

حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني

Granting Consumer rights in the electronic Les droits des conformateurs dans le contract electronic



ثابت دنيا (*)

تاريخ الاستلام: 2022 / 04 / 27 تاريخ القبول: 2022 / 09 / 17 تاريخ النشر: 2022 / 09 / 30

ملخص:

العقد الإلكتروني لا يختلف عن العقد العادي في أركان انعقاده وشروط صحته والأثر المترتب عليه من حيث المسؤولية إذ يختلف عنه في الوسيلة التي يبرم بها، ويخضع للقواعد العامة في تنظيمه ومراعاة خصوصيته، لأنه يعتبر عقد يبرم عن بعد باستخدام وسائط إلكترونية حديثة، لذلك فهو يتطلب وسط قانوني قوي محاط بالعديد من الضمانات، لكي تكون حماية المستهلك البسيط عن طريق معرفة ماله من حقوق وما عليه من واجبات لنضمن السير الجيد للمعاملات الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: العقد الإلكتروني؛ المستهلك؛ الضمانات؛ الإعلام

Abstract :

The électronica contractes not différe frome the normal contracté in the éléments of éléments the conditions and the impact on It inters responsabilité .as It différés frome in the wax in winch It Is conclue and Is subjectif to the général Rules in ils organisation and takin intox frome à distance usine modern électronica media and hereford requiers à légal medium.

. String surtonde by manie garantes in ordre to bé protection for the simple consumer by Koning This right to endure That électronica transaction are gong Wells.

key words: The electronic contract; the consumer; Guarantees, media

(*) باحثة دكتوراه، جامعة تيسمسيلت، (الجزائر)، denia.tabet@univ-msila.dz

مقدمة:

يشهد العالم في الفترة الراهنة كثير من التقدم العلمي والتكنولوجي بحيث يلقي هذا التقدم بضلاله ونتائجه على كافة جوانب الحياة والعلاقات بين الأفراد والدول، ظهرت التجارة الالكترونية ولعل من أهم وسائل رواجها اعتمادها على العقد الإلكتروني.

يعتبر العقد الإلكتروني اتفاقا بين شخصين أو أكثر يتلاقى فيه الإيجاب والقبول عبر تقنيات الاتصال عن بعد بهدف إنشاء رابطة قانونية.

يخضع العقد المبرم عبر وسائل الكترونية في إطاره العام للقواعد والأحكام العامة تنظمها النظرية العامة للعقد، فهو يتم بالاتفاق والتراضي بين طرفيه الموجب والقابل لكنه يتميز بأنه عقد مبرم عن بعد باستخدام وسيلة الإلكترونية أو أكثر عن طريق المواقع الالكترونية أو بريد الإلكتروني وغيرها من الوسائل الالكترونية.

ومن الموضوعات التي يثيرها العقد الإلكتروني بسبب عدم الوجود المادي للسلع المباعة أمام أعين المستهلكين الراغبين في الشراء وعدم قدرة المستهلكين على الحكم بدقة على المبيع وأوصافه.

لذلك كان من الضروري الكشف عن أركان هذا العقد الإلكتروني معرفة حقوق المستهلكين عند التعاقد الإلكتروني وبسبب انتشار هذا النوع من التعاقد ظهرت بعض الإشكاليات من أهمها:

إلى أي حد يتميز التعاقد الإلكتروني عن العقد العادي وما هي حقوق المستهلك؟؟

لعل هذه الإشكالية تناولناها في المبحث الأول أركان العقد الإلكتروني في مطلبين الرضا في عقد الإلكتروني في وجوده وصحته وفي المطلب الثاني عن ركن المحل والسبب في عقد الإلكتروني وكان موضوع المبحث الثاني حقوق المستهلك عند التعاقد الإلكتروني في مطلب حق المستهلك في الإعلام وفي المطلب الثاني حق المستهلك في تسليم مطابق.

المبحث الأول:

أركان العقد الإلكتروني

يعتبر العقد الإلكتروني حديث العهد لا يختلف كثيرا عن نظيره التقليدي إلا من حيث وسيلة إبرامه التي تعتمد على الشبكة العنكبوتية.

لذلك لا يختلف كثيرا عن العقد العادي في أركان انعقاده وشروط صحته وكذا الآثار المترتبة عن إبرامه والتي

سنفصل فيها ما يلي:

المطلب الأول: الرضا في العقد الإلكتروني

يمر العقد الإلكتروني مثل غيره من العقود بمرحلة من التفاوض التي يتم فيها تبادل الإيجاب والقبول عن طريق وسائل الكترونية وشروطها القانونية حتى يعتد بها في اكتمال وصحة ركن الرضا

الفرع الأول: وجود الرضا

أولا: الإيجاب الإلكتروني

1- يعرف الإيجاب بأنه التعبير البات المنجز الصادر من أحد المتعاقدين والموجه إلى الطرف الآخر بقصد إحداث أثر قانوني، ويعرف التوجيه الأوروبي الخاص بحماية المستهلكين الإيجاب في العقود المبرمة عن بعد بأنه اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة، هو عمل إرادي يهدف السعي إلى إجراء عقد¹.

بما أن القانون قد نص على اعتبار أن التعبير عن الإرادة يمكن أن يكون بعدة وسائل كالكتابة أو اللفظ أو الإشارة المتداولة عرفاً أو حتى باتخاذ موقف لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالتة على حقيقة المقصود.

فإن رسالة البيانات هي الأخرى يمكن اعتبارها من ضمن الوسائل التي يمكن اعتبارها تعبيراً مقبولاً عن الإرادة وهي المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل الكترونية أي يكون بإشارة الكترونية مرسله من جهاز كمبيوتر مثلاً إلى جهاز آخر².

وتختلف الآراء حيث تعتبر بعض القوانين أن العرض الموجه للجمهور وعن طريق الإعلانات مثلاً يفقد صفة التحديد وبالتالي لا يعد إيجاباً، في حيث تذهب قوانين أخرى ومنها القانون الفرنسي والقانون الإنجليزي إلى عكس ذلك إذ يعتبر توجيه الإيجاب إلى العالم كله³.

2- شروط الإيجاب.

يجب أن يكون الإيجاب جازماً، أي يعبر عن إرادة جازمة لا رجوع فيها وباتاً بحيث أن قبوله يكون كافياً لانعقاد العقد، لذلك طبيعة العرض الموجود على الشبكة يكون عن وجود سلعة ما معروضة للبيع ومحدد في هذا العرض إمكانيات تلك السلعة ومكوناتها والتمن المعروضة للبيع به وحتى طريقة سداد هذا الثمن لذلك يمكن القول إن العرض على الشبكة هو عرض تفصيلي للسلعة المعروضة للبيع، إذا كان التعبير عن الإرادة إيجاباً فإنه لا ينتج أثره إلا إذا وصل إلى علم المتعاقد الآخر. وبما أن عرض السلعة على الشبكة ليس موجهاً إلى شخص معين بالتحديد أي الإيجاب ليس موجهاً إلى شخص محدد دون الباقي بل موجه إلى الكافة.

لذلك دخول الأفراد على ذات الشبكة ينتج عنه هذا التعبير قد أنتج أثره القانوني لأنه لا يعد قرينة على علمهم

بهذا⁴.

قد جاء في التوجه الأوروبي الصادر في 21 مايو 1992 إنه إذا استجاب مستهلك فرنسي لإعلان في صحيفة صادرة باللغة الإنجليزية أو برنامج للبيع بالتلفزيون باللغة الألمانية فلا يجوز أن يتوقع تلقي جميع المعلومات بلغته الوطنية فإذا كانت وسيلة الدعاية توزع خارج منطقتها اللغوية وقرر المستهلك أن يتعاقد فلا ينبغي أن تكون القواعد الخاصة بالعقود عائقاً أمام هذا العقد العابر للحدود.

¹ نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان 105 ص 34

² منير محمد الجببي، ممدوح محمد الجببي، الطبعة القانونية للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي مصر، ص 140

³ نضال إسماعيل برهم، المرجع السابق ص 35

⁴ عباس العبوري التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري ومحتها في الإثبات المدني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 1997 ص 46.

بعض العقود تشترط ما يسمى نطاق التغطية بمعنى تحديد النطاق الجغرافي الذي يغطيه الإيجاب.⁵ نجد المشرع الجزائري قد نص في المادة 18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على استعمال اللغة العربية بدرجة أولى لإعلام المستهلك كما أجاز استعمال لغات أخرى يسهل فهمها من قبل المستهلكين وتم بطريقة مرئية ومقروءة ويتعذر محوها.

القوة الملزمة للإيجاب الإلكتروني

من التشريعات التي تناولت مسألة القوة الملزمة للإيجاب الإلكتروني، نجد التشريع المغربي، إذ نص على حالتين للإلزامية الإيجاب الإلكتروني وهما حالة اقترانه بأجل للقبول وحالة بقاء الإيجاب متاحا بوسيلة إلكترونية يمكن الدخول إلى العرض بواسطتها وعليه يكون للموجب في الإيجاب الإلكتروني

العدول عن إيجابه ما لم يقيد بأجل معين. وذلك بسحبه من الموقع الإلكتروني الذي عرضه فيه، مع اشتراط الإعلان عن رغبته في العدول عن الإيجاب.

ثانيا: القبول الإلكتروني

1. يعرف القبول بأنه التعبير عن رضا من وجه إليه الإيجاب بإبرام العقد بالشروط التي عينها الموجب. قد يكون التعبير صريحا كأن يبعث القابل برسالة عبر البريد الإلكتروني، قد يكون فيها قبول صريح لعرض الموجب وقد يكون ضمنا وذلك بقيام القابل بعمل أو تصرف يفيد الموافقة على القبول.

هناك من يعتبر أن نقر أيقونة القبول من قبيل القبول الضمني، بحيث يكون التعبير عن طريق النقر على أيقونة القبول من قبيل التعبير المألوف في هذا النوع من العقود أو وفق معيار التعبير المباشر والغير مباشر⁶.

أما المادة 11 من القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية "شخص محدد" بنصها "يجوز استخدام وسائل البيانات للتعبير عن العرض وقبول العرض". لم تعرف القبول بل نصت على الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها للتعبير عن القبول. كما أن التشريعات العربية المنظمة للعقد الإلكتروني ومنه البيع الإلكتروني لم تقدم تعريفا جامعاً ومانعا للقبول الإلكتروني، واكتف بدكر وسائل للتعبير عنه فقط.

2. أما فيما يخص شروط القبول الإلكتروني:

يعد القبول الإلكتروني الإرادة الثانية لإتمام العقد الإلكتروني، إذ يشترط فيه قانونا أن يستوفي مجموعة من الشروط حتى يعتد به:

أن يكون مطابقا للإيجاب إذا لحق الإيجاب تعديل أو نقص فيه فإن العقد لا يعتد ويعتبر مثل هذا القبول رفضا يتضمن إيجاب جديد.⁷

⁵ نضال إساعيل برهم، المرجع السابق ص 35.

⁶ نضال إساعيل برهم، المرجع السابق ص 35.

⁷ أنور سلطان، مصادر الالتزام في القانون الأردني، منشورات الجامعة الأردنية طبعة الأولى سنة 1987. ص 28.

ذلك إذا بعث الموجب له إلى الموجب عبر البريد الإلكتروني قبولا مشروطا بتعديل في الثمن، فإن القبول يعتبر رفضا يتضمن إيجابا جديدا.

وإذا بعث القابل برسالة عبر البريد الإلكتروني إلى الموجب يعلمه بقبول يوافق فيه على كل المسائل الجوهرية وترك المسائل، التفصيلية دون اتفاق يعتبر العقد قد انعقد شريطة أن يشترط أن العقد لا يكون منعقدا عند عدم اتفاقها على هذه المسائل.

ومنه فإن القبول يجب أن يصدر والإيجاب لا يزال قائما لا أن هذا الشرط يفيد ضرورة صدور القبول الإلكتروني خلال المدة التي حددها الموجب لإيجابه في حالة ما إذا قيده بمدة معينة أو في مدة معقولة في حال عدم تحديدها⁸. ومن شروطه أيضا مطابقة القبول للإيجاب في المادة 59 من القانون المدني الجزائري بالنسبة للقبول في العقد العادي وقياسا عليه العقد الإلكتروني.

الفـرع الثاني: صحة التراضي

يشترط لصحة التراضي أن تصدر عن أهلية كاملة، كما يجب أنال يشوب هذه الإرادة عيب. بالنسبة للعقود الإلكترونية شأنها شأن كل العقود لا تتعقد صحيحة إلا إذا صدرت من متعاقدين تتوافر فيهم الأهلية.

في العقود التي تجري بين حاضرين يستطيع كل من المتعاقدين أن يستوثق من أهلية المتعاقد الآخر ولكن الأمر يصعب في العقود الإلكترونية حيث لا يوجد حضور مادي بين أطراف العقد، لذلك تتور مشكلة قيام عدم التمييز أو قاصر بالتعاقد عن بعد.

لذلك بمناسبة العقود الإلكترونية يمكن تحميل القاصر مسؤولية عند التعاقد مع شخص حسن النية وتكون مسؤوليته تقصيرية وخاصة عند انعدام العقد.

لذلك يمكن اللجوء لحل مشكلة أهلية المتعاقدين عن بعد إلى ما يسمى سلطات الإشهار والتي هي عبارة عن طرف ثالث محايد ينظم العلاقة بين الأطراف على الخط فتقوم بتحديد هوية الطرفين وأهليتهما القانونية عن طريق إصدار شهادات تثبت حقائق معينة متعلقة بالتعاقد الذي يجري عبر الإنترنت.⁹

المطلب الثاني: المحل والسبب في العقد الإلكتروني

يقصد بالمحل (محل العقد) الأمر أو الشيء الذي يرد عليه العقد، حددت القواعد العامة شروطا لصحة هذا المحل وهي أن يكون موجودا أو ممكنا، معيناً أو قابلاً للتعيين.

حددها المشرع في المواد من 92 إلى 94 من القانون المدني بالإضافة إلى وجود سبب للتعاقد وهو الغرض المباشر الذي يقصد المتعاقد بلوغه ويشترط فيه أن يكون موجودا أو مشروعاً.

⁸ السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني المجلد الأول، دار النهضة العربية القاهرة الطبعة الثالثة سنة 1981، ص 280.

⁹ نضال إسماعيل برهم، المرجع السابق، ص 43.

الفرع الأول: المحل في العقد الإلكتروني

إبرام العقد كأصل عام يجب أن يكون المحل فيه موجودا أو قابلا للوجود كما يكون معينا أي محمدا تحديدا بنفي الجهالة عنه من قبل المشتري حسب نص المادة 94 من القانون المدني الجزائري.

إلا أن شرط تعيين المحل قد يثير مشكلة عدم المطابقة أو الاختلاف بين الوصف المرغوب فيه في العقد الإلكتروني، وبين ما استلمه صاحبه وهذا ما يحدث بالنسبة على للبضائع المادية التي لا يستطيع المشتري أو المستهلك معاينتها عن كثب لذا يقضي قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 60/92 المؤرخ في 18/01/1992 في المادة 111-21 يقوم البائع الذي يعرض مبيعاته عبر الإنترنت أن يحدد الخصائص الهامة لهذه السلع أو الخدمة وكذا كيفية صنعها وكميتها وسعرها بالإضافة إلى كل ذلك عليه بضمان محل غير معين وأمن.

كما أن قابلية المحل للتعامل فيه، أي المشروعية يطرح مشكلة هي مدى انسجام المحل في العقد الإلكتروني مع النظام العام لان العقد الإلكتروني يتم عبر الشبكة الدولية للاتصالات يؤدي إلى إبرام عقود تتماشى والنظام العام في دولة دون دولة أخرى، كما تتعامل المخدرات وممارسة القمار فكيف يتم التعامل مع هذه الحالة؟ لذلك هذا الشرط أهم شرط في محل العقد الإلكتروني فيجب توافره نظرا لكثرة المواقع لممارسة التجارة غير المشروعة، لذلك يجب تكاتف الجهود الدولية لمواجهة هذا الأمر وذلك بالحفاظ على المشروعية أو ما يسمى بالوظيفة التنظيمية.¹⁰

الفرع الثاني: السبب في العقد الإلكتروني

العقد الإلكتروني لا يختلف عن العقد التقليدي في هذا الركن (السبب) ويمكن تعريفه بأنه تلك الاعتبارات النفسية والشخصية لكلا المتعاقدين لإبرام العقد نصت عليه المادة 98 من القانون المدني الجزائري.. إن لم يذكر السبب في العقد فيفترض وجوده.

وشروطه أن يكون موجودا وأن يكون مشروعا، وبخصوص هذا الشرط فكل المبيعات المالية العابرة للحدود الدولية تلزم رجال الحمارك، تطبيق الرقابة القانونية على مدى مشروعية التعامل بها، غير أن المبيعات المعنوية تحتاج إلى تقنيات كبيرة لمراقبة مشروعيته.

إن القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية والتي تيسر لنا الاطلاع عليها وتوظيفها تحيل في معظم الاحوال إلى تطبيق الأحكام العامة في نظرية العقد إلا ما تعارض منها وخصوصيات العقد الإلكتروني التي يستمدّها من الفضاء الذي يبرم فيه.

وبالتالي إذا استوفي العقد شروطه وأركان انعقاده الجزائري.. إن على عاتق طرفيه بالنسبة لزمان انعقاد العقد ومكانه تعمل التشريعات الحديثة والخاصة بالفضاء الرقمي على مسايرة ومواكبة ما يستتجد من تطورات لاحتوائها وتنظيمها العقد الإلكتروني يعتبر في غالب الأحيان مبرما بين حاضرين زمانا وغائبا مكانا.¹¹

المبحث الثاني:

¹⁰ عابد راشد المري، مدى حجة التكنولوجيا الحديثة في إثبات العقود التجارية رسالة دكتوراه، القاهرة سنة 1998، ص 100.

¹¹ منير محمد الجنيبين، ممدوح محمد الجنيبين، المرجع السابق، ص 165.

حقوق المستهلك عند التعاقد

إن حاجة المستهلك إلى السلع والخدمات الضرورية التي تقدم عبر شبكة الانترنت (الخدمات السياحية والمصرفية والتأمين وبيع تذاكر الطيران) تدفعه إلى الإقبال عليها وإبرام التصرفات من خلال شبكة الانترنت وغالبا ما يفتقد المستهلك إلى الخبرة والمعرفة في مجال تقنية تكنولوجيا المعلومات ولعل إعلام المستهلك بالمعلومات عن المبيع أثناء التعاقد والالتزام بتسليم مبيع مطابق من أهم حقوق المستهلك المتعاقد عبر شبكة الانترنت.

المطلب الأول: حقوق المستهلك في الإعلام

إن العقود الالكترونية يكون الحضور فيها افتراضيا بين طرفيه الامر الذي يؤدي الى ضرورة توفير حماية خاصة للمستهلك الالكتروني.

الفصل الأول: تعريف الحق بالإعلام الإلكتروني

حق المستهلك بالإعلام يقابله التزام يفرض على عائق المتدخل بان يدلي بكافة أنواع البيانات والمعلومات متعلقة بالعقد لأنها تساهم في إيجاد رضا كامل وسليم بكافة المسائل الجوهرية لإبرام العقد.

أولا: التعريف الفقهي:

عرف البعض الالتزام بالإعلام: انه التزام سابق على التعاقد وذلك بان يقدم للمتعاقد الآخر قبل إبرام العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا كامل سليم¹².

وعرفه آخر: التزام قانوني عام سابق على التعاقد يلتزم فيه المهني بإعلام المستهلك في ظروف معينة إعلاما صحيحا وصادقا بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه والتي يعجز عن إحاطة بها بوسائله الخاصة¹³. يستخلص من تعريف حق المستهلك بالإعلام في التعاقد الالكتروني انه التزام سابق على التعاقد الالكتروني يتعلق بالتزام المتدخل بإعلام وتبصير المستهلك بمعلومات شاملة عن كل ما يتعلق بعملية البيع عبر شبكة الانترنت.

ثانيا: التعريف القانوني للحق في الإعلام

- حسب القانون الفرنسي الصادر بـ 2016 يجب إن يتضمن الحق في الإعلام على ثلاث نقاط أساسية هي:
1. الإعلام والتوضيح بالخصائص المميزة للسلع او الخدمات المفروضة باعتبارها الباعث الرئيسي لدى المستهلك على التعاقد.
 2. الإعلام والتوضيح ببعض البيانات الإلزامية: التزام البائع بضمان العيوب الخفية وعدم جواز الاتفاق على الإعفاء من هذا الشرط.

¹² عبد الحميد بادي، الإيجاب والقبول في العقد الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع العقود والمسؤولية جامعة الجزائر، كلية الحقوق بن عكنون، السنة 2012 ص 85.

¹³ نزيه محمد الصادق الحمدي، الالتزام قبل الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود دراسة فقهية تضامنية دار النهضة العربية القاهرة، 1982ص 15.

وأخذ المشرع الجزائري بمبدأ الالتزام بالإعلام عن خصائص او مميزات الخدمات والمنتجات فكان نتيجة هذا الالتزام أن وضع نظام خاص تكلمة له وتشجيعا لحماية المستهلك وعرف بنظام الوسم والتغليف فالإعلام يهدف إلى تنوير المستهلك حول المنتج.

الفـرـع الثاني: الأساس القانوني للحق في الإعلام

تعددت وجهات النظر حول الأساس القانوني للحق في الإعلام بين الفقه والقضاء.

أولاً: يرى بعض فقهاء القانون ان الالتزام بالإعلام يستند إلى مبدأ سلامة العقود والتوازن العقدي فيما بين طرفي العقد لأن وجود مثل هذا الالتزام هام وضروري لسلامة العقود في ظل عدم المساواة بين المتعاقدين في العلم نظرا للفرق الذي يحظى به أحد المتعاقدين إزاء طرف آخر.

أساس وجود هذا الالتزام يعود إلى المبدأ القائل انه إذا كان أحد المتعاقدين في مركز لا يؤهله للاطلاع على المعلومات الضرورية المتعلقة بموضوع العقد¹⁴.

ثانياً: وهناك من يرى أن نظرية عيوب الرضا كأساس الالتزام بالإعلام لا يمكن إنكار وجود علاقة قوية بين الالتزام بالإعلام ونظرية عيوب الرضا فكلاهما يهدف إلى حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك وهذا التقارب الشديد دفع كثير من الفقهاء الى اعتبار نظرية عيوب الرضا أساسا قانونيا للالتزام بالإعلام وذلك لأن الإخلال بالالتزام ينتج عنه عيب في إرادة الطرف الضعيف خاصة في حالة الغلط الواقع على صفة جوهرية فيبطل العقد استنادا إلى التدليس إذا كان المتدخل أو البائع على معرفة بصفة موضوع الإعلام وتعمد إخفاؤها أو كتمانها، أو استنادا إلى نظرية الغلط إذا كان على صفة جوهرية.

أيضا هذا الاتجاه منتقد لأنه لا يستطيع التمسك به إلا بعد نشوء العقد، بين الالتزام بالإعلام ينشأ وينقص قبل قيام العقد¹⁵.

ثالثاً: اتجه جانب آخر من الفقه إلى اعتبار الالتزام بضمان العيوب الخفية مصدر للالتزام بالإعلام، فلا يستطيع المستهلك العلم بمواصفات المبيع وكافة بياناته من تلقاء نفسه، إذ لا بد من إعلامه بها لذلك يكون العيب خفيا لأن البائع لم يجبر المستهلك به قبل إبرام العقد ولم يمنحه الخيار في قبول الصفقة أو رفضها.

وهذا الرأي أيضا واجه اعتراضات كثيرة رفضت فكرة تأسيس الالتزام بالإعلام على أساس ضمان العيوب الخفية¹⁶.

رابعاً: مبدأ حسن النية في العقود:

اتجه فقه وقضاء فرنسي إلى القول بأن أساس الالتزام بالإعلام هو مبدأ حسن النية بما يوجبه هذا المبدأ من التزامات على عاتق كلا المتعاقدين بهدف توفير الأمانة والثقة بينهما.

¹⁴ نضال إسماعيل برهم، المرجع السابق، ص 138.

¹⁵ محمود عبد الرحيم الشريفات، التراضي في تكوين العقد عبر الانترنت، دراسة مقارنة، دار الثقافة عان سنة 2009، ص 107.

¹⁶ محمود عبد الرحيم الشريفات، التراضي في تكوين العقد عبر الانترنت، دراسة مقارنة، دار الثقافة عان سنة 2009، ص 107.

يوجب مبدأ حسن النية مراعاة الأمانة بين المتعاقدين بما يحقق الثقة بينها فعلى البائع عند إبرام العقد الإدلاء بكافة المواصفات والمعلومات الضرورية عند البيع وهذا يعني ان الكتمان يتنافى مع مبدأ حسن النية، وهذا ما اخذ به المشرع الجزائري في المادة 107 من القانون المدني.

المطلب الثاني: حق المستهلك في استلام مبيع مطابقا

يعتبر التسليم من أهم الالتزامات المتدخل أو البائع في العقود المبرمة عن بعد وذلك بوضع الشيء أو الخدمة محل العقد الإلكتروني تحت تصرف المستهلك أو المشتري بصورة يتمكن من حيازته سندرسه من خلال:

الفرع الأول: مكان التسليم وزمانه:

أولاً: مكان التسليم

في التعاقد الإلكتروني يجب التمييز بين ما إذا كان الشيء المبيع سلعة أو خدمة لأنها يختلفان في هذا التعاقد، مثلاً إذا كان التعاقد على خدمة يستطيع الحصول عليها مباشرة عبر شبكة الانترنت بواسطة نقلها إلى حاسوبه الخاص بصورة مباشرة أما السلع يتم غالباً بالطرق العادية¹⁷.

الأصل أن يتم التسليم في المكان الذي يتفق عليه المتعاقدان في العقد فإذا لم يتفقا فإن البائع يلزم بإرسالها إلى محل إقامة المشتري على أن يتحمل المشتري نفقات التسليم.

لكن عندما تستوجب طبيعة المبيع نقله بواسطة ناقل مختص فإن البائع يعد قد نفذ التزامه بمجرد تسليمه إلى الناقل الأول.

ثانياً: زمان التسليم

تنص المادة 1/281 من القانون الجزائري على أنه: يجب أن يتم الوفاء فور ترتيب الالتزام نهائياً في ذمة المدين مالم يوجد اتفاق يقضي بغير ذلك، وبالتالي ترك المشرع الحرية للمتعاقدين في تحديد زمان التسليم، إذ لم يوجد اتفاق على زمان التسليم يجب أن يكون فور الانتهاء من إبرام العقد.

إن البائع يعد محلاً بالتزامه بالتسليم إذ لم يسلم المبيع إلى الناقل أو تأخر عن الموعد المحدد للتسليم أو أنه نفذ الالتزام بشكل معيب بأن سلم شيئاً غير مطابق لما انعقد عليه، لذا يمكن للمشتري في هذه الحالات المطالبة بالتنفيذ العيني أو المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر¹⁸.

الفرع الثاني: مطابقة المبيع للمواصفات

بعد تنفيذ الالتزام بالتسليم يمكن للمشتري تقدير مدى مطابقة الشيء المبيع للمواصفات التي تم الاتفاق عليها، لذلك وجب أن يكون التسليم مطابقاً للمواصفات المتفق عليها صراحة أو ضمناً لذلك سنوضحه.

¹⁷ فضال إسماعيل، المرجع السابق، ص 111.

¹⁸ نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق ص 132.

أولا: مفهوم مطابقة المنتوجات

عرفتها المادة 18/3 من قانون حماية المستهلك وقّع الغش 03/09 المطابقة بأنها استجابة كل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاص به. أيضا يجب أن يستجيب المنتوج للطلبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك.

والجدير بالذكر أن المطابقة في قانون حماية المستهلك تختلف عن المطابقة في القانون المدني في عقد البيع مثلا، نجد المطابقة بالقانون المدني قاصرة على تحقيق الحماية الكافية للمستهلك، كونها تكفل المصالح الاقتصادية للمستهلك بينما المطابقة في قانون المستهلك نجدها تهتم بأمن وصحة وحماية المستهلك.

ثانيا: صور مطابقة المنتوجات

هناك ثلاث صور من مطابقة المنتوجات

1- **المطابقة الوصفية:** يخضع تحديد مضمون المطابقة الوصفية لمعيار شخصي بحيث يتحقق الإحلال بهذا الالتزام ولو لم يكن للصفات والخصائص المطلوبة أي قيمة عملية وهو ما يعمل على توفير قدر من الحماية للمستهلك في مواجهة المنتوج.

وعليه إذا سلم المنتوج طبيعيا لكنه مختلف عن الأوصاف المرغوب بها والمتفق عليها عد تسليم غير مطابق.

2- المطابقة الكمية

تتوافر كلما كان تسليم المنتوجات تعقد على المقدار والكمية المتفق عليها في العقد وبذلك تكون أمام حالة مطابقة كمية¹⁹.

3- المطابقة الوظيفية:

ويقصد بها صلاحية المبيع للاستعمال في الغايات التي خصص من أجلها وصلاحيتها للاستعمال في الأغراض الخاصة التي يبتغيها المستهلك وهي تتضمن مجموعتين من العناصر، مطابقة وظيفية عامة وتتمثل مطابقة الوظيفية لمثل هذا النوع من المنتوجات.

أما المجموعة الثانية تضم عناصر المطابقة الوظيفية الخاصة ويقصد بها صلاحية المنتوج لمباشرة وظيفة حددها المستهلك وعلى ذلك يكون البائع قد سلم مبيعات لا تتوفر فيه الصفات المطلوبة والمتفق عليها في العقد إما صراحة أو ضمنا.²⁰

الخاتمة:

في نهاية بحثنا لموضوع حقوق المستهلك في العقد الإلكتروني نخلص إلى عدة نتائج ومقترحات نرى انه من المفيد أن يراعيها المتعاقد عند التعاقد الإلكتروني وبذلك أهم النتائج هي:

¹⁹ بن الطيب محمد الأمين الشروط التعسفية في عقود الاتصال، دراسة مقارنة، مذكرة النيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، جامعة ابو بكر بلقاى تلمسان سنة 2007، ص 31.

²⁰ علي بولحية بن بجميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر 2000 ص 27.

1. العقد الإلكتروني يخضع في إطاره العام إلى الأحكام العامة إلا أنه يتمتع بخصوصية عن غيره من العقود التقليدية، لذلك فالعقد الإلكتروني هو توافق إرادتين بواسطة شبكة المعلومات الدولية وغيرها من وسائل الاتصال المفتوحة.
2. العقد الإلكتروني عقد يتم عن بعد دون الحضور المادي لأطراف العقد.
3. إذا كان النظام العام يشكل قيوداً على حرية الأطراف واتفاقاتهم الصريحة والضمنية فإن تحديد مضمون هذا النظام يثير صعوبات في مجال المعاملات الإلكترونية الغير خاضعة لسيطرة أي سلطة حكومية أو سياسية.
4. توصلنا أيضاً أن التعاقد الإلكتروني ذو طبيعة خاصة فهو تعاقد بين غائبين عقد مبرم عن بعد ويغلب عليه الطابع التجاري وهو عقد متعادل إذا تم بعد مناقشات ومفاوضات.
5. معرفة حقوق المستهلك سواء كان قبل التعاقد أو بعده وذلك بضرورة تسليم مطابق. ولذلك نرى انه يجب على المشرع الجزائري سن قانون خاص متكامل لتنظيم أحكام التعاقد الإلكتروني وما يرتبط به، كما يجب تحديد الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني تحديداً وأضحالاً يدع أي غموض أو نقص باعتبارها العقد يغلب عليه الطابع الاستهلاكي والتجاري.

قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: باللغة العربية:

أ- الكتب:

- أنور سلطان، مصادر الالتزام في القانون الأردني منشورات الجامعة الأردنية ط1 سنة 1987.
- السنوري، الوسيط في شرح القانون المدني المجلد الأول. دار النهضة العربية القاهرة ط3 سنة 1981.
- عباس العبودي التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجتها في الإثبات المدني، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان 1997.
- محمود عبد الرحيم الشريفات التزاتي في تكوين العقد عبر الإنترنت، دراسة مقارنة، دار الثقافة عمان سنة 2009.
- منير محمد الجبهي، ممدوح محمد الجبهي، الطبعة القانونية للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي مصر.
- نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل الإداء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود دراسة فقيه قضائية مقارنة، دار النهضة العربية بالقاهرة 1982.
- نضال إساعيل برهم إحكام عقود التجارة الإلكترونية دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان.

ب- المذكرات والرسائل العلمية

- بن الطيب محمد الأمين الشروط التعسفية في عقود الاتصال دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان سنة 2007.
- عبد الحميد بادي. الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع العقود والمسؤولية جامعة الجزائر كلية الحقوق بن عكنون، السنة الجامعية 2011-2012.
- عابد راشد المري، مدى حجة التكنولوجيا الحديثة في إثبات العقود التجارية رسالة دكتوراه القاهرة سنة 1998.