرجوع ورفض الخدمة بعد ابرام العقد ، فلن يتحمل أي شئ حيث ان الخدمة لم تؤدى بعد ، وكذلك لا يوجد شئ معين يقوم المستهلك بإرجاعه،للمستهلك حق ارجاع السلعة للمهني دون ابدأ الاسباب او تحمل عقوبات ، بل عليه فقط تحمل تكاليف الرجوع عن العقد ، وهذا ما يبرره كون المستهلك هو الذي اتخذ قراره بالعدول عن العقد بإرادته المنفردة ، ودون تقصير من جانب المهني[1].

الفرع الثالث :حماية المستهلك الإلكتروني خلال وقوع النزاع :

إن غالب العقود المبرمة في مجال التجارة الالكترونية ما تكون عقود دولية فقد يقع نزاع بين المستهلك والتاجر المحترف نتيجة عدم الاتفاق على تنفيذ العقد المبرم بينهما بحيث قد يتم ابرام العقد في مكان والتنفيذ يكون في مكان آخر ومن تم فإنهما يواجهان مشكلة القانون الواجب التطبيق.

[1]سي يوسف زاهية حورية ، المرجع نفسه ، ص.23.

أولا : القانون الواجب التطبيق :تتم عقود الاستهلاك الالكترونية خلال شبكة المعلومات والاتصالات ، لذلك فهي في الغالب تكون عقود دولية تنتمي لأكثر من نظام قانوني وهو ما يؤدي إلى أن تثور مشكلة تنازع القوانين،[1]لذلك تعتبر مسألة القانون الواجب التطبيق من أبرز المشكلات القانونية التي يثيره العقد المبرم عبر الانترنت باعتباره عقد دولي للحدود الوطنية، وبالتالي يمكن أن يكون أحد أطرافه أجنبي من أجل ذلك لابد من معرفة القانون الواجب التطبيق على هذا العقد.[2]

❖**حماية المستهلك الإلكتروني بتكريس قانون الإرادة:**لا تثور أي مشكلة في العقد الالكتروني من حيث القانون الواجب التطبيق " اذا كان أطراف التعاقد في بلد واحد أن سوف يطبق قانون هذا البلد ، ولكن نظرا لأن المعاملات الالكترونية تتسم في الغالب بالطابع الدولي نظرا لعالمية شبكة فهي في أغلب الأحوال تشتمل على طرف أجنبي ولذلك تثور مسألة هامة وهي مشكلة تحديد المحكمة المختصة والقانون الواجب التطبيق.

ثانيا : الضوابط المرنة لإسناد العلاقة التعاقدية :ازاء الانتقادات التي وجهت اللي ضوابط الاستاد الجامدة، والتي أثبتت عدم ملائمتها وصعوبة تطبيقها على العقود التجارة الالكترونية وعدم كفايتها في توفير الحماية الفعالة للمستهلك بوصفه طرفا ضعيفا في عقد الاستهلاك الالكتروني ، تبنى الفقه والقضاء ضابط مين يتلائم مع واقع التجارة الدولية المتطور وهو ضابط الاداء المميز للعقد.[3]

❖**فكرة التركيز الموضوعي :**ظهر كوسيلة لتحديد القانون الواجب التطبيق على العقود الدولية على اثر الانتقادات الموجهة لقانون الارادة بما يتضمنه من مخاطر على حماية العاقد الضعيف بصفة عامة وعلى المستهلك بصفة خاصة ،حيث تأخذ منهجية التركيز الموضوعي بعين الاعتبار مصالح المستهلك بوصفه طرفا ضعيفا عند تحديد القانون الواجب التطبيق في حين يتم اختيار هذا القانون طبقا لقانون الإرادة اعتمادا على

[1]خالد ممدوح إبراهيم ، المرجع السابق ، ص.447.

[2]بن جامع مليكة ،المرجع السابق ، ص.246.

[3]بن جامع مليكة ،المرجع السابق ، ص.258.

مبدأ سلطان الارادة بصفة أساسية دون النظر إلى مصالح المستهلك[1] ، قد تلحق بالمستهلك جراء الحرية المطلقة لمبدأ سلطان الارادة.

❖ **فكرة الأداء المميز** :يعرف بعض الفقه الاداء المميز للعقد بأنه : الاداء الذي يسمح بوصف العقد وتمييزه عن غيره من العقود الأخرى، فمن خلال التعريف يمكن القول أن فكرة الاداء المميز للعلاقة التعاقدية قد كفات للمتعاقدين ضمان القانون دون أن تفقد مع ذلك المرونة المتطلبة في الاستاد بخصوص طبيعة العقد محل النزاع هذا من ناحية،[2].

ثالثا : إجراءات المتابعة لفض النزاع :فرضت التطورات الحاصلة على المستوى الاجتماعي والاقتصادي على سلطة القضاء أن يتكيف مع مستجدات العصر ومتطلباته، حيث كثرت النزاعات وتعددت ، وصار من الصعب على مرفق القضاء التصدي لها بما يحقق فكرة السرعة في البث فيها ، كما وقد صار من المؤكد أن الرضائية هي الأمثل في حل الخصومات بدلا من فرض حكم أو قرار من سلطة مؤهلة بعد طول اجراءات وسائل بديلة عن القضاء لفض النزاع القائم بينهما والمتمثلة في الوساطة الالكترونية والتحكيم الالكتروني كطرق ودية.[3]

❖ **الوسائل البديلة لفض النزاع** :تعد الوساطة احدى الوسائل الناجعة في حل الخلافات القائمة في عقود التجارة الالكترونية لإنسامها بالرضائية فهي عملية اقناع المتنازعين بقبول الحل المقترح دون اكراء أو ضغط " [4].

➢ **الوساطة الإلكترونية كآلية لفض النزاع** :تعرف الوساطة الالكترونية بأنها أهم الوسائل البديلة لحل النزعات الناشئة عن العقود المبرمة بالوسائل الالكترونية ،[1]كما

---

[1]عبوب زهير ،**الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية** ، أطروحة في دكتوراه القانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جتمعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، 2018، ص.352.

[2]عبوب زهير ،المرجع نفسه ، ص.362.

[3] محمد صالح روان ، **الطرق البديلة في حل المنازعات القضائية في قانون الإجراءات المدنية و الإدارية القانون 09/08 المؤرخ في 25فبراير2008 الصلح و الوساطة باعتبارهما طرقا قضائية –أنموذجا–** ،مجلة العلوم القانونية والسياسية ،المجلد09،العدد02،ص.493.

[4]غدوشي نعيمة ،المرجع السابق ،ص.105.

عرفتها المادة 01 من قانون الأونيسترال النموذجي للتوفيق التجاري الدولي بأنها : "**عملية يتم من خلالها حل النزاع وديا سواء بالوساطة أو التوفيق، مع محاولة الوسيط الوصول لحل ودي النزاع العقدي أو القانوني دون أن يملك سلطة اجبار المتنازعين على قبول الحل**"،وعليه تجرى الوساطة الالكترونية من خلال مجموعة من الاجراءات التي تتم بطرق الكترونية

- **التحكم الإلكتروني كآلية لفض النزاع :**يعود أساس وجود التحكيم الالكتروني الى ظهور بيئة جديدة تجرى فيها المعاملات القانونية والقانون الواجب التطبيق على منازعات الناشئة من هذه البيئة حيث يعد التحكيم الالكتروني الوسيلة الأكثر لجوء إليه على غيره من الوسائل الالكترونية الأخرى،[2]فالتحكيم عملية ارادية يتفق الاطراف بواسطتها على احالة النزاع إلى شخص ثالث ليس متحيرا يسمى المحكم ويتم اختياره من طرف الاطراف بصفة حرة ، الخصائص أهمها: تقريب المسافة ، تجنب قضايا الاختصاص التشريعي ، انخفاض التكاليف .

[1] خليفي سمير ، حل النزاعات في عقود التجارة الإلكترونية ،مذكرة ماجستير في قانون التعاون الدولي ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ،تيزي وزو ،الجزائر ،2010،ص.131.

[2] حمادوش أنيسة ، خصوصية التحكم الإلكتروني في حل المنازعات التجارية الإلكترونية ، مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد ب ، العدد 48 ، ديسمبر 2017، 229.

- **خلاصة الفصل الثاني :**

في خضم التطور التكنولوجي المتسارع وانتشار التجارة الإلكترونية كأحد أبرز مظاهر العصر الرقمي، برزت تحديات قانونية جديدة تتعلق بحماية المستهلك من ممارسات الغش والاحتيال التي قد يتعرض لها عبر الفضاء الإلكتروني. وقد بينت هذه المذكرة أن حماية المستهلك في هذا السياق تقتضي تفعيل مجموعة من الآليات التشريعية، والمؤسساتية، والرقابية، إلى جانب تعزيز الوعي الرقمي لدى المستهلكين .لقد أكدت الدراسة على أهمية تطوير الإطار القانوني ليواكب خصوصيات البيئة الإلكترونية، وتوفير وسائل إثبات إلكترونية فعالة، إلى جانب تقوية دور الهيئات الرقابية، وتعزيز التعاون الدولي لمكافحة الغش العابر للحدود. كما أن للثقافة القانونية دوراً جوهرياً في تمكين المستهلك من معرفة حقوقه وطرق التبليغ والدفاع عنها.

ومن خلال ما سبق، يمكن القول إن تحقيق حماية فعالة للمستهلك في التجارة الإلكترونية يتطلب تضافر جهود الدولة، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني، من أجل إرساء بيئة رقمية آمنة، تسهم في ترسيخ الثقة في المعاملات الإلكترونية، وتدعم النمو المستدام للاقتصاد الرقمي.

خاتمة

في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده العالم، أصبحت التجارة الإلكترونية واحدة من أبرز الوسائل التي يعتمد عليها الأفراد والمؤسسات في إتمام معاملاتهم التجارية. غير أن هذا التحول لم يكن خالياً من التحديات، بل رافقته العديد من الظواهر السلبية، وعلى رأسها الغش الإلكتروني، الذي بات يشكل تهديداً حقيقياً لثقة المستهلكين واستقرار الأسواق الرقمية .لقد تناولت هذه المذكرة موضوع الغش في التجارة الإلكترونية من جوانبه المختلفة، بدءاً من تعريفه وتمييزه عن بعض المفاهيم المشابهة، مروراً بصوره وأساليبه الشائعة، مثل بيع منتجات مزيفة أو مضللة، الاحتيال في وسائل الدفع، انتحال صفة المتاجر الرسمية، ووصولاً إلى العوامل التي ساهمت في تفشيه، كضعف الرقابة، ونقص الوعي القانوني، وصعوبة تتبع الجناة في الفضاء الرقمي .كما أبرزت الدراسة التحديات التي تواجه الجهات التشريعية والقضائية في مكافحة هذا النوع من الغش، خاصة في ظل الطابع العابر للحدود لهذه الجرائم، والسرعة التي تتم بها المعاملات، وصعوبة الإثبات الإلكتروني. ولضمان بيئة تجارية رقمية آمنة وموثوقةعليه، الحد من ظاهرة الغش في التجارة الإلكترونية يتطلب نهجاً شاملاً يرتكز على:

تطوير التشريعات بما يتماشى مع طبيعة الفضاء الرقمي وسرعة تطورأدوات الغش.

تعزيز الرقابة الإلكترونية وتوفير آليات إبلاغ فعالة ومباشرة للمستهلكين .تفعيل التعاون الدولي لتبادل المعلومات وتتبع مرتكبي الجرائم العابرة للحدود

.نشر الوعي الرقمي والقانوني لدى المستخدمين، لضمان تصرفهم الواعي والمسؤول أثناء التسوق الإلكتروني .تحفيز المنصات الإلكترونية على الالتزام بالشفافية، وتطبيق آليات تحقق صارمة للبائعين والمعلنين.

في الختام، يبقى الغش في التجارة الإلكترونية ظاهرة معقدة تتطلب معالجتها إرادة سياسية وتشريعية قوية، وتعاوناً بين مختلف الفاعلين، من أجل ضمان عدالة المعاملة، وحماية الحقوق، وتعزيز الثقة في هذا القطاع الواعد.

قائمة المصادر

والمراجع

***القرآن الكريم.**

أولا: قائمة المصادر:

أ- القوانين:

1.القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في15 غشت 2010 ج ر ، العدد 46 ، الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.

2.قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 2009/02/25، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ربع 15 الصادر في 8 مارس 2009.

3.القانون رقم 18-05 المؤرخ في2018/05/10، المتعلق بالتجارة الإلكترونية" ، ج-ر، ج-ج ، د.ش، العدد 28 ، الصادر في 2018/05/16 .

4.قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 رجب عام 1427 الموافق 15 غشت سنة ،2006 يتضمن تحديد سير الأقسام الإقليمية للتجارة و مفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود، ج ر عدد ،07 الصادرة في 28 يناير .2007.

5.ج ر عدد ،80 الصادرة في 07 ديسمبر 1997

ب-الأوامر:

1.الأمر رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 هجرية الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 هجرية الموافق 10 يونيو سنة 2018 ، جريدة رسمية ، العدد 35 ،الصادر في 13 يونيو 2018.

2.الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 12-08 المؤرخ في 25 يونيو 2008 و المتعلق بالمنافسة،ج ر عدد،36 الصادرة في 2 يوليو،2008 معدل و متمم.

3.الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، جريدة رسمية ، العدد 31 الصادر في 2007/05/13.

ج-المراسيم التنفيذية:

1.مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك،جريدة رسمية عدد 58 الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

2.مرسوم تنفيذي رقم 272-92 مؤرخ في 5 محرم عام 1413 الموافق 6 يوليو سنة 1992، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين وإختصاصاته، ج ر عدد 52، الصادرة سنة 1992.

3.مرسوم تنفيذي رقم 318-03 مؤرخ في 4 شعبان عام 1424 الموافق 30 سبتمبر سنة 2003، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 147-89 المؤرخ في 6 محرم عام 1410 الموافق 8 غشت سنة 1989 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيميه وعمله، ج ر عدد 59، الصادرة في 5 أكتوبر 200.

4.مرسوم تنفيذي رقم 409-03 مؤرخ في 10 رمضان عام 1427 الموافق 5 نوفمبر سنة 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحياتها و عملها، ج ر عدد 68، الصادرة في 9 نوفمبر 2003.

5.مرسوم تنفيذي رقم 453-02 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 يحدد صلاحيات 1 وزير التجارة، ج ر عدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002.

ثانيا: قائمة المراجع:

أ- الكتب:

1.إبراهيم العيسوي، "التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، الأكاديمية، مصر، 2003.

2.أحمد السعيد الزقرد، "الحماية والمظلة المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة"، دط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.

3.أحمد السيد طه كردي، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الالكترونية، جامعة بنها، الزقازيق، مصر، 2011 .

4.أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكتروني والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006.

5.حسين جفالي ، **الحماية الجنائية للمعاملات التجارية الإلكترونية في التشريع الجزائري ألفا للوثائق**.36 مكرر، نهج سايغي أحمد س.م.ك قسنطينة، الجزائر ، 2023.

6.حلا محمود شاكر الملا خلف ، الحماية القانونية للمذعن في عقود الإذعان ، دار اليازوري العلمية ، الأردن ، عمان ، 2024.

7.خالد ممدوح إبراهيم ، **إبرام العقد الإلكتروني –دراسة مقارنة** – ، الطبعة 02 ، دار الفكر الجامعي ، قسم كلية الحقوق ، الإسكندرية ، القاهرة ، 2011.

8.خالد ممدوح إبراهيم/ "الإدارة الإلكترونية"، الدار الجامعية، 84 شارع زكريا، عتيم، الإسكندرية، 2023.

9.روسم عطية موسى نو، الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية، دراسة مقارنة، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية،(دت).

10. سرايش زكريا، الوجيز في مصادر الاتزام، العقد والإرادة المتفردة، الطبعة الثانية، دار هومة، الجزائر، 2014.

11. عبد الله حسين محمود، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002.

12. محمد بودالي ،**حماية المستهلك في القانون المقارن(دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)** ،دار الكتاب الحديث ،القاهرة ، 2006.

13. محمد بودالى، حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، دارسة معمقة في القانون الجزائري،دار الكتاب الحديث، الجزائر، ط1، 2006.

14. محمد حسام محمود لطفي، النظرية العامة للالتزام، مصادر الإلتزام، الطبعة الثانية، النسر الذهبي للطباعة، القاهرة، 2002.

15. محمد صالح الحناوي وآخرون، "مقدمة الأعمال في عصر التكنولوجيا"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004.

16. مشعل بن مطلق بن مقذل العتيبي ، **التعسف في استعمال حق الولاية على المرأة (دراسة تأصيلية مقارنة)**، الطبعة 01، مكتبة القانون والإقتصاد ، المملكة العربية السعودية ، الرياض ، 2011.

ب- المجلات العلمية:

1.أمينة بن عميور ، "**متطلبات نظام الدفع الإلكتروني في مجال المعاملات الإلكترونية في إطار القانون رقم 18-05**" ، مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد 30، العدد 03 ، ديسمبر 2019 .

2.بن عيسى فتيحة ، "**التدليس كأساس للإخلال بالإلتزام بالإعلام في العقد التجاري الإلكتروني**" ، مجلة الفكر القانوني والسياسي ، المجلد 07، العدد 04، المركز الجامعي ، مغنية ،(دت).

3.حمادوش أنيسة ، "**خصوصية التحكم الإلكتروني في حل المنازعات التجارية الإلكترونية**" ، مجلة العلوم الإنسانية ، المجلد ب ، العدد 48 ، ديسمبر 2017.

4.حوالف عبد الصمد ، "**الحالة القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية**"، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية ، العدد15 ، جانفي 2016 .

5.حورية زاهية سي يوسف، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، 2009.

6.خلفي عبد الرحمان، "**حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري(دراسة مقارنة)**"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)،المجلد 2، العدد01 ، 2013.

7.دبابش عبد الرؤوف ، ذبيح هشام، "**وسائل الدفع ما بين الحماية التقنية و القانونية للمستهلك الإلكتروني**"، مجلة الإجتهاد القضائي ،العدد 09، المجلد 14 ،مخبر أثر الإجتهاد القضائي على حركة التشريع،جامعة محمد خيضر ،بسكرة،الجزائر، أفريل 2017.

8.دوار نسيمة، "**المستهلك الرقمي وقصور القوانين الكلاسيكية الناظمة لحمايته**"، مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر، كلية الحقوق، بسكرة، الجزائر، العدد 15، جوان 2017 .

9.رحمون شتوح، نور الدين بعجي، "**حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية – الجوانب الوقائية للمتعاقدة الالكتروني**"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة ، العدد 11، سبتمبر 2016.

10. سلسبيل بن اسماعيل، "**الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني في ظل التشريع الجزائري**"، مجلة المعالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد 02، المجلد 01 ، ديسمبر 2017.

11. سليمة لدغش، "**حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت بين الواقع و الضرورة**"، مجلة الحقوق و الحريات ،مخبر الحقوق و الحريات في الأنظمة المقارنة ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، الجزائر ، العدد 04 ، المجلد 05 ، أفريل 2017 .

12. سي يوسف زاهية حورية ،"**حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني**"،مجلة الإجتهاد للدراسات القانونية و الإقتصادية،المجلد 07،العدد 02،2018.

13. طارق كميل ، "**حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت**"، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث ، مجلد 0، العدد 00، (دت).

14. عبد القادر جعيد، "**الغش في البيوع الإلكترونية أسبابها وأحكامها**"، مجلة النوازل الفقهية والقانونية، مركز البحث العلوم الإسلامية والحضارة (الجزائر)، المجلد 08، عدد 02، 2004 .

15. فاطمة ضيف الله، محمد علياتي، "**الآليات الجنائية لمكافحة الغش التجاري في التشريع الجزائري**"مجلة آفاق للعلوم،جامعة يحي فارس بالمدية،الجزائر،العدد 04،2021 .

16. محمد الشريف كتو ، "**حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة**"، مجلة إدارة، العدد23، المجلد 12، (دت).

17. محمد صالح روان ، "**الطرق البديلة في حل المنازعات القضائية في قانون الإجراءات المدنية و الإدارية القانون 09/08 المؤرخ في 25فبراير2008 الصلح و الوساطة باعتبارهما طرقا قضائية –أنموذجا–**" ،مجلة العلوم القانونية والسياسية ،المجلد09،العدد02.

18. محمد عماد الدين عياض ، "**نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش**"، مجلة دفاتر السياسة والقانون ، العدد التاسع ، جوان 2013.

19. نصيرة غزالي، "**الحق في العدول كوسيلة قانونية لحماية المستهلك**"، مجلة آفاق علمية ، المجلد 11، العدد 03، 2019 .

20. يلس آسيا، "**حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد "بين الحاجة و غموض النص**" ، مجلة الإجتهاد القضائي ، العدد 14،أفريل 2017.

ج–الرسائل والأطروحات العلمية:

1.خليفي سمير ، **حل النزاعات في عقود التجارة الإلكترونية** ،مذكرة ماجستير في قانون التعاون الدولي ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ،تيزي وزو ،الجزائر ،2010.

بن جامع مليكة ، **حماية المستهلك المعلوماتي** ، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية – قانون خاص–، قسم القانون ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة الجيلاني اليابس ، سيدي بلعباس ، الجزائر ، 2018/2017.

3.بن خضرة زهيرة ، **الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني**، أطروحة دكتوراه في الحقوق ، قسم القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 01، الجزائر ، الجزائر ،2016/2015.

4.بوشارب إيمان ، **حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك** ، مذكرة ماجستير في قانون العقود المدنية ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر ، 2012/2011

5.تباني أمال، مريمي سعادة، **واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالمة ، 2020/2019.

6.جريفيلي محمد ، **حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه في قانون خاص معمق** ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة أحمد درارية ، درار ، الجزائر ،2017/2018 .

7.زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09- 03، رسالة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015 .

8.زوبة سميرة، **الأحكام القانونية المستحدثة لحماية المستهلك المتعاقد** ، أطروحة دكتوراه في القانون ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، 2016.

9.شعباني حنين نوال ، **التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش** ، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، 2012.

10. صياد الصادق ، **حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم :03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش** ، مذكرة ماجستير في قانون أعمال ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة 01 ، قسنطينة ، الجزائر ، 2014/2013 .

11. عبد الإله بن أحمد المالك بن علي، الغش التجاري الالكتروني، أطروحة دكتواره، تخصص قانون جنائي، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2014.

12. عبد الله ذيب عبد الله محمود ، **حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني –دراسة مقارنة–** ، مذكرة ماجستير في القانون الخاص ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، فلسطين ، 2009 .

13. عبوب زهير ،**الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية** ، أطروحة في دكتوراه القانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جتمعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، 2018.

14. العيشي عبد الرحمان ، **ركن الرضا في العقد الإلكتروني** ، أطروحة دكتوراه في القانون ، قسم القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 01 ، الجزائر ، الجزائر ، 2016/2017.

15. غدوشي نعيمة ، **حماية المستهلك الإلكتروني** ، مذكرة الماجستير في المسؤولية المهنية ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، 2012 .

16. منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك من ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، رسالة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2015.

17. نايري عائشة ، **الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري** ، مذكرة ماستر في القانون الإداري ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة أحمد درارية ، أدرار ، الجزائر ، 2016-2017.

18. هارون بوالقول، " التجارة الإلكترونية وضرورة إعتمادها في الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008- 2009.

د- المؤتمرات والملتقيات:

1.رأفت رضوان، رشا مصطفى، "الضرائب في الأعمال الالكترونية"، ورشة عمل حول تقييم سياسيات الضرائب في الأقطار العربية، المقام بالكويت، 11-12 أفريل 2000.
2.محمد مداحي، "التجارة الالكترونية منافعها ومعوقاتها، متطلبات نجاحها"، الملتقى العلمي الدولي حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 26 و27 أفريل 2014
3.علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، "آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئة، ملتقى الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتمادها في الجزائر، مركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26، 27 أفريل، 2011.

هـ- المحاضرات والمطبوعات:

1.بركات كريمة ، **حماية المستهلك في عقد البيع الإلكتروني(دراسة مقارنة)**، محاضرات لطلبة السنة أولى ماستر ، تخصص عقود ومسؤولية 2016/2017 .
2.مصطفى حجاج، مطبوعة البيدوغولوجية، "التجارة الإلكتورنية"، موجهة إلى طلبة السنة الأول، ماستر، تخصص، جامعة ابن خلدون، تيارت، سنة 2022-2023.
3.معزوز دليلة ، العقد الإلكتروني، **محاضرات الطلبة السنة الأولى ماستر تخصص عقود ومسؤولية** ، كلية الحقوق، جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ، الجزائر، 2016/2015 .

المراجع باللغة الاجنبية:

1. En Toh seekait, paperless intenational Trade, lawof of Telematic Data international, Butter woths, singapore. 1992.
2. La pédagothéque de l'institut national de la consommation
3. Voir le site : www.sos-net.eu.org

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات:

العنوان	الصفحة
مقدمة	أ-هـ
الفصل الأول: الإطار النظري للغش في التجارة الإلكترونية	
تمهيد	8
المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية	9
المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية	9
المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية	11
المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية ومزاياها وعيوبها	14
المبحث الثاني: مفهوم الغش التجاري الإلكتروني	18
المطلب الأول: تعريف الغش الإلكتروني	18
المطلب الثاني: تميز جريمة الغش عن ما يشابهها من المفاهيم	26
المطلب الثالث: أركان الغش التجاري الإلكتروني	31
خلاصة الفصل	34
الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك من الغش في التجارة الإلكترونية	
تمهيد	37
المبحث الأول: آليات قانونية لحماية المستهلك من الغش التجارة الإلكترونية	38
المطلب الأول: هيئات المكلفة بحماية المستهلك من الغش التجارة الإلكترونية	38
المطلب الثاني: آليات جزائية لحماية المستهلك من الغش التجارة الإلكترونية	51
المطلب الثالث: آليات إجرائية لحماية المستهلك من الغش التجارة الإلكترونية	56
المبحث الثاني: تدابير الحماية المدنية للمستهلك من الغش التجاري الإلكتروني	59
المطلب الأول:حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التفاوض	59
المطلب الثاني: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد	63

فهرس الموضوعات:

المطلب الثالث: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التنفيذ	69
خلاصة الفصل	83
خاتمة	85
قائمة المصادر والمراجع	88
ملخص	

ملخص:

تسلط هذه المذكرة الضوء على الإطار القانوني المعتمد في الجزائر لمكافحة الغش في التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال دراسة النصوص القانونية الأساسية، وعلى رأسها القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، والقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. وقد بينت الدراسة أن هذه القوانين وضعت قواعد لتنظيم المعاملات التجارية عبر الإنترنت، وفرضت التزامات على الموردين تتعلق بالشفافية وتوفير المعلومات الدقيقة للمستهلك. كما تم التطرق إلى دور الهيئات الرقابية في كشف المخالفات وحماية المستهلك من الغش الرقمي. ومع ذلك، خلصت المذكرة إلى أن التطبيق العملي لهذه القوانين لا يزال يعاني من بعض النقائص، خاصة في ما يتعلق بضعف الرقابة الإلكترونية، وعدم كفاية الوعي القانوني لدى المستهلك، ما يستدعي تعزيز الإطار القانوني وتحديث آليات المتابعة والمساءلة

الكلمات المفتاحية:

التجارة الإلكترونية، الغش الرقمي، المستهلك، الرقابة الإلكترونية

The Summary :

Certainly! Here's the English translation of the summary:

This dissertation highlights the legal framework adopted in Algeria to combat fraud in electronic commerce, through an analysis of key legal texts, particularly Law No. 18-05 on electronic commerce and Law No. 09-03 on consumer protection and the suppression of fraud. The study shows that these laws establish rules to regulate online commercial transactions and impose obligations on suppliers regarding transparency and the provision of accurate information to consumers. It also addresses the role of regulatory bodies in detecting violations and protecting consumers from digital fraud. However, the dissertation concludes that the practical implementation of these laws still faces shortcomings, especially regarding weak digital oversight and insufficient consumer legal awareness, which calls for strengthening the legal framework and updating monitoring and accountability mechanisms.

Would you like this version adjusted for academic use or publication?

Key words:

E-commerce, digital fraud, consumer, electronic surveillance