

الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في التجارة الالكترونية

Commitment To Information Before Contracting In Electronic Commerce

تاريخ القبول: 2019/05/12

تاريخ الإرسال: 2018/06/24

Abstract:

The majority of the international and the national legislations adopted a set of legal regulations that govern and regulate the legal relationship between the parties to the contract, The commitment to information which is created by the legislation to enlighten consumer satisfaction in the most important aspects of the contractual relationship of consumers and to ensure the protection of the damage that may be caused by goods, especially dangerous goods and the economic aid is obliged to provide data, information, product descriptions and service features to the consumer in order to protect and enlighten his interests before contracting in the field of electronic commerce.

Key words: Consumer; Economic Aid; Commitment To Information.

نصيرة غزالي (*)

جامعة الاغواط - الجزائر

naciraghezali@yahoo.fr

ملخص:

تبنّت جل التشريعات الدولية والوطنية مجموعة من الضوابط القانونية التي تحكم وتنظم العلاقة القانونية بين اطراف العقد، ويعتبر الالتزام بالإعلام من اهم الضمانات القانونية الوقائية المسبقة التي اوجدها التشريع لتتوير رضا المستهلك بأهم جوانب العلاقة التعاقدية الاستهلاكية، وضمان حمايته من الاضرار التي قد تصيبه من السلع لا سيما السلع الخطرة، والعون الاقتصادي ملزم بالإدلاء بالبيانات والمعلومات واوصاف المنتج ومميزات الخدمة للمستهلك بغية حماية رضاه وتنويره قبل التعاقد في مجال التجارة الالكترونية.

الكلمات المفتاحية: المستهلك؛ العون

الاقتصادي؛ الالتزام بالإعلام.

(*) - المؤلف المراسل.

مقدمة:

ساهم التطور التكنولوجي الرهيب الحاصل في المجتمع الدولي أو المجتمع الداخلي في مجال الاتصالات والمعلومات في دخول التقنيات الحديثة والوسائل التكنولوجية إلى عالم المال والأعمال وفي مجالات الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء، فظهر العقد الإلكتروني والتجارة الإلكترونية بظهور شبكة الانترنت، ويتميز العقد الإلكتروني بأنه يتم في الغالب على المستوي الدولي، أو بالتسوق الإلكتروني عبر الحدود، وفقا لإجراءات الكترونية معينة تتم بين المزود والمستهلك، وأضحى معها طرفا العملية التجارية البائع والمشتري لا يحتاجان إلى الوسائل التقليدية التي كانت تحكم عملية التعاقد بينهما كما كانت عليه من قبل.

واصبحت التجارة الإلكترونية النوع الجديد من التعاملات الاقتصادية وإحدى الركائز والأساليب الأكثر شيوعاً واستخداماً في عمليات الشراء والبيع للسلع والخدمات، وقد يواجه المستهلك عبر شبكة الانترنت عدة مخاطر من بينها قلة الامان وتعرضه للغش والتحايل نظرا لقلة خبرته ودرايته في مجال التجارة الإلكترونية، لذلك سارعت معظم الدول إلى اصدار نصوص قانونية لتنظيم هذه العقود من اجل اضعاف حماية قانونية للأطراف المتعاقدة عن بعد، وحماية المستهلك الإلكتروني في سبيل تلبية حاجياته باعتباره الطرف الضعيف في العقد الإلكتروني امام القوة التي يتمتع بها المزود والمتعامل الاقتصادي.

وبما ان القواعد العامة في التشريعات المدنية لم توفر حماية كافية للمستهلك، فقد اقرت التشريعات الحديثة الكثير من الوسائل القانونية لحماية المستهلك سواء في المرحلة السابقة على التعاقد أو في مرحلة ابرام العقد، أو في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني.

ويعتبر الالتزام بالإعلام في مجال التعاقد الإلكتروني اكثر اهمية من الالتزام بالإعلام في التعاقد التقليدي، لان التعاقد الإلكتروني يتم في عالم افتراضي دون التقاء حقيقي بين الاطراف المتعاقدة، اين يتم إبرامه دون الحاجة إلى التواجد المادي للأطراف أي عدم وجود مجلس للعقد حقيقي بل يتم امام مجلس يدعى بمجلس العقد الإلكتروني (الحكمي) الذي يقوم على ركنين اساسين هما زمان العقد وهو الفترة

الزمنية الممتدة بين الإيجاب والقبول ووصول التعبير إلى علم الطرف الآخر، والمكان والمتمثل في شبكة الانترنت، وبتوافر هذه الأركان يبرم العقد الإلكتروني وينتج جميع آثاره القانونية رغم البعد المكاني بين أطراف العقد لأنه يندرج ضمن طائفة العقود المبرمة عن بعد، ودون أن يقوم المستهلك بمعاينة الشيء المتعاقد عليه معاينة حقيقة، لاعتبار أن التجارة عبر شبكة الانترنت لا توفر للمستهلك الإلكتروني الامكانية الفعلية أو الحقيقية لمعاينة السلعة والتحقق من الأداء المناسب للخدمات قبل إبرام العقد عبر وسائل الاتصال الحديثة، لذا سوف نحاول في هذه الورقة البحثية دراسة مبدا الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في عقود التجارة الإلكترونية الذي له دور وقائي في حماية المستهلك قبل التعاقد من خلال طرح الأشكال التالي: ما مفهوم التجارة الإلكترونية؟ وفيما يتمثل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد ومحلّه في العقود الإلكترونية؟ وللإجابة على هذه الأسئلة سوف نحاول دراسة التجارة الإلكترونية، أطرافها ومرآحل إبرام العقد في المحور الأول، أما في المحور الثاني سوف ندرس مفهوم الالتزام قبل التعاقد في العقود الإلكترونية وبيان خصائصه، وشروطه مع بيان محلّه.

المحور الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

أولاً- مفهوم التجارة الإلكترونية

يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى القرن العشرين في بدايات سنة 1970 حيث تمت عملية التحويل النقدي للأموال بطريقة الكترونية من منظمة إلى أخرى، وكانت محصورة ضمن المؤسسات والشركات المالية لكن في ما بعد شملت عمليات نقل وارسال الوثائق الكترونياً، ونظراً للتطور الذي شهده عالم التكنولوجيا في الشبكات الحاسوبية وبرمجيات التجارة الإلكترونية والبروتوكولات بدأت تظهر تطبيقات أخرى للتجارة الإلكترونية كنظام حجز تذاكر السفر والسوق المالي، ومنذ سنة 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع الكتروني، وفي سنة 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال، وفي سنة 2001 امتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات B2E⁽¹⁾.



ويمكن تعريف التجارة الإلكترونية بانها: "النشاط التجاري الذي يتم بفضل اجراءات تكنولوجية متقدمة ، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة⁽²⁾ منها شبكة الأنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز الكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية ."

وتعتبر التجارة الإلكترونية الخطوات التي تتم بها عمليات البيع والشراء والمبادلة للسلع والخدمات والمعلومات عبر شبكات الحاسوب⁽³⁾ ، وتتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد في إطار نظم وقواعد متفق عليها ، باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية⁽⁴⁾ من خلال استخدام تكنولوجية الاتصالات الحديثة⁽⁵⁾ .

اما التعريف القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري فهي: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية."⁽⁶⁾ ، وبهذا التعريف يكون المشرع قد حدد اطراف التجارة الإلكترونية، ومحلها، والطريقة التي تتم بها.

ثانيا- أطراف عقود التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من أحد أشكال التعامل الذي يجري إلكترونيا وفي عالم افتراضي بين ثلاث أطراف أساسية لا يتصلون ماديا فيما بينهم، هم المستهلك والبائع والبنك.

1- المستهلك الإلكتروني: المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك في العقود التقليدية، لكنه يتميز بنوع من الخصوصية لأن المعاملات تكون في عالم افتراضي من خلال الوسائط الإلكترونية⁽⁷⁾ ، أين يتلقى الإعلان عن السلعة وشراؤها وكذلك طلب الخدمات بوسيلة الكترونية⁽⁸⁾ ، فالمستهلك الإلكتروني يتمتع بكافة حقوق المستهلك في العقود التقليدية في التشريعات الوطنية والدولية مع الأخذ بالاعتبار القواعد الخاصة المتعلقة بالعقد المبرم عبر الوسائط الإلكترونية.

والمستهلك في المجال الإلكتروني هو كل شخص طبيعي أو معنوي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة والمتعلقة بسلع أو خدمات، من شراء وإيجار وقرض وانتفاع بقصد إشباع رغباته والانتفاع بها فقط، دون ان يقصد إعادة بيعها وتسويقها مرة ثانية ودون ان تتوفر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الاشياء واصلاحها⁽⁹⁾، من خلال الولوج إلى شبكات الأنترنت للبحث عما يشبع رغباته.

وقد عرفت المادة 06 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر المستهلك الإلكتروني بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

وتختلف طبيعة السلع التي يتعاقد عليها المستهلك، فقد تكون سلع لتلبية حاجياته الشخصية كالمأكل والملبس، أو خدمات مالية كالتأمين، أو فكرية كالتعليم، أو استشارات قانونية أو حاجيات لغيره.

ويمكن تصنيف المستهلكين الذين يزورون المواقع التجارية الإلكترونية ضمن ثلاث شرائح أساسية هي:

أ- مستهلكون عرضيون يزورون المواقع الأنترنت التجارية بشكل غير منتظم لمرة واحدة فقط.

ب- مستهلكون منتظمون والذي تتكرر زيارتهم لمواقع الأنترنت بشكل منتظم، كزيارة الموقع التجاري الإلكتروني كل نهاية أسبوع.

ج- مستهلكون دائمون وتكون زيارتهم لشبكات الأنترنت بشكل يومي قصد معرفة آخر التطورات والتحسينات في هذه المنتجات⁽¹⁰⁾.

2- البائع "التاجر": وهو ما يعرف بالمورد الإلكتروني ويكون اما شخصا طبيعيا أو معنويا يقوم بتسويق أو اقتراح السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية⁽¹¹⁾، حيث يقوم بإنشاء موقع على شبكة الأنترنت ويتخذ كواجهة أو نافذة للدعاية وعرض منتجاته والتعريف بها وتسويقها، بحيث يتمكن من تقديم معلومات تفصيلية عن سلعته، صورها، تكاليفها، طريقة دفع الثمن ... وتلقي العروض حول هذه السلعة، وجلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين من خلال

إمكانية وصول الموقع إلى عدد لا نهائي من العملاء لجني أرباح من خلال توفير معلومات مفصلة وكافية حول المنتجات والخدمات مع رغبات المستهلكين وأسعار معقولة للمنتجات، وفقا للتصميم الجيد للمنتج الي يجلب رضا المستهلك⁽¹²⁾.

3- البنك: تعرف البنوك الإلكترونية على أنها "منافذ إلكترونية تقوم بتقديم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف خلال 24 ساعة وبدون عمالة بشرية"، فهي البنوك التي قامت بإنشاء مواقع لها على شبكة قصد ايجاد طرق تمكّنها من تقديم الخدمات المصرفية لمتعاملها بدل الانتقال شخصيا إلى البنك وإجراء لقاء مباشر لإتمام المعاملة، فاتحة المجال أمام المتعاملين لإنجاز كافة العمليات المصرفية المتكاملة في أي وقت ومن أي مكان وفي أقصر وقت ممكن، وبذلك توفر خدمات متنوعة من بينها:

- تمكين المستخدم من ادخال كلمة السر لمعرفة حسابه المصرفي التي يزوده المصرف بها.

- قيام المؤسسات المعنية بفواتير الماء، الكهرباء والهاتف بفتح حسابات لدى البنك، لإيداع قيمة الفواتير من طرف المتعاملين فيها.

- منح بطاقات بنكية للمتعاملين لتسوية مدفوعاتهم، بعد أن تتعرف على ظروفهم وتتأكد من قدرتهم على تغطية الأئتمان في الوقت المحدد مقابل رسم شهري.

- التحويل الإلكتروني للأموال لتسهيل وتسريع المدفوعات عبر العالم من خلال شبكة تضم عددا كبيرا من المصارف المسؤولة عن تداول الأموال.

- تمكين المتعاملين القيام بمختلف عمليات السحب والإيداع من وحدات حاسوب طرفية منتشرة في أماكن متعددة بعد إدخال بطاقة خاصة ورقم خاص بالعميل⁽¹³⁾.

ثالثا- مراحل إبرام عقد التجارة الإلكترونية:

يمر عقد التجارة الإلكترونية سواء كان يخص السلع أو الخدمات، بخطوات أو مراحل أساسية تتمثل في:

1- مرحلة العرض "الإيجاب": لا يختلف الإيجاب في التجارة الإلكترونية عنه في التجارة التقليدية لان العرض جازم وكامل للتعاقد وفقا لشروط معينة بقصد ترتيب اثر قانوني⁽¹⁴⁾، وهو اتصال عن بعد عبر شبكة الإنترنت يتضمن عرض السلع أو الخدمة التي يود بيعها محددًا كل العناصر اللازمة⁽¹⁵⁾.

ويعرف الإيجاب الإلكتروني بأنه: " تعبير عن ارادة الراغب في التعاقد عن بعد، حيث يتم من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية، ويتضمن كل العناصر اللازمة لإبرام العقد، بحيث يستطيع من يوجه إليه ان يقبل التعاقد مباشرة⁽¹⁶⁾."

ووفقا للتوجيه الاوروبي رقم 07/97 الصادر في 20 ماي 1997 فالإيجاب هو: " كل اتصال عن بعد يتضمن العناصر اللازمة، بحيث يستطيع المرسل اليه ان يقبل التعاقد مباشرة، ويستبعد من هذا النطاق الاعلان.

ولهذا يجب صياغة العرض بطريقة تمكنه أن يكون موجها إلى أكبر عدد من المستهلكين الخواص، الشركات، مستهلكين أجانب ومحليين، وتختلف طريقة طرح العرض فقد يستهدف البائع أشخاص معينين الذين يهتمون بمنتجه دون الغير فيرسل العرض مباشرة إلى صناديق البريد الإلكتروني الخاصة بهم لتوجيه الإيجاب إليهم، وعند فتح البريد سيجد الأشخاص العرض الموجه إليهم.

وخلال هذه المرحلة يتمكن المستهلكون من التعرف جيدا على السلعة المطلوبة من خلال المعلومات المقدمة من صاحب الموقع التي يجب ان تتسم بالدقة والشمولية، لأن الإيجاب في عقود التجارة الإلكترونية يتضمن شروط تعسفية لعدم تمكن المستهلك من مناقشة شروط العقد الموضوعية من طرف المهني الذي ينفرد بتجديدها لتتفوق مركزه الاقتصادي والمعلوماتي ما ينتج عنه عدم تكافؤه في المراكز القانونية بينه وبين المستهلك⁽¹⁷⁾.

وقد اشترط المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية بموجب المادة 10 من القانون رقم 05/18 ان يسبق المعاملات التجارية الإلكترونية عرض تجاري إلكتروني يكون بطريقة مرئية مقروءة ومفهومة، متضمن معلومات لا بد منها.

2- مرحلة القبول: القبول الإلكتروني هو نفسه القبول التقليدي الا انه يتم عن بعد بواسطة تقنيات الاصال الحديثة وعبر وسائل ودعائم إلكترونية⁽¹⁸⁾، وهو التعبير عن إرادة من وجه إليه الإيجاب في إبرام العقد، وموافقة الطرفان البائع والمشتري باستخدام وسائل إلكترونية أيضا⁽¹⁹⁾ صادر من المستهلك عن بعد اما باتصال هاتفي عبر شبكة الانترنت، وملاء الاستمارة الإلكترونية على الموقع والنقر على الزر المناسب في مكان

معين على شاشة الحاسوب، عن طريق تحرير رسالة إلكترونية، وإرسالها عبر البريد الإلكتروني⁽²⁰⁾، وأخذ العرض بجميع شروطه الواردة، مقابل شيء ذو قيمة كالنقود أو الملكية أو الخدمات.

وقد اجازت المادة 11 من قانون الامم المتحدة النموذجي بشأن التجارة الالكترونية الصادر بتاريخ 16 ديسمبر 1996 استخدام رسائل البيانات للتعبير عن القبول والتي لا تفقد العقد صحته أو قابليته للتنفيذ، وحسب نفس القانون ووفقا للمادة 1/13 منه فإرادة القبول تنسب إلى المتعاقد الذي ارسلها عبر تقنيات الاتصال الحديثة سواء بنفسه أو نائبه⁽²¹⁾.

وبعد اقتناع وقبول المشتري بالعرض يتطابق الايجاب والقبول وبالتالي ينعقد العقد، اذ يقوم المشتري بعد الموافقة وإصداره لأمر الشراء بتسوية المدفوعات إلكترونيا بإصدار أمر الدفع باستخدام اما الدفع النقدي عند الاستلام، أو الدفع باستخدام البطاقات البلاستيكية، أو الدفع باستخدام النقود الإلكترونية، أو الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية⁽²²⁾.

3- مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني: من واجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته في هذه المرحلة حسن تنفيذ العقد سواء من طرفه أو من طرف مؤدي خدمات آخرين، وإرسال نسخة من العقد الإلكتروني للطرف الآخر، مع اعداد فاتورة وتسليمها للمستهلك الإلكتروني⁽²³⁾، وبذلك يكون المورد الإلكتروني ملزم بتوفير السلعة واعدادها وتهيئتها بالشكل والطريقة المتفق عليها بينه وبين المستهلك الإلكتروني، وهو ملزم بالتسليم الفعلي للسلع والخدمات المتفق عليها، ويختلف التسليم بحسب نوع البضاعة، فالبضائع المادية يتم تسليمها في شكل مادي وبشكل مباشر كتسليم البضاعة بالبريد⁽²⁴⁾، أو استعانة المؤسسة بمندوبي المبيعات لتوصيل السلعة إلى المستهلك، أو بالطريقة الإلكترونية لتسليم السلع الرقمية، حيث يتم الشراء والسداد والتسليم وتنزليها من على الوسائل الالكترونية مثل الكتب، تذاكر السفر، والقطع الموسيقية...، وقد يكون محل التعامل خدمة مثل الاستشارات القانونية أو الطبية... الخ⁽²⁵⁾.

وفي مقابل التزام المزود الإلكتروني بتسليم الشيء المبيع أو تقديم خدمة، التزام المستهلك الإلكتروني بأداء الثمن أو مقابل الخدمة من خلال الوفاء الإلكتروني بمجرد إبرام العقد عبر شبكة الانترنت، مقابل توقيعه وصل استلام عند التسليم الفعلي للسلعة أو تأدية الخدمة⁽²⁶⁾.

المحور الثاني: مفهوم ومحل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

تظهر أهمية الالتزام بالإعلام في العقود الإلكترونية نظرا لخصوصية هذا التعاقد، والذي تتم فيه تبادل المعلومات والبيانات وانعقاد العقد عن بعد، لعدم تواصل المستهلك المكاني المباشر مع المنتج، والذي يريد التعرف على كل البيانات والمعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة المعروضة على الشبكة العنكبوتية والتي يتم التعاقد عليها غالبا عن طريق عرضها في الموقع الإلكتروني (web site).

قد يصعب على المستهلك الإلكتروني إثبات وقوعه في الغلط حول صفة جوهرية من الشيء المبيع، لانعدام الحماية القانونية الكافية لنظرية عيوب الرضا، ونظرية ضمان العيوب الخفية، بالإضافة إلى نظرية التعرض والاستحقاق، إلا أن مبدأ الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يوفر الحماية القانونية الكافية، فالمستهلك له أن يثبت أن ثمة معلومات جوهرية متصلة بالمبيع ويعلمها المزود وقام بكتمها أو كذب عليه فيها رغم علمه بأهمية المعلومات والبيانات بالنسبة للمستهلك⁽²⁷⁾.

أولاً- تعريف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني:

أوجدت وسائل الاتصال الحديثة مبدأ الالتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد، نتيجة حلول التفاوض الإلكتروني محل التفاوض بالطرق العادية، والالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني يجد أساسه في عدم التكافؤ بين أطراف العقد المراد إبرامه، والعلم بعناصره الجوهرية، وبذلك يجب على المحترف بصفة خاصة الالتزام بالإدلاء بكافة بيانات العقد وبكل ما يتعلق به للطرف الآخر (المستهلك) كي يكون رضاه سليما وخال من أي عيب من عيوب الرضا، لأن المتعاقد عبر شبكة الانترنت لا يرى السلعة المعروضة، بل يرى فقط الصورة المعروضة لتلك السلعة وبعض المعلومات عن مواصفاتها وكيفية اتمام عملية الشراء والسعر والنقل لتلك السلعة إلى المستهلك في الموقع.



وجب على المزود القيام بالإدلاء بجميع المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المقدمة، وهو ما يطلق عليه بالالتزام بالتبصير السابق على إبرام العقد الإلكتروني، لكي يكون رضا المستهلك سليم ومنتور خال من عيوب الإرادة لينتج العقد المبرم كامل اثاره القانونية.

ويعتبر الالتزام بالإعلام من الشروط الأساسية في نطاق العقود الإلكترونية، فيحق للمستهلك ان يكون على علم بكافة المعلومات الخاصة بالمنتجات المعروضة أو الخدمات المقدمة، فالمهني ملزم بالإعلان على سلعته أو خدمته التي يقدمها، وذكر جميع البيانات الجوهرية وأبداء النصح على نحو يحقق علما كافيا وشاملا للمستهلك⁽²⁸⁾.

ويعرف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني بأنه: "التزام سابق على التعاقد الإلكتروني يتعلق بالتزام مزود المزود بإعلام وتبصير المستهلك بالمعلومات الشاملة عن كل ما يتعلق بعملية البيع عبر شبكة الانترنت أو اي وسيلة الكترونية"، حتى يكون المستهلك على بينة من امره باتخاذ القرار المناسب على ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد الإلكتروني⁽²⁹⁾.

ويقصد به أيضا: الالتزام القانوني الذي يسبق العقد الإلكتروني، والذي يلتزم بموجبه احد المتعاقدين الذي يملك المعلومات الجوهرية التي تخص العقد المراد إبرامه، وتقديمها بوسائل الكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وامانة للطرف الاخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة⁽³⁰⁾.

ويقصد بحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام هو: "منحه كل المعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد من عدمه، وهو التزام يقع على عاتق المهني الذي يزود المستهلك الإلكتروني بالمعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ قراره التعاقد سلبا وإيجابا"⁽³¹⁾ ويعني ذلك حق المستهلك في الإعلام المتعلق بالمنتجات المعروضة وثمنها، ويدرج ذلك ضمن عقود التجارة الإلكترونية، ومنها الإعلام بقوانين المعلوماتية والحريات، ويقابل الحق في الإعلام التزام المستهلك بالاستعلام بمعنى أن لا يتخذ موقفا سلبيا فلا بد أن يبادر بالتعرف على المنتج متى أمكن له ذلك، ويتم الإعلان عبر شبكة الانترنت بوسائل متعددة⁽³²⁾ نذكر منها:

أ- المراسلة عن طريق البريد الإلكتروني (e.mail)،
ب- عن طريق مجالس النقاش أو ندوات الاتصال، المحادثة (chat) بصورها المتعددة بالكتابة أو بالصوت والصورة بحسب ما هو متوافر من وسائل الكترونية
ج- أو يتم التعاقد عن طريق الايجاب العام الموجه للجماهير عبر الموقع الإلكتروني (web. Site) وهي الصورة الأهم في التعاقد الإلكتروني⁽³³⁾،
وحسب القانون الفرنسي الصادر سنة 1993 يجب ان يتضمن الالتزام بالتبصير الخصائص أو الصفات المميزة للسلع والخدمات المعروضة، وثمان وشروط البيع خاصة ما تعلق منها بالمسؤولية العقدية للمستهلك، وكذلك الشروط الخاصة أو الاستثنائية لذلك البيع، فمثلا المحامي أو الطبيب أو المحاسب ملزم بان يحرر العقد كتابة وان يضمنه بيانات محددة مخصصة لإعلام المستهلك بالالتزامات المتبادلة للطرفين، كما يلتزم البائع بضمان العيوب الخفية قبل المستهلك، وعدم جواز الاتفاق على الاعفاء من هذا الشرط حماية للمستهلك الذي قد لا يعلم بحقيقة العيوب الخفية التي اجتهد المنتج أو البائع في اخفائها⁽³⁴⁾.

الالتزام ما قبل التعاقد الإلكتروني هو التزام واسع من حيث مداه الزمني او من حيث موضوعه، باعتباره صمام الامان لتحقيق رضا مستير للمستهلك في العقود الإلكترونية، وزيادة الثقة في الوسيلة الإلكترونية المستخدمة باختلاف انواعها⁽³⁵⁾، ويجب ذكر اسم وعنوان وهاتف البائع أو مقدم الخدمة، ومراحل انجاز المعاملة التجارية، وطبيعة ومواصفات وسعر المنتج، كما يتمثل في تنبيه المستهلك وإحاطته علما بكل التفاصيل المتعلقة بالمنتجات، وذكر جميع البيانات الجوهرية وابداء النصح على نحو يحقق علم كاف بالمبيع أو الخدمة للمستهلك، والذي قد يجعله اما ان يقدم على ابرام العقد أو يعرض عنه⁽³⁶⁾.

1- خصائص الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني هو عبارة عن التزام قانوني سابق عن ابرام العقد، يلتزم بموجبه الطرف الذي يملك معلومات جوهرية بخصوص العقد المراد ابرامه تقديمها إلى الطرف الضعيف بهدف توير رضاه لكي يصدر صحيحا وسليما، وتحصيل حقيقة معلومات

موضوعية وحقيقية تتعلق بالمنتج أو الخدمة أو جزء منه لكي يبادر المستهلك بإبرام العقد واتخاذ قراره بالتعاقد أو عدم التعاقد.

والالتزام بالإعلام قبل التعاقد لا يستمد وجوده من العقد، بل يهدف إلى تنوير رضاء المستهلك الذي تقدم اليه المعلومات، ويعتبر القانون عدم الالتزام بالإعلام وسيلة تدليسية تعيب الرضا، والذي يجد اساسه في المبادئ العامة كمبدأ حسن النية وهو يشمل جميع العقود التي تبرم عبر شبكة الانترنت.

2- شروط الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني: يشترط في الالتزام بالإعلام

قبل التعاقد الإلكتروني توفر شرطين، احدهما يتعلق بالدائن (المستهلك)، والذي يجب ان يكون جاهلا بالمعلومات الخاصة بالعقد والتي تكون ضرورية ليكون رضائه صحيحا خالي من أي عيب من عيوب الرضا لإبرام العقد، والثاني يتعلق بالمدين بذلك الالتزام والذي يكون غالبا مهني محترف، عالما بالمعلومات التي تهم الدائن وتؤثر في قبوله بالعقد.

ويذهب البعض ان يكون احد المتعاقدين مهنيا خبيرا على نحو يسمح له بالعلم الشامل والكافي في بيانات ومواصفات المبيع محل عقد الاستهلاك، ولا يقتصر علم المهني بالمعلومات المتعلقة بالمنتج بل يتعداها إلى العلم بأهميتها وبدورها المؤثر والفعال في تكوين رضا المستهلك، والعلم بالمعلومات لا بد ان يكون من شأنه التأثير على رضاء الطرف الاخر، ويقع على عاتق المدين التحري عن هذه المعلومات حتى يمكنه الافضاء بها للدائن في هذا العقد⁽³⁷⁾.

ولا تظهر كأصل عام امام المستهلك في العقود الالكترونية سوى صورة للمنتج المراد بيعه عبر الموقع الإلكتروني، لذلك يظهر عدم التكافؤ في المراكز العقدية وجهل المستهلك لتلك المعلومات الواجب توافرها في العقد الإلكتروني⁽³⁸⁾، مما يجعل المهني في عقود الاستهلاك مدين بإعلام المستهلك لكن وفقا لحدود، بحيث لا يتعدى ما يجله المهني شخصا ولا المعلومات التي يعلمها المستهلك أو يفترض علمه بها⁽³⁹⁾.

ثانيا- محل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني

يهدف الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني إلى تنوير وتبصير المستهلك، عن طريق الادلاء والافصاح عن المنتج، والتعريف بالمزود أو مقدم الخدمة، والتي على أساسها يستطيع المستهلك ان يقبل أو يرفض ابرام العقد الإلكتروني.

1- اعلام المستهلك بشخصية المزود: يتمثل المزود الإلكتروني في الشخص الطبيعي والذي يطلق عليه اسم تاجر، والشخص المعنوي كالشركات، وهو الطرف الثاني في عقود التجارة الإلكترونية⁽⁴⁰⁾، ويعرف المزود الإلكتروني بانه: " كل شخص طبيعي أو معنوي والذي يسهر في العقد الإلكتروني كمحترف، فهو الشخص الذي يمارس باسمه أو لحساب الغير نشاطا تجاريا أو صناعيا أو زراعيا، فيمتلك موقعا الكترونيا، أو محلا تجاريا بقصد ممارسة نشاطه، أو يشتري البضائع بقصد اعادة بيعها، أو يقوم بتأجير السلع وتقديم الخدمات⁽⁴¹⁾"، وتمنح تحديد شخصية المزود أو مقدم الخدمة عبر شبكة الانترنت الامان للمستهلك، وتجعله على بينة من امره، وبالتالي على شخصية المزود أو مقدم الخدمة تتضح معه التزاماته ومركزه القانوني⁽⁴²⁾.

وكما سبق ذكره سابقا فالمشعر الجزائري يعرف المورد الإلكتروني طبقا للمادة 06 المذكورة اعلاه بـ: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية."

ويتطلب الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في العقود الإلكترونية، أن يقوم المزود^{أو} مقدم الخدمة بتحديد هويته وشخصيته ومحلته التجاري، والبريد الإلكتروني للمستهلك بشكل واضح، لبث الثقة والامان والاطمئنان في نفس المتعاقد، لان المستهلك يمكن ان يحجم عن التعاقد الإلكتروني اذا لم يكن على دراية كاملة وشاملة بشخصية المزود أو مقدم الخدمة، ولقد الزم المشعر الجزائري بموجب المادة 10 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ان يظهر المورد الإلكتروني رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، رقم الهاتف، ورقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.

وهذا ما اقترته المادة 121 من قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر سنة 1993 المعدل بضرورة اعلام المستهلك باسم وعنوان ورقم هاتف المهني أو مقدم الخدمة، بالإضافة

إلى قيام المجلس الوطني للاستهلاك الفرنسي بإصدار قرار يقضي بضرورة وضع قائمة اسمية بأسماء التجار والوسطاء المعروضين على شبكته⁽⁴³⁾.

كما فرضت المادة 19 من القانون الفرنسي رقم 575/2004 الصادر بتاريخ 21 يونيو 2004 المتعلق بشان الثقة والاقتصاد الرقمي على الممارسين للتجارة الإلكترونية إبراز المعلومات المتعلقة بهوية البائع عبر شبكة الانترنت، وبيان اسمه ولقبه اذا كان شخصا طبيعيا، اما اذا كان شخصا معنويا عليه بيان اسم وعنوان الشركة والاشارة إلى عنوان منشأته وعنوان بريده الإلكتروني، رقم هاتفه، بالإضافة إلى الزامية إبراز رقم القيد في السجل التجاري الإلكتروني...، على ان يكون الوصول إلى لجميع هذه المعلومات سهلا ومتاحا للجميع الكترونيا من خلال الموقع التجاري الإلكتروني⁽⁴⁴⁾، وقد اقر هذا المبدأ التوجيه الأوروبي رقم 07/97 الصادر بتاريخ 20 ماي 1997 بشأن حماية المستهلك عن بعد، بموجب المادة 04 الفقرة الاولى من الزامية تزويد المستهلك في التعاقد عن بعد بهوية المزود وعنوانه⁽⁴⁵⁾.

2- بيان الاوصاف الأساسية للسلع والخدمات: الزمت جل التشريعات الخاصة بحماية المستهلك تبيان الصفات الأساسية للمنتج أو الخدمة محل العقد، رغم اختلاف الوسائل الإلكترونية المستعملة في ذلك، لان جوهر الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني يتجسد فعليا في بيان خصائص وسمات السلع والخدمات، باعتبارهما الباعث الرئيسي على التعاقد بالنسبة للمستهلك⁽⁴⁶⁾.

ويلتزم المزود أو مقدم الخدمات في التعاقد عن بعد بإعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات الضرورية والجوهرية للسلعة والتي نصت عليها المادة 10 من قانون التجارة الإلكترونية المذكور اعلاه، اذ يجب على المورد الإلكتروني ان يبين طبيعة وخصائص واسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، وقانون الاستهلاك الفرنسي الزم بموجب المادة 1/111 كل مهني بائع للسلعة أو مقدم للخدمات قبل إبرام العقد تمكين المستهلك من التعرف على الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة⁽⁴⁷⁾، وفقا لمبدأ حسن النية في العقود من اجل تنوير المستهلك واعلام المستهلك عن الحالة القانونية والمادية للشيء.

وتتضمن الحالة القانونية للشيء كل البيانات القانونية التي قد تثار بعد التعاقد ، اذ ينبغي ابلاغ المستهلك بكل ما على الشيء من اعباء أو تكاليف أو اية حقوق عينية أو شخصية تحول دون انتفاعه بالشيء محل التعاقد على النحو المأمول ، بحيث لو علم بها المتعاقد قبل ابرام العقد لما ابرم العقد ، اما الحالة المادية للشيء فتتمثل في كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص والاصناف المادية للشيء محل التعاقد⁽⁴⁸⁾ .

ولقد منع المشرع الفرنسي في قانون الاستهلاك لعام 1993 الإعلان الخادع بأي شكل من الأشكال ، والذي يمكن أن يشمل بيانات أو عروض كاذبة وكل ما من شأنه أن يؤدي للتضليل ، ويقع على عنصر أو أكثر من عناصر السلعة أو المنتج أو الخدمة ، كالوجود التركيب ، المكونات أو النوعية ، شروط البيع أو الاستعمال ، وفرض قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 1993 والقانون 575/2004 المتعلق بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي التزامات قانونية على كل من المزود أو مقدم الخدمة عبر شبكة الانترنت وضع كل الصفات الاساسية للسلعة أو الخدمة ، وكيفية الدفع والتسليم والتنفيذ ، ووصول كافة المعلومات للمستهلك بطريقة واضحة وسهلة ومفهومة وجميع الطرق المستعملة للاتصال عن بعد ، كما لزم ايضا التوجيه الاوروبي رقم 07/97 بشأن حماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد ، الزامية اعلام المستهلكين ببيان الاوصاف الاساسية للسلع والخدمات ، وبيان بعض المعلومات المتعلقة بالعقد⁽⁴⁹⁾ .

اما فيما يتعلق باللغة المستخدمة في تقديم المعلومات نلاحظ أن مختلف التشريعات المقارنة اشترطت ضرورة أن يتم إعلام المستهلك باللغة الوطنية ، حيث نصت المادة 02 من القانون الفرنسي رقم 665/94 الصادر بتاريخ 04/08/1994 على الزامية استخدام اللغة الفرنسية في كل وصف للشيء أو المنتج أو الخدمة وطريقة التشغيل والاستعمال وتعيين نطاق وشروط الضمان ، وكذا الفواتير والمخالصات ، ولكن هذا لا يمنع وجود ترجمة باي لغة كانت⁽⁵⁰⁾ ، كي يكون على بينة ودراية ومعرفة بطبيعة العقد المراد ابرامه ومضمونه ، ولكن هناك خصوصية تتمتع بها شبكة الإنترنت ، وهي أنها ذات طابع دولي ، وهي غير محصورة بدولة ما فقط ، وإنما تعد سوقا عالمية مفتوحة أمام الجميع ، وهذه الخصوصية تثير مسألتين تتمثل في:

أ- ان هناك العديد من الشركات التي تعمل على عرض السلع والخدمات من خلال تلك الشبكة وبلغات مختلفة.

ب- لا بد من إعلام المستهلك في علاقاته التعاقدية أن العقد الذي يبرمه عقد ذو طابع دولي، حتى يكون على بينة بطبيعة العلاقة التي يعد طرفا فيها، وتعد هذه المسألة ضرورية لحماية المستهلك، إذ أن القانون الواجب تطبيقه قد يتم اشتراطه بند كبقية بنود العقد.

خاتمة:

نستنتج مما تقدم انه وبصدور قانون التجارة الإلكترونية 05/18 فان المشرع الجزائري ضبط بيئة قانونية للتجارة الإلكترونية لضمان حقوق ومصالح كل الأطراف المتعاقدة، لا سيما عنايته بمركز المستهلك الإلكتروني.

ويعتبر التزام المزود أو المهني بإعلام المستهلك قبل التعاقد في العقود الإلكترونية من اهم وابرز الضمانات القانونية الوقائية المستحدثة لحماية المستهلك في العقود التي تتم في العالم الافتراضي لتحقيق المساواة في العلم بجوانب العقد المبرم بين المتعاقدين، والتي تجد مجالها الحقيقي في مرحلة التفاوض التي تسبق ابرام العقد، من خلال تقديم المعلومات الكترونيا وبشكل يسمح للمستهلك بعلم جامع مانع بالسلعة أو الخدمة، وذلك لعدم إمكانية قيامه بمعايينة المبيع معايينة مادية قبل التعاقد، وهو من بين الالتزامات الاساسية والضرورية التي فرضها القانون على المزود أو مقدم الخدمة والتي لا بد منها لصحة العقد، لتحقيق شفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، وبالتالي توفير حماية اكثر للمستهلك الإلكتروني وتوفير الثقة في التجارة الإلكترونية بين المتعاملين مما يسرع إلى انتشارها واتساع نطاقها.

لكن بالرغم من اصدار قانون ينظم التجارة الإلكترونية في الجزائر لا بد على المشرع المسارعة في اصدار مجموعة من النصوص القانونية والتنظيمية الاضافية وإدخال تعديلات تتماشى مع المعاملات الإلكترونية.

الهوامش والمراجع:

(1) - صالح "محمد نور" الجداية، جودت سناء خلف: تجارة الكترونية، الطبعة الاولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2009، ص 26.

- (2) - ديميش سمية: التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2011، ص 29.
- (3) - صالح "محمد نور" الجداية: مرجع سابق، ص 24.
- (4) - رأفت رضوان: عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص 13.
- (5) - خليل ناصر: التجارة والتسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 29.
- (6) - المادة 06 من القانون رقم 05/18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018.
- (7) - محمد قدرى محمود: حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، 2014، ص 112.
- (8) - عبد الفتاح بيومي حجازي: حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 8.
- (9) - ممدوح خالد ابراهيم: امن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص 23، ويوسف زروق: حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني، (دراسة مقارنة)، دفاتر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد التاسع، جوان 2013، ص 135.
- (10) - ديميش سمية: مرجع سابق، ص 65.
- (11) - المادة 06 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر.
- (12) - ديميش سمية: مرجع سابق، ص 65.
- (13) - نفس المرجع، ص 66.
- (14) - احمد اسامة بدر: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005، ص 149.
- (15) - احمد السيد عبد الخالق: التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، مصر، 2006، ص 36.
- (16) - محمد قدرى محمود: مرجع سابق، ص 58.
- (17) - احمد اسامة بدر: مرجع سابق، ص 190.
- (18) - محمد قدرى محمود: مرجع سابق، ص 60.
- (19) - احمد السيد عبد الخالق: مرجع سابق، ص 36.
- (20) - احمد اسامة بدر، مرجع سابق، ص 205 و 206.

- (21) - محمد قدرى محمود: مرجع سابق، ص 60 و 61.
- (22) - سمية ديمش: مرجع سابق، ص 6 و 69.
- (23) - المواد من 18 إلى 20 من القانون 05/18 المذكور سابقا.
- (24) - فهد فلاح العجمي: الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشرق الوسط، 2011، ص 46.
- (25) - احمد السيد عبد الخالق: مرجع سابق، ص 37.
- (26) - المادتين 16 و 17 من القانون 05/18.
- (27) - ذيب عبد الله عبد الله محمود: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، اطروحة ماجستير، القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين 2009، ص 48 <http://www.academia>
- (28) - قطاف اسماعيل: العقود الإلكترونية، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 49.
- (29) - قطاف اسماعيل: مرجع سابق، ص 49.
- (30) - خلفي عبد الرحمان: حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم السياسية)، المجلد 27(1)، 2013، ص 07.
- (31) - سمير عبد السميع الاودن: العقد الإلكتروني، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2011، ص 119.
- (32) - يوسف زروق: مرجع سابق، ص 136 و 137.
- (33) - فاضل عقيل حمد الدهان، ريسان غني جادر الساعدي: الالتزام بالإعلام في العقد الإلكتروني، مجلة اهل البيت، العدد الخامس، ص 207 <https://www.iasj.net>
- (34) - محمد قدرى محمود: مرجع سابق، ص 119.
- (35) - قطاف اسماعيل: مرجع سابق، ص 50.
- (36) - حسن عبد الباسط جميعي: حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1996، ص 14.
- (37) - فاضل عقيل حمد الدهان، ريسان غني جادر الساعدي: مرجع سابق، ص 209.
- (38) - نفس المرجع، ص 208.
- (39) - البياقوت جرعود: عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير في العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002/2001، ص 38.
- (40) - فهد فلاح العجمي: مرجع سابق، ص 51.
- (41) - لدغش سليمة: حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت بين الواقع والضرورة، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الرابع، افريل 2017، ص 361 و 362، عن فهد فلاح العجمي: مرجع سابق، ص 53.

- (42) - انتصار بوزكري: الحماية المجنية للمستهلك في العقد البيع الاللكتروني، مكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز02، سطيف، 2013/2012، ص 25.
- (43) - خلفي عبد الرحمان: مرجع سابق، ص 10.
- (44) - مريم خليفي: الالتزام بالإعلام الاللكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الاللكترونية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الرابع، جانفي 2011، ص 211.
- (45) - نفس المرجع، ص 210.
- (46) - انتصار بوزكري: مرجع سابق، ص 26.
- (47) - قطاف اسماعيل: مرجع سابق، ص 50.
- (48) - خلفي عبد الرحمان: مرجع سابق، ص 11.
- (49) - مريم خليفي: مرجع سابق، ص 211 و212.
- (50) - انظر في ذلك: خلفي عبد الرحمان: مرجع سابق، ص 12، وسعداوي سليم: عقود التجارة الاللكترونية (دراسة مقارنة)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 32.