

جامعة عمار ثليجي بالأغواط  
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية والحضارة  
قسم العلوم الانسانية والاسلامية والحضارة  
الشعبة: شريعة



الموضوع

# حماية المستهلك بين الشريعة والقانون (التجارة الالكترونية أنموذجا)

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية LMD  
تخصص الفقه المقارن وأصوله

إشراف الاستاذ :

الازهاري دمانة

إعداد الطالبتين :

حسنا بن قشوة

عائشة يحيوي

اللجنة المناقشة

د / ورنيني محمد ..... رئيسا

أ / الأزهاري دمانة ..... مشرفا

د / علاي محمد ..... مناقشا

السنة الجامعية 1439 هـ - 1440 هـ / 2018 م - 2019 م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# شكر و عرفان

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

مع آخر اللمسات لهذا البحث كان لزاما علينا أن نتوجه بالحمد والشكر للمولى عز وجل الذي وفقنا لإتمام

هذا العمل من غير حول منا ولا قوة

كما نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ دمانة الأزهاري

الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته

رغم انشغالاته جعله الله ذخرا لطلبة العلم

وكما نشكر أعضاء اللجنة المناقشة على قبول مناقشة هذه المذكرة

ونشكر كل من أقال عثرتنا نحو طريق العلم

ونخص بالشكر أساتذة قسم

العلوم الإسلامية

فإننا نحسبهم ورثة علم وميراث نبوة

ولا نزكي على الله أحدا .

## إهداء

الحمد لله حمدا طيبا مباركا فيه ، على كل النعم فبعد سنوات من العمل  
وجد وتعب وسهر في سبيل العلم، لابد من جني الثمار التي زرعت خلال السنوات  
التي مرت ، شكرا للمولى عز وجل على هذه النعمة  
إلى من علماني العطاء دون انتظار إلى والدي العزيزين ، علال يحياوي ، طاهر  
يحياوي  
إلى من رباني فأحسن تربيتي إلى من أحمل إسمه بكل إفتخار أرجو من الله أن يشفيه  
شفاء لا يغادر سقما إلى والدي العزيز علال يحياوي  
إلى أعز وأحن إلى من كان دعاؤها سر نجاحي في حياتي إلى أغلى الحبايب التي  
ربتني فأحسننت تربيتي والدتي رقية العيدي  
إلى والدتي التي حملت فتعبت في حملي وساهمت في رعايتي إلى والدتي فريحة بن  
الصحراوي  
إلى زوجة أبي التي كانت مثابة أخت لي فاطمة بسباس  
إلى من كانوا سندا لي إلى أفراد أسرتي الكريمة أخي لخضر وزوجته أمينة أسأل الله  
أن يرزقهما الذرية الصالحة  
وإلى أخي الصغير بن عمر أسأل أن يرزقه بالعلم النافع  
إلى أخواتي توتة،فاطنة ، أم كلثوم، نعيمة وزوجها وأولادها والعالية وزوجها  
وأولادها ، وكل العائلة الكبيرة إلى أختي وصديقتي ورفيقتي في القرآن ومشواري  
الدراسي أسأل الله أن يعطيها من خير الدنيا و الآخرة حسناء بن قشوة وكل عائلتها  
الكريمة  
وإلى التي أنارت دربي وحياتي بالقرآن فاطنة عبد العالي وزوجها وأولادها  
وإلى زميلاتي في المدرسة القرآنية  
إلى كل صديقاتي و بالأخص بهلولي عائشة

عائشة

## إهداء

إلى هبة الرحمان ولمن الجنة تحت قدمها ومن شغفت بحبها

إلى حبيبة قلبي ومصدر سعادتي إلى أمي

إلى من زرع في حياتي الأمل

زرع بنهجه حب خير العمل

لمن حثني أن أسلك طريق العلم لسندي ونور عيني إلى والدي العزيز

إلى منهم مصدر الأمان إخوتي الأعزاء

إلى أفراد أسرتي وجميع أقربائي

وكل الأحباب دون إستثناء

حسنا





# مقدمة



الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على محمد الأمين، عليه أفضل الصلاة و أزكى التسليم، وعلى أصحابه الغر الميامين، و التابعين و تابعيهم باحسان إلى يوم الدين.

ثم أما بعد، فإن من أعظم نعم الله عزّ و جلّ علينا أن أصبح نعمه و بسط رزقه و أرسل رسله و أنزل كتبه، فكان القرآن خاتم الرسالات و كان محمد صلى الله عليه و سلم خاتم النبيّين أخرج الناس من عبادة العباد إلى عبادة رب العباد، و من جور الأديان إلى عدل الإسلام، و من مظاهر هذا العدل أن المولى عزّ و جلّ شرّع الأحكام و بين الحلال و الحرام، وأحل البيع و حرم الربا و جلب للمسلم كل صالح و دفع عنه كل فاسد، و من بين هذه المصالح أن شرع التجارة للناس و تبادل السلع بينهم لحاجاتهم الدائمة إليها و استهلاكهم لها، فكان السوق مكان التقاء العرض و الطلب للمنتجات و السلع و الخدمات، و لا يخفّ بالتأكيد أهميته في تلبية رغبات المستهلكين و ما يحققه لهم من أسباب المتعة و الرفاهية لاقتناء ما يحتاجونه من سلع و خدمات، ولكن مع مرور الزمن و ظهور التكنولوجيا التي أدت إلى إحداث الكثير من التغيرات و التطورات في مختلف المجالات الاقتصادية، و نشأ معها أسواق افتراضية عبر الإنترنت، ساهمت في تحقيق رغبة المستهلكين إلى ما يحتاجونه، فسميت هذه التجارة بالتجارة الإلكترونية.

### أهمية الموضوع

ان التجارة الإلكترونية نشاطا تجاريا يتميز بالملائمة مع عصر المعلوماتية حيث ان موضوع التجارة الإلكترونية أثار جدلا على المستويين القانوني و الشرعي في وقتنا الحاضر فأصبح محل الاهتمام لما له من أحداث و مع كل هذا فإن حجم التجارة الإلكترونية في تطور مستمر بشكل فاق كل التوقعات و هذا إن دل على شيء فإنه يدل عن مدى اهتمام العالمي الذي تتلقاه التجارة الإلكترونية، و ما التحديات القانونية إلا شيء عابر يمكن تجاوزه مع الوقت و خاصة في ظل الجهود المعتمدة في هذا السياق من قبل الدول و المنظمات العالمية التي تهتم بالموضوع.

## 1) أسباب اختيار الموضوع:

و هناك أسباب عديدة دفعتنا لاختيار هذا الموضوع منها:

أولاً: اعتبار الموضوع في مجال الفقه المقارن و أصوله.

ثانياً: الرغبة و الاهتمام بالدراسات القانونية في مجال حماية المستهلك.



ثالثا: التطرق للعقوبات المترتبة عن جرائم الغش و السرقة، وتوضيح مختلف الآليات لمكافحة كل ما هو مضر بالمستهلك.

رابعا: معرفة القوانين الردعية التي تصب في مصلحة المستهلك

خامسا: حاجة الناس للتجارة الإلكترونية خاصة في هذا العصر.

## (2) أهداف البحث:

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية من أهم التعبيرات التي دخلت حياة المستهلك بشكل يومي التي تتداول في استخدام العديد من الأنشطة المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فهي تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات الشراء، كما أنها تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من النفقات.

## (3) إشكالية البحث:

تشهد التجارة الإلكترونية نموا متزايدا خاصة عبر شبكة الإنترنت، حيث أصبح بمقدور الزبون الحصول على متطلباته من مكانه دون الحاجة إلى التنقل والسفر.

انطلقت الدراسة من إشكاليات خاصة وهي:

- ماهي المبادئ التي يمكن أن تضبط هذا النوع من التجارة الإلكترونية؟
  - من هو المستهلك وماهي التجارة الإلكترونية؟
  - كيف نحمي المستهلك للتجارة الإلكترونية من الناحية الشرعية والقانونية؟
- إشكاليات عامة

ما موقف الشريعة والقانون من التجارة الإلكترونية



## 4) الدراسات السابقة:

ولا ندعي تفردا في مجال البحث فهناك العديد من الدراسات الأكاديمية التي ساهمت في دراسة موضوعنا حيث تطرقت إلى حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، وما لاحظناه أن معظمها يعالج الموضوع من وجهة نظر التكنولوجيا والقانون، نذكر منها:

- الحماية المدنية للمستهلك لعقد الأذعان - دراسة تحليلية، لـ: زياد خلف عليوي، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية و السياسية، بغداد، العراق، عدد أيلول 2013.
- الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الفلسطيني، دراسة مقارنة بالشريعة الإسلامية، رسالة ماجستير، لـ: رامي زكريا مرتجي، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2017.
- الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور و الواقع، رسالة ماستر، لـ: مسكين حنان، جامعة سعيدة، الجزائر، 2015-2016.
- بعض المواقع الإلكترونية، منها جمعية حماية المستهلك: <https://commerce.gov.dz>.

وأما في التجارة الإلكترونية نذكر منها:

- الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية، رسالة ماستر، لـ: وفاء مراحي، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2017-2018.
- الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، لـ: صالح شنين، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2013.

أما الدراسة الفقهية حول التجارة الإلكترونية في حدود ماتوصلنا إليه:

\_ محمد خلف بني سلامة، حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية، جامعة العلوم الإسلامية، الأردن.

- محمد عبد الحليم عمر، التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي، الحلقة النقاشية الخامس عشر المنعقدة بمركز صالح كامل.

الجديد الذي سيأتي به البحث هو محاولة بيان العلاقة بين المستهلك والعالم الافتراضي الذي يحتاج إلى تكيفٍ فقهي.



## 5) المنهج المتبع:

سلكنا في هذه الدراسة :

- 1 المنهج الاستقرائي، بتتبع الجزئيات المتعلقة بالمستهلك والتجارة الإلكترونية،
  - 2 المنهج التحليلي الذي يقتضي دراسة المستهلك والتجارة الإلكترونية لما جمعناه من مادة علمية للوقوف على حماية المستهلك وحقيقة التجارة الإلكترونية.
  - 3 المنهج الاستنباطي الذي يتضمن القواعد الشرعية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية .
  - 4 المنهج الوصفي
- (6) المنهجية المتبعة :

- 1- تخريج الآيات بذكر السورة والآية في الهامش ، واعتمدنا رواية ورش عن النافع .
- 2- تخريج الاحاديث النبوية من مظانها مع بيان درجة الحديث إن كان في غير الصحيحين ، أما إذا وجد في الصحيحين إكتفينا بذكره فقط أو أحدهما .
- 3- وضعنا في الاخير فهرس عامة لآيات القرآنية والاحاديث النبوية أما بنسبة الأعلام فلم نجعل لهم فهرسا وذلك لقلتهم في المذكرة
- 4- عند توثيق المصدر أو المرجع نذكر المؤلف ثم المؤلف ثم بقية معلومات الكتاب .

## 7) الصعوبات:

كل بحث علمي تتخلله صعوبات وعقبات يتلقاها الباحث منذ اختياره لموضوع البحث إلى غاية الانتهاء منه، حيث واجهتنا صعوبة تتمثل في ضيق الوقت وعدم اكتسابنا لخبرة سابقة في إعداد المذكرات وبالأخص في طريقة التهميش، بالإضافة إلى حداثة الموضوع.

## 8) خطة البحث:

وقد اعتمدنا لإنجاز هذا العمل على خطة فاشتملت على:

### مقدمة

تطرقنا إلى الحديث عن أسباب اختيار هذا الموضوع، إضافة إلى الخطة المنتهجة في دراسته وكذا التطرق إلى أهم المشاكل والصعوبات التي واجهتنا.

### الفصل الأول



والذي اتخذنا له "مفهوم حماية المستهلك " عنوانا، فصلناه بمباحث في مجملها تدور حول المفاهيم الأساسية لحماية المستهلك، كما تطرقنا أيضا لدور حمايته وأيضاً إلى أهم حقوقه، حيث تتكون من المباحث التالية:

**المبحث الأول:** المفاهيم الأساسية لحماية المستهلك.

**المبحث الثاني:** دور المؤسسات في حماية المستهلك.

**المبحث الثالث:** حقوق المستهلك.

## الفصل الثاني

عنوانه — " ماهية التجارة الإلكترونية والحماية القانونية والشرعية للعقود الإلكترونية"، تطرقنا له في ثلاثة مباحث كل مبحث يتخلله عدة مطالب:

**المبحث الأول:** مفاهيم وأساسيات التجارة الإلكترونية .

**المبحث الثاني:** واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

**المبحث الثالث:** الحماية القانونية والشرعية للمستهلك في العقود الإلكترونية.

## خاتمة:

كانت عبارة عن زبدة ما توصلنا إليه من خلال هذه الدراسة والتي كانت في عناصر موجزة.





الفصل الأول

حماية المستهلك

وفيه ثلاثة مباحث



## تمهيد

تعتبر حماية المستهلك عنصراً أساسياً، إذ أنه يشكل المحور الأساسي للتسويق، انطلاقاً من دراسة حاجاته ورغباته وصولاً إلى قياس ردة فعله بعد استهلاكه للمنتج، بحيث يتوقف نجاح المؤسسات على مدى إشباعها لحاجات ورغبات المستهلكين، فمن المعروف أن العامل المشترك بين البشر كافة هو أنهم جميعاً مستهلكين مهما اختلفت ثقافتهم ومستوياتهم وقدراتهم الشرائية، فهم يستخدمون و بشكل متكرر الطعام واللباس وغير ذلك من الاحتياجات الضرورية.

و حماية المستهلك هي كفالة لحقه في الحصول على منتوجات تلبى رغباته و احتياجاته مقابل ما قدمه من ثمن، وهذه الحقوق هي الحق في المعرفة وحق التعويض، وهي مجتمعة تشكل في مضمونها معنى حماية المستهلك، فما المقصود بالمستهلك ؟ وماهي العوامل المؤثرة في سلوكه ؟ وماهي المصالح المحمية بالقانون ؟ وهل يتحقق مبدأ الشرعية في قوانين حماية المستهلك ؟

من خلال هذا الفصل سنحاول الإجابة عن التساؤلات المطروحة بالتطرق إلى مفهوم الحماية ثم إلى مفهوم المستهلك والعوامل المؤثرة فيه ثم التطرق إلى أهم حقوقه .

## المبحث الأول: المفاهيم الأساسية لحماية المستهلك

إن فكرة الحماية لازالت من الأفكار الحديثة في مجال الاستهلاك، إذ لها مرادفات عديدة منها الرعاية، ويقصد بها تربية ورعاية الإنسان منذ الصغر، بحيث له حاجات أساسية ولازمة لإشباع رغباته وضمان بناء شخصية متوازنة، وحاجته للأمن، وحاجته للفهم والمعرفة من أجل تحقيق الذات والرعاية مفهومها أعم من الحماية، إلا أنهما يجتمعان في كلمة الحق، وعلى هذا فإن الحماية هي مجموعة من القوانين والتنظيمات شرّعت لضمان حقوق المستهلك.

للحماية أشكال منها: حماية المستهلك، إذ أنها مجموعة الضوابط الاجتماعية والأخلاقية التي تفرض على كافة العاملين في القطاعات التجارية، وذلك عن طريق تحريم الغش والاحتيال في الأسواق وذلك من أجل حماية المستهلك.

لابد من تحديد مفهوم الحماية وماهي الطرق التي تتبعها ؟ ومن يكون المستهلك ؟ وهذا ما سنوضحه في هذا المبحث .

## المطلب الأول : تعريف الحماية وأنواعها

## الفرع الأول: تعريف الحماية

تعرف الحماية على أنها كافة النشاطات الهادفة إلى الحصول على الاحترام الكامل لحقوق كافة الأفراد دون أي تمييز، إذ أن الحماية هدف مركزي لكافة العمليات الإنسانية بحيث لها تعريفات عديدة منها :

أولاً: **التعريف اللغوي**: حمى الشيء حمياً وحمياً وحماية ومحمية، منعه ودافع، الحمية والحمى ما حمى من شيء يمد ويقصر، تثنيته حميان على قياس و حموان على غير قياس<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - ابن منظور، لسان العرب، بد ن، بد ب، طبعة جديدة محققة ومشكولة شكلا ، بد س ن، المجلد الثاني، ص 1014.

كما تم تعريفها أيضا بعبارة أخرى : حميت المريض حمية وحموة منعتة الغذاء (الضار) وحميت القوم حماية ومنه حميت المكان منعتة <sup>1</sup>.

وعرفت في القاموس المحيط : والحامية الرجل يحميه أصحابه والجماعة أيضا حامية وهو على حماية القوم أي آخر من يحميهم في مضيهم ، وأحمى المكان جعله حمى لا يقرب أوجده حمى <sup>2</sup>.

والخلاصة من التعريف اللغوي : أن الحماية للشيء هي بمعنى المنع إلا أن نوعها يختلف بحسب ما تضاف إليه .

**ثانياً: التعريف الاصطلاحي:** يعرفها الدكتور "سعد الله" \*بأنها : مساعدة الشخص بوقايته من الاعتداء أو سوء المعاملة أو الخطر، كما تعني إحباط محاولات النيل من سلامته أو التسبب في اختفائه، وتعني أيضا تلبية حاجاته إلى الأمان والحفاظ عليه والدفاع عنه، كما تعني كل الأنشطة التي ترمي إلى ضمان احترام الحقوق الأساسية للفرد كما هو محدد في القوانين الدولية، خاصة القانون الدولي الإنساني وقانون اللاجئين وقانون حقوق الإنسان <sup>3</sup>.

كما يتبين لنا أيضا بأنها إبعاد الخطر عن الوجود الإنساني أو عن أي شيء <sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - أبو عثمان سعيد بن محمد المعارفي السرقطي، كتاب الأفعال، تح: حسين محمد شرف، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، جامعة القاهرة، مصر، سنة 1395هـ - 1975 م، الجزء الأول، ص 329.

<sup>2</sup> - أبو القاسم جار الله محمود بن عمر أحمد الزمخشري، أساس البلاغة، تح: محمد باسل عيون السود، منشورات محمد علي بيضون، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، بد ط، الجزء الأول، ص 216.

<sup>3</sup> - فاطمة زهرة بومعزة، الحماية الدولية للاجئين، إشراف: الدكتور: فيصل نسيغة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، الجزء الأول سنة 2016، ص 6.

<sup>4</sup> - حمورابي، الحماية السبب الأساسي في انعدام الحماية هو الأحزاب السياسية، مؤتمر الأمم المتحدة عن حماية الأقليات، قاعة الأمم في جنيف، 25 تشرين الثاني 2014.

أبو القاسم سعد الله لقب بشيخ المؤرخين الجزائريين من مواليد 1930 بضواحي قمارمن ولاية الوادي الجزائر ،

والمقصود بها إبعاد جميع الأخطار الملموسة التي قد تسبب الأذى للمحيطين، أو قد تسبب أذى نفسي أو جسدي أو أذى للأموال، هذا من الناحية المادية، وأما من الناحية المعنوية فيقصد بها الحفاظ على اللغة والعادات والتقاليد والتراث من أي خطر أو استهداف، سواء كان داخليا أو خارجيا، ويدخل ضمن هذا أيضا حماية الدين والعقول من الأفكار والمعتقدات الخاطئة<sup>1</sup>.

كما تعرف أنها تلك الجهود التي تبذلها المنظمات المهنية بهدف تعريف المستهلك بحقوقه عن طريق استصدار تشريعات تحمي حقوق المستهلك فردا كان أو جماعة، وبمعنى عام هي اتخاذ الإجراءات الوقائية إلى منع الخطر القادم أو التقليل من حدوثه أو إنذار من تسول له نفسه الإقدام عليه، وتحدد الإجراءات الوقائية تبعا لطبيعة الشيء المراد حمايته من ناحية، وطبيعة القائم بالحماية من ناحية أخرى.<sup>2</sup>

من خلال البحث لم يتبين لنا الفرق بين معنى الحماية لغة واصطلاحا، فالمعنى اللغوي هو نفسه المعنى الاصطلاحي، وأصل معنى الحماية لا يختلف في نفسه وإنما يختلف في نوع الحماية .

عندما نقول حماية المريض أي منعه مما يضره من طعام أو شراب أو غيره، وأما من الناحية القانونية أو المدنية حماية الشخص مما يضره من الاعتداء عليه والدفاع عنه، وهذا المعنى مستعمل في التعريف اللغوي والاصطلاحي على حد سواء.

### الفرع الثاني: أنواع الحماية للمستهلك

**أولاً: الحماية الإجبارية :** ويقصد بها الجهود المبذولة من قبل السلطات الرسمية، والتي تمارس بواسطة الهيئات الحكومية أو من خلال التشريعات، والتي تلزم مقدمي الخدمة والسلعة على انتهاج سلوكيات مقبولة وموجهة نحو المستهلك، فهذه الحماية تمارس على المستوى الحكومي وهذا الجهد لا يمكن أن يكون فعالا في غياب بقية الأطراف، وذلك بسبب النمو المتزايد الذي يؤدي إلى زيادة تكلفة الجهود الرقابية .

<sup>1</sup> - مجد خضر، مفهوم الحماية، موقع إلكتروني (موسوعة وزي وزي) wezi/ wezi.com ، يوم 6 أفريل 2016، الساعة 9:18

<https://weziwezi.com/> تاريخ الاطلاع: 19:05 / 2019-03-08

<sup>2</sup> - بوراس نوال، عليان أسماء، التسويق والإعلان وأثرهما على المستهلك، إشراف: الأستاذ فودو محمد، قسم العموم التجارية كلية العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، سنة 2010، الجزء الثالث، ص118.

ثانيا: الحماية الاختيارية: الاتفاق بين مجموعة المنتجين أو مقدمي الخدمة أو بائعي السلعة على اتباع قواعد ومواصفات معينة متفق عليها تختص بالتعامل مع المستهلك، و يظهر هذا النوع بأشكال غرف التجارة والصناعة والاتحادات، فهي حماية تمارس على مستوى المنتجين والموزعين وهيئاتهم المهنية، وتتطلب هذه الحماية تبني رجال الأعمال لفكرة المسؤولية الاجتماعية، الأمر الذي يحقق كفاءة لجهود الحكومة على جهود رجال الأعمال والمنتجين والموزعين في حماية المستهلك .

ثالثا: الحماية الدفاعية: نوع من الحماية يتجسد في المستهلك نفسه، حيث يقوم بشكل فردي بالدفاع عندما يتصور بأنها حقوق خاصة به، والحافز هو الدفاع عن حقوق المستهلكين بشكل طوعي وتنتهي حالة الدفاع بانتهاء أسبابها وهذا النوع من الحماية ينم عن مستوى وعيه الاستهلاكي<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: طرق الحماية

يمكن تحقيق أقصى طرقها باتباع الطرق المناسبة لها واستغلال الأدوات الصحيحة التي تسهم في الحماية على أكمل وجه، أما أهم أدواتها المتفق عليها والمشروعة بالنسبة للأفراد والجماعات فهي كما يأتي :

#### أولاً: التشريع

تكون هذه الطريقة من خلال سن القوانين والتشريعات الكثيرة التي تجبر الأشخاص على اتباع التعليمات التي تحافظ على الآخرين وتحميهم وتمنع المساس بهم بأي شكل من الأشكال، و التشريع له دور كبير، وهو على نوعين :

#### (1) التشريع الوطني

الآليات التي تشرع في المجلس التشريعي وتعمم على جميع أنحاء البلاد

#### (2) التشريع الإقليمي

القرارات والقوانين التي تشرع على مستوى إقليم معين سواء على المستوى الداخلي لبلاد ما لمختلف المحافظات التابعة للإقليم أو على مستوى مجموعة من دول في منطقة جغرافية من العالم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - بوراس نوال، عليان أسماء ، المرجع السابق ، ص 119.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 120.

### ثانيا: التنفيذ

يكون هذا بالحرص على تنفيذ القوانين التي تساعد على عدم المساس بأمن الآخرين، وهو تحقيق الشيء وإتمامه ويكون عن طريقين :

#### (1) التنفيذ المحلي

أن يتم تنفيذ القواعد القانونية والتعليمات الخاصة بإدارة المصالح العامة أي إيصال الحقوق إلى أصحابها على المستوى المحلي في كل بقعة حيث يتم التخصيص لها.

#### (2) التنفيذ الوطني :

ويتم ذلك بوضع آليات من أجل تنفيذ التشريعات على المستوى الوطني بعد تصويت المجالس القادرة على تحملها، مثل بذل كل الجهود لبناء أجهزة قوية<sup>1</sup>.

### ثالثا: القضاء

هي سلطة الفصل بين النزاعات المعروضة أمامها وهي ثالث سلطة الدولة، ويشاركها سلطة المجلس التشريعي و التنفيذ، وهي المسؤولة عن مصادقية القوانين في الدولة<sup>2</sup>.

#### رابعا: أجهزة الرقابة

يكون هذا بتنفيذ الأجهزة الرقابية التي تشرف على تشريع القوانين وتنفيذها وتراقب القضاء ومن ضمن هذه الأجهزة الرقابية المفوضية العليا لحقوق الإنسان<sup>3</sup>.

يبقى موضوع الحماية منبعا لعدد من النظريات والآراء، بحيث ترتبط الحماية بعدد الأمور والجوانب، إذ أن الحماية تجنب الوكالات تعريض الشعوب المتضررة لمزيد من الأذى، بالإضافة إلى مساعدة الناس لتحقيق أكبر قدر من السلامة والأمن .

<sup>1</sup> - حمورابي، الحماية السبب الأساسي في انعدام الحماية هو الأحزاب السياسية، مؤتمر الأمم المتحدة عن حماية الأقليات، قاعة الأمم في جنيف، 25 تشرين الثاني 2014.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه.

<sup>3</sup> - مجد خضر، مفهوم الحماية، موقع إلكتروني (موسوعة وزي وزي) wezi/wezi.com ، يوم 16 فبراير 2016، الساعة 9:18

### المطلب الثاني : التعريف بالمستهلك

إن المستهلك يحتل مكانة مهمة في الجانب الاقتصادي، والسبب في ذلك أنه العنصر المستهدف في تقديم المنتجات له، وذلك ما يتماشى مع احتياجاته الشخصية، ويعتبر رضا المستهلك هو الأساس في الجوانب التجارية والاقتصادية، وانطلاقاً من هذه الأهمية لابد لنا أن نعرف من هو المستهلك؟ وهذا ما سوف نبينه في هذا المطلب.

### الفرع الأول : تعريفه لغة واصطلاحاً

أولاً: لغة :

من الفعل هلك وهلك الشخص مات واستهلك المال، أنفقه وأنفذه<sup>1</sup>.

وعليه فإن المعنى اللغوي للمستهلك هو إفاؤه وإهلاكه لما يستهلك.

ثانياً: اصطلاحاً :

يتعلق بنوعين من الوحدات الاستهلاكية، هما : المستهلك التنظيمي، والمستهلك النهائي ( الفرد أو الأسرة كوحدة استهلاكية ) يختلف في سلوكه وفي المصالح والعوامل المؤثرة عليه<sup>2</sup>.

#### 1) المستهلك النهائي

وهو النوع الأول من الوحدات الاستهلاكية "وهو يمثل أي فرد يشتري السلع والخدمات، إما للاستعمال الشخصي ك شراء ملابسه أو علاج أسنانه عند طبيب الأسنان أو للاستهلاك العائلي مثل شراء مواد غذائية لازمة للأسرة، فالمستهلك النهائي هو الشخص الذي يقوم بشراء السلعة أو الخدمة وذلك بهدف إشباع حاجة أو رغبة لديه أو لدى أفراد عائلته .

<sup>1</sup> - مجد الدين محمد بن يعقوب فيروز الأبادي، القاموس المحيط، تح: مكتب التراث في مؤسسة الرسالة، ب د ن، ب د ب، طبعة فنية منقحة مفهرسة، ب د س ن، ص 958.

<sup>2</sup> - خالد بن عبد الرحمان الجريسي، سلوك المستهلك، دراسة تحليلية للقدرات الشرائية للأسرة السعودية، ب د ن، ب د س ن ص 42.

## (2) المستهلك التنظيمي

يعرف هذا النوع من الوحدات الاستهلاكية باسم المستهلكين التنظيميين، ويشمل ذلك المنشآت التجارية والصناعية والزراعية والمؤسسات الحكومية، والهيئات التي لا تستهدف الربح كالجمعيات الخيرية والملاجئ، حيث تحتاج هذه التنظيمات والمؤسسات جميعها إلى السلع والخدمات التي تمكنها من أداء وظائفها وتحقيق أهدافها التنظيمية، كالآلات والأدوات المكتبية والأثاث والبضائع وغيرها، فالشركة الصناعية مثلا تحتاج إلى المواد الخام وقطع الغيار والسلع المصنعة جزئيا واللازمة لعملية الإنتاج، كما تحتاج الشركات الخدمية إلى بعض الآلات التي تساعد على أداء خدماتها للمستهلكين النهائيين كالطائرات وأجهزة الصيانة والحسابات الإلكترونية في حالة شركة الطيران وغيرها، ولا يشتر المستهلك التنظيمي تلك المنتجات بهدف الاستهلاك التنظيمي، حيث يستخدم السلع والخدمات المشتراة داخل التنظيم وأثناء ساعات العمل الرسمية بهدف تحقيق الأهداف التنظيمية للمنشأة أو الهيئة<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني : المستهلك في الشريعة الإسلامية

إن لفظ المستهلك في الفقه الإسلامي يعد لفظا حديثا فلم يتعرض له الفقهاء القدامى، إلا أن معظم المعاني ومضمون الاستهلاك موجودة في الفقه الإسلامي، يجب علينا الإشارة إلى أن بعض الفقهاء المحدثين قد عرفوا الاستهلاك كل حسب وجهة نظره، فمن الفقهاء من عرف الاستهلاك على أنه : استخدام سلعة أو خدمة في إشباع حاجة ما إشباعا مباشرا، وعرفه آخرون على أنه عبارة عن الحصول عن المنافع من جراء عملية الاستهلاك<sup>2</sup>.

يقصد بالاستهلاك حسب الفقه الإسلامي "هو الاستخدام المباشر للسلع والخدمات المباحة شرعا لإشباع رغبات الإنسان وحاجاته المباحة" وهنا من يذهب بالقول إلى أن المستهلك هو كل من يؤول إليه الشيء بطريق الشراء بقصد الاستهلاك أو الاستعمال<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> خالد بن عبد الرحمن الجريسي، المرجع السابق، ص43.

<sup>2</sup> زياد خلف عليوي الجوالي، الحماية المدنية للمستهلك في عقد الأذعان، دراسة تحليلية، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، 12 أيلول سنة 2013، المجلد الثاني، ص 421.

<sup>3</sup> رامي زكرياء مرتجي، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الفلسطيني، دراسة مقارنة بالشريعة الإسلامية، إشراف: الدكتور تيسير كامل إبراهيم، الدكتور حمدان الشاعر، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، سنة 2017، الجزء الأول، ص 10.

### الفرع الثالث : المستهلك في الاقتصاد والقانون

أولاً: المستهلك لدى الاقتصاديين

لقد ظهر معنى الاستهلاك والمستهلك في القرن التاسع عشر خاصة لدى الاقتصاديين الذين يهتمون بفعل الاستهلاك في حد ذاته، إذ يعرفه بعضهم بأنه "كل فرد يشتري سلعا أو خدمات لاستعماله الشخصي أو هو الشخص الأخير الذي يحوز ملكية السلعة<sup>1</sup> .  
والاستهلاك من وجهة نظر الاقتصاد يعد وسيلة للإشباع الذاتي للأفراد، أي هو تصرف يتحقق بموجبه الوظيفة الاقتصادية للسلع والخدمات<sup>2</sup> .

ثانياً: المستهلك في القانون

لقد اتفق القانونيون على أهمية المستهلك إلا أنهم اختلفوا في تحديد مضمونه ولعل مرد ذلك الاختلاف هو تحديد الشخص الجدير بالحماية التي تقرها قوانين حماية المستهلك<sup>3</sup> .

### الفرع الرابع: التعريف التشريعي للمستهلك

إن أغلب التشريعات نصت على قواعد قانونية تهدف إلى حماية المستهلك، فمصطلح الاستهلاك يتنازع مفهومه إحداهما ضيق وبموجبه يعرف المستهلك بأنه : كل شخص يحصل على السلعة أو الخدمة بقصد إشباع حاجاته الشخصية له ولعائلته وقد أخذ بهذا الاتجاه:

**قانون حماية المستهلك اللبناني :** رقم 659 لسنة 2005، في المادة 2 التي تنص على أن المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، وذلك لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني<sup>4</sup> .

<sup>1</sup> - رامي زكريا ، المرجع السابق ، ص 9.

<sup>2</sup> - بن قوية مختار ، دور العلامة في حماية المستهلك، دراسة مقارنة، إشراف: الأستاذ الدكتور بن الزين محمد الأمين، قسم الحقوق الجزء الأول، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، سنة 2017، ص 9.

<sup>3</sup> - بن يطو آمال، حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، إشراف: الأستاذ قويدري مصطفى، قسم الحقوق، جامعة بن عكنون - الجزائر -، الجزء الأول، سنة 2010 ، ب د ص .

<sup>4</sup> - أكرم محمد حسين، ملاحظات في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1، كلية بغداد، العراق، سنة 2010، ص 4

وأما قانون حماية المستهلك المصري : رقم 67 لسنة 2006 بالمفهوم الضيق للمستهلك عندما عرفه في المادة 1 بأنه: المستهلك كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص.

وأما المفهوم الثاني للمستهلك هو الواسع بموجبه يعرف المستهلك : كل شخص يتعاقد بقصد الاستهلاك .

قانون حماية المستهلك التونسي : رقم 116 لسنة 1992 في الفصل (2) الذي ينص على المستهلك كل من يشري منتوجا لاستعماله لغرض الاستهلاك<sup>1</sup> .

في التشريع الفلسطيني : إن مصطلح المستهلك هو مصطلح قانوني حديث النشأة نسبيا ولذلك اجتهد المشرع والفقهاء والقضاء في إيجاد تعريف قانوني يحدد من المستحق للحماية في العملية الاقتصادية إن المشرع الفلسطيني يقوم بوضع التعريفات خلال العملية التشريعية بالاطلاع على قانون العقوبات الفلسطيني نجد أنه لم يتطرق لذكر تعريف المستهلك، ولكن نجد قانون حماية المستهلك الفلسطيني قد أورد تعريفا خاصا فقد عرف المستهلك بأنه كل من يشتري أو يستفيد من سلعة أو خدمة<sup>2</sup> .

والملاحظ بكل الوضوح أن تعريف المستهلك لدى المشرع الفلسطيني معالمه غير واضحة ويتخللها بعض الغموض، إذ أنه لم يحدد طبيعة الشخص القائم بالشراء أو الاستفادة هل هو شخص طبيعي أو معنوي، إلى أنه لا بد من الإشارة إلى التشريعات التي تترك اللفظ على عمومه دون تقييد بالشخص الطبيعي فيفهم من دلالة النص تضمنه للشخص المعنوي .

قانون حماية المستهلك الجزائري كسابقه: لقد درج المشرع الجزائري على إعطاء التعريف للمفاهيم المختلفة، على عكس التشريعات الأخرى التي تترك هذا المجال للفقهاء والقضاء، و لقد تناول تعريف المستهلك في نص المادة الثانية، الفقرة التاسعة من المرسوم التنفيذي 90 – 39 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش التي تعرف المستهلك كما يلي: كل شخص يقتني بئمن أو مجانا شيئا للاستعمال الوسيط النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به، وقد انتهى هذا التعريف بشدة نظر التناقض الموجود فيه، من جهة يركز على الاستعمال الشخصي أو العائلي

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 5 .

<sup>2</sup> - رامي زكرياء رمزي مرتجي، المرجع السابق، ص 11.

للمنتجات والخدمات المستهلكة، وينكلم عن المستهلك الوسيط من جهة أخرى، ونظرا للانتقادات التي تعرضت لها هذه المادة الثالثة في فقرتها الثانية من قانون حماية المستهلك الجديد 03،09 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث تنص هذه المادة على ما يلي: المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجياته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به<sup>1</sup>.

والخلاصة من كل هذه التعريفات يتبين لنا أن المستهلك هو ذلك الشخص الذي يشتري سلعة أو خدمة وذلك بقصد إشباع حاجياته الشخصية أو العائلية بحيث يجري التعامل معه بهذا الخصوص.

### المطلب الثالث : تعريف سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه

#### الفرع الأول : تعريف سلوك المستهلك

إذا كنا نحكم على الإنسان أنه الكائن الحي الوحيد القادر على التحكم في سلوكاته وتوجيهها وبأنه المدرك والعارف، بحيث أن مجال دراسة السلوك الإنساني قديم، إلا أن دراسة سلوك المستهلك لاتزال حديثة نسبيا، فإن دراسة سلوك المستهلك ومعرفة حاجاته ورغباته يتأثر بمجموعة من العوامل سواء كانت نفسية أو اجتماعية أو اقتصادية وبناء على ما تقدم سنتطرق من خلال هذا إلى المفاهيم الأساسية المتعلقة بسلوك المستهلك .

يعرف سلوك المستهلك بأنه عبارة عن نشاط يؤديه الأفراد أثناء اختيارهم وشرائهم واستخدامهم لسلع وخدمات، وذلك من أجل إشباع الرغبات وسد الحاجات المطلوبة لديهم فسلوك المستهلك هو مجموعة الأنشطة والتصرفات التي يقوم بها المستهلكون أثناء بحثهم عن السلع والخدمات التي يحتاجون إليها<sup>2</sup>.

هناك من يعرفه على أنه ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في شراء أو استخدام السلع التي يتوقع أنها تشبع رغباته أو حاجاته حسب إمكاناته الشرائية المتاحة، فهو جميع الأفعال والتصرفات المباشرة وغير المباشرة التي يقوم بها المستهلكون في سبيل الحصول على السلطة في مكان معين

<sup>1</sup> - قانون 09 - 03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، جريدة رسمية رقم 12، المؤرخة في 08 مارس 2009، ص 5.

<sup>2</sup> - خالد عبد الرحمن الجريسي، المرجع السابق، ص 44 - 45 .

ووقت معين، وهي الأفعال والتصرفات المباشرة للأفراد للحصول على السلع والتي تتضمن قرارات الشراء.

و هناك من يعرفه على أنه نشاط الأفراد أثناء الاختيار والشراء للسلع والخدمات من أجل إشباع رغباتهم وسد حاجاتهم، وهو عبارة عن التصرفات التي تنتج عن شخص ما نتيجة تعرضه لمنبه داخلي أو خارجي حيال ما هو معروض عليه، وهذا يعني أن سلوك فردي قد يؤدي إلى حمايته أو الإضرار به أثناء اتخاذ قرار الاستهلاكية نتيجة لكثير من المؤثرات، خاصة إذا كان ارتباطها بدرجة وعيه الاستهلاكي خاصة إذا كان قرار الشراء مرتبط بمعلومات ترويجية عن السلعة أو الخدمة أو بعوامل الخداع والغش والتضليل<sup>1</sup>.

يعرفه د. عبد الحميد طلعت أسعد : أنه النمط الذي يتبعه المستهلك في سلوكه للبحث أو الشراء أو التقييم للسلع والخدمات، كما تعرفه أيضا د. الميناوي عائشة مصطفى: على أنه مجموعة من التصرفات التي تتضمن الشراء واستخدام السلع والخدمات، وتشمل أيضا القرارات التي تسبق وتحدد هذه التصرفات<sup>2</sup>.

فمن كل هاته التعريفات يتضح لنا أن سلوك المستهلك هو ذلك التصرف الذي يصدر من الأفراد بحيث هي مرتبطة بشراء السلع .

### الفرع الثاني : العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك

إن المستهلك يواجه عوامل عديدة تتحكم في سلوكه وتوجهه نحو شراء أو استخدام سلعة معينة، وهذه العوامل تختلف باختلاف الفرد المستهلك من حيث طبيعته وخلفيته الثقافية والاجتماعية وتقسم هذه العوامل إلى:

<sup>1</sup> - بوراس نوال، عليان أسماء، المرجع السابق، ص 117.

<sup>2</sup> - وكال نور الدين، تأثير الاتصال التسويقي على سلوك المستهلك - دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للسباكة، إشراف: الأستاذ الدكتور رقيق أسعد إدريس، قسم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، سنة 2011، الجزء الأول، ص 59 .

أولاً: العوامل النفسية: تتكون من:

- 1 الدوافع والحاجات: الدافع عنصر انفعالي يعمل على توجيه سلوك الفرد نحو تحقيق بعض الأغراض، وقد يكون عنصراً خارجياً أو داخلياً وهناك تحديد لمعناه نظراً لارتباطه بمجموعة من العوامل النفسية الداخلية للفرد، أي أن الدوافع ليست منشئة للسلوك ولكنها توجهه وتحدد قوته . فالحاجة أو الدفاع يقسم إلى قسمين: دافع أولي والآخر مكتسب، إذ أن الأولي متعلق بالنواحي الأولية الأساسية التي يحتاجها الإنسان مثل المأكل والملبس، والتي لا بد من إشباعها، أما المكتسب فيتعلق بالنواحي البيئية حيث يتم اكتسابها من البيئة مثل الأسرة حب الظهور وحب التملك .
- 2 الإدراك: يعرف الإدراك بأنه تلك العملية التي يقوم بها الفرد باختيار وتنظيم وتفسير ما يحصل عليه من المعلومات لتكوين صورة واضحة عن الأشياء المحيطة به، كما يقصد بها المعلومات التي يتلقاها الفرد من المصادر المختلفة إلى حفظها في عقله متأثراً بما لديه من خبرات ومعلومات وتصورات.
- 3 التعلم: يعرف التعلم الدائم في السلوك الذي ينتج عن الخبرة المكتسبة من التجارب السابقة والتي يتم تدعيمها بصورة أو بأخرى<sup>1</sup>.

4 محددات شخصية: تتقرر شخصية الفرد وتشكل متأثرة بجملة من العوامل التي تتفاعل فيما بينها بشكل متبادل واعتيادي وتدرج تحت عنوانين هما :

- العوامل الوراثية: وهي التي تتواجد في الفرد خلقاً عن طريق الجينات الوراثية من الوالدين.
- العوامل البيئية: والتي تتواجد في المحيط الذي يعيشه الفرد خلال حياته بعد الولادة.
- 5 الاتجاهات: إنها استعداد دائم للتصرف بشكل ثابت اتجاه فئة معينة من الأشياء و تتميز بالخصائص التالية :

1. أنها مكتسبة ومتعلمة وليست وراثية.
2. أنها تتصف بالثبات والتعميم.
3. أنها تركز على المعتقدات.

ثانياً: العوامل الاجتماعية: يوجد المستهلك ضمن بيئة محيطة به ومن الطبيعي أنه سوف يتأثر بها ومن هاته العوامل :

<sup>1</sup>خالد عبد الرحمان الجريسي، سلوك المستهلك – دراسة تحليلية للقرارات الشرائية – للأسرة السعودية ، المرجع السابق ، ص 46.

- 1 **الثقافة:** ويعود هذا العامل إلى المتعقدات والقيم التي يشترك هذا المستهلك فيها مع المجتمع الذي يعيش فيه، فيؤمن بها ويكون لها تأثير في سلوكه الشرائي .
  - 2 **الجماعات المرجعية:** مثل الأصدقاء والنوادي وكل منها له تأثيره في سلوك المستهلك وقراره، وفي معظم الأحيان يتأثر بها لنتيجة انتمائه لها.
  - 3 **الطبقات الاجتماعية:** وهي موجودة في كل مجتمع حيث تقسم المجتمعات إلى طبقات حسب مستويات معيشة أفرادها، وهذه الطبقات تؤثر في سلوك المستهلك من حيث الطبقة التي ينتمي إليها .
  - 4 **العائلة:** ربما تكون العائلة هي المؤثر الأقوى في سلوك الأفراد حيث إنهم يتأثرون بها مباشرة إلى حد ما، وذلك بسبب التربية والتأسيس الذي تم ضمن العائلة .
  - 5 **وسائل التسويق:** مثل الإعلانات، والبيع الشخصي، وكل المغريات التي يقدمها رجال البيع، فهاته الوسائل تعتبر من المؤثرات الأساسية في سلوك المستهلك الشرائي .
  - 6 **التأثيرات الوضعية:** هي مؤثرات قوية، يجد المستهلك نفسه تحت تأثيرها في وقت محدد فترة زمنية قصيرة فلا بد له من أخذ قرار حيالها، وتحصل هذه عادة أثناء التجوال في الأسواق حيث يجد المستهلك نفسه أمام مغريات لا يمكن أن يقاومها فيتخذ قرار التعجيل بالشراء<sup>1</sup>.
- ثالثاً: العوامل الاقتصادية:** يتأثر القرار الشرائي للمستهلك النهائي بالدورة الاقتصادية ومستويات التضخم السائدة ففي مرحلة الرواج الاقتصادي، يرتفع الأجر الحقيقي للأفراد وتزداد مشترياتهم عكس ما يحدث في مرحلة الركود والكساد إذ ترتفع معدلات التضخم وتتناقص القدرة الشرائية للأفراد وتقل المشتريات<sup>2</sup>.

تهدف دراسة سلوك المستهلك إلى فهم قرارات الشراء التي يتخذها المستهلك، إذ أنها تعتبر نقطة البداية لعملية التسوق، فدراسة سلوكه تساعد على تحديد الأسعار المناسبة للمنتج بناء على الطبقات الاجتماعية للمستهلك .

<sup>1</sup> - بغير سامية، العربي هاجر، **الخطر المدرك لسلوك المستهلك**، دراسة ميدانية، إشراف: الأستاذ مولوج كمال، قسم العلوم التجارية، جامعة الدكتور يحي فارس، المدينة، الجزائر، الجزء الأول، سنة 2010، ص ص 44 - 45 .

<sup>2</sup> - وكال نور الدين، المرجع السابق، الجزء الثالث، ص 117 .

## المبحث الثاني: حماية المستهلك

### المطلب الأول: دور حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية

إن الله عز وجل خلق الإنسان وكرمه و استخلفه في الأرض لعمارتها، ويرتبط الاستخلاف والعمارة ببقاء حياة الإنسان، وترتبط حياته بإشباع حاجاته لذا حرص الإسلام على حماية المستهلك حماية كاملة ممتدة، مرتكزة في ذلك على نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية بما يحقق في ذلك مصلحة للمستهلك، وقد اتضحت النظرة الإسلامية لمفهوم المستهلك وحماية المستهلك من خلال النظرة المميزة لكسب الحلال والابتعاد عن الحرام.

و في إطار هذا التصور فإن الشريعة عالجت حماية المستهلك من خلال ما يلي :

يقر المنصفون بأن الشريعة الإسلامية تتميز عن القانون بثلاث مميزات جوهرية (الكامل السمو و الدوام )، وهي تستمد من الأصل الذي نشأت عنه، فالشريعة الإسلامية في حمايتها للمستهلك استهدفت الحماية الإنسانية كلها باعتبار المستهلك عضوا فيها، و هذه الحماية تستلزم المحافظة على الأمور التي تقتضي المحافظة على حياة الإنسان أيا كان مستهلكا أم غير مستهلك، والتي تعرف بالكليات الخمس (الدين، النفس، النسل، المال، العقل).

مصطلح حماية المستهلك لم يستعمل من طرف الفقهاء لأنه كان منذ القدم، والمستهلك يفترض أن يكون بالغا عاقلا قادرا أي كامل الأهلية في اختيار ما يريد استهلاكه، وبالتالي لا يطلق لفظ الحماية عليه، ولكن أوجبوا الأمانة والصدق في المعاملات واتقان الصنعة من خلال الموعظة وإسداء النصيحة وردع المخالفين من خلال قواعد الحسبة حفاظا على أمان الناس وطمأنينتهم فيما يستهلكون<sup>1</sup>.

لقد تضمنت الشريعة الإسلامية مجموعة من القواعد والمبادئ والضوابط التي لو طبقت تطبيقا شاملا حققت الخير للمنتج والمستهلك، ولل فرد والمجتمع.

<sup>1</sup> - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم : 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إشراف: الأستاذ الدكتور طاشور عبد الحفيظ، جامعة قسنطينة، الجزائر، سنة 2014، الجزء الثاني، ب د ص .

### الفرع الأول: حماية المستهلك

إذ أن الشريعة تحمي المستهلك من :

أولاً: من نفسه

المسلم الواعي يلتزم بكل أفعاله وتصرفاته، ومن الضوابط الشرعية في هذا المقام الالتزام بقاعدة الأولويات الإسلامية، حيث يبدأ بالاتفاق على الضروريات ثم الحاجيات ثم الكماليات ولا يسرف ولا يبذر عند الشراء، ولا يقلد الغير تقليداً أعمى كما أنه يتجنب شراء المحرمات والخبائث ملتزماً بقوله عز وجل (يَبْنِيحَ ءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾) <sup>1</sup>

وأيضاً قوله في أكل الحلال وتحريم الخبائث: (الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّءَ الَّذِينَ أُنزِلَ إِلَيْهِمْ مِنْ رَبِّهِمْ لِقَاءَ رَبِّهِمْ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٥٧﴾) <sup>2</sup>

يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ بِالَّذِينَ ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ؛

ولقد أوصانا رسول الله صلى الله عليه و سلم أن نأكل ما شئنا دون إسراف، ولا يمكن أن يوجد هذا المستهلك المنضبط بشرع الله إلا عن طريق التنشئة الصالحة على المنهج الإسلامي<sup>3</sup>.  
وعليه فإن الشريعة راعت الأولويات في الاستهلاك ثم دعت إلى الالتزام بقواعدها من حيث الحلال والحرام عند شراء السلع .

<sup>1</sup> - سورة الأعراف، الآية 31.

<sup>2</sup> - سورة الأعراف، الآية 157 .

<sup>3</sup> - محمد خلف بني سلامة، حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية، جامعة العلوم الإسلامية، الأردن - ص 72 .

### ثانيا: من غش المنتج

لقد أمر الإسلام المنتج بتجنب إنتاج المحرمات والخبائث، كما حث أيضا على إتقان العمل الذي يكلف به بقصد نفع خلق الله عز وجل، وألا يعمل على مقدار الأجرة التي تدفع إليه، بل بحسب ما تقتضيه الصنعة من إتقان، كما أمر بعدم الغش<sup>1</sup>.

### ثالثا: من جشع التجار

لقد تضمنت الشريعة الإسلامية مجموعة من الضوابط التي تحكم المعاملات مع التجار، فقد أمر الإسلام بحرية المعاملات في الأسواق والتي يجب أن تكون خالية من الغش والتدليس والمقامرة والجهالة والمعاملات الربوية وغيرها، وكل صيغ أكل أموال الناس بالباطل، فعلى سبيل المثال: حرمت الشريعة الإسلامية الغش لأنه صورة من صور ضياع الأموال، وحرمت الرشوة لأنها من نماذج ابتزاز أموال المستهلك، وحرمت الاحتكار لأنه يؤدي إلى غلاء الأسعار وظلم المستهلك.

لقد وضع الفقهاء وأهل الاختصاص بعض الوسائل والنظم لحماية المستهلك، إذا لم ينضبط المستهلك والمنتج والتاجر والسلطان بضوابط شرعية إسلامية، من هذه الوسائل على سبيل المثال: الرقابة التي تمنع مخالفة شرع الله واستشعار مراقبة خلق الله، وكذلك الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، التي تقوم بمشارفة الأسواق لحماية المستهلك من جور الآخرين<sup>2</sup>.

هذه نماذج عملية تؤكد أن الإسلام أعطى حولا موضوعية وعملية لمشاكلنا المعاصرة فيما لو أتيح فرصة تطبيقها كان هو المخرج من أزماتنا الاقتصادية، قال الله تعالى

(وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْفُرْيِءِ ءَامَنُوا وَاتَّقَوْا لَكَبْتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ﴿٩٦﴾)

كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ﴿٩٦﴾<sup>3</sup>

### الفرع الثاني: نظام الحسبة

وقد استعملت الشريعة الإسلامية نظام الرقابة أو نظام الحسبة وهي وظيفة دينية من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، يقوم المحتسب بوظيفته يلتزم بسنة النبي صلى الله عليه وسلم، ويسهر

<sup>1</sup> - حسين شحاتة، مشروع حضاري إسلامي لحماية المستهلك، محاضرة، جامعة الأزهر.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه.

<sup>3</sup> - سورة الأعراف، الآية 96 .

على إقامة الحدود وتمتد سلطته إلى الأسواق، إذ أنه يراقب الأسعار ونظافة السلع وجودتها... إن للحسبة أثر بالغ لإنشاء جيل يستحضر رقابة الله عز وجل في كل أعماله مبتعدا عن كل أنواع التلاعب والتزوير في البيع والشراء، نظام الحسبة هو الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه ونهي عن المنكر إذا ظهر فعله وهي أيضا وظيفة إدارية يعرف منولها (المحتسب)<sup>1</sup> المقصود بها ولاية دينية يقوم ولي الأمر بمقتضاها بتعيين من يتولى مهمة الأمر بالمعروف إذا أظهره الناس تركه والنهي عن المنكر إذا أظهر الناس فعله صيانة للمجتمع من الانحراف وحماية للدين من الضياع وتحقيقا لمصالح الناس الدينية والدنيوية وفقا لشرع الله تعالى

المحتسب هو طالب الأجر يقال احتسب فلان أجره عند الله أو المنكر يقال احتسب الوالي على البائعين غشهم أي أنكر عليهم وفي الاصطلاح المختص من قبل الدولة يقوم بمراقبة الأفراد ، وتصرفاتهم لصبغها بالصبغة الاسلامية أمرا بالمعروف ونهيا عن المنكر وفقا لأحكام الشرع وقواعده.

### المطلب الثاني: دور المؤسسات الوطنية في حماية المستهلك

لقد تم تعيين العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته ، تختلف مهام هذه الأجهزة وصلاحياتها حسب الغرض التي تأسست لأجله، فقد كلفت بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف أو المحترفين فيما بينهم سواء على المستوى المركزي أو الخارجي، و تلعب المؤسسات الوطنية الرسمية لحماية المستهلك دورها فهي التي تسهر على وضع القوانين الخاصة به وهي التي تقوم بتطبيق القوانين وتنفيذها وإنفاذها، بما يشمل ذلك من دور وقائي وعقابي وردعي بما يحقق مفهوم مكافحة الانتهاكات التي تمس حقوق المستهلك وهذا ما نكشفه في هذا المطلب.

تقوم السلطة التنفيذية الإجرائية بدور مهم أساسي في تحقيق وإنفاذ الحماية للمستهلك بأدوار متنوعة في هذا الإطار، علاوة على العديد من الأجهزة والإدارات الحكومية الرسمية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-انظر نظام الحسبة في الدولة الإسلامية، محمد إبراهيم الجنابي جامعة تكريت، كلية التربية، قسم التاريخ، مقال حكم مجلة جامعة للعلوم، المجلد 20 العدد3 آذار ص 252 -بتصرف-.

<sup>2</sup>- عبد الله عبد الكريم عبد الله، فانتن حسين حوى، حماية المستهلك في بعض التشريعات العربية بين الواقع والتطبيق القانون اللبناني نموذجا، دراسة بحثية مقدمة إلى الندوة العلمية، جامعة الدول العربية، بيروت، لبنان، 2 - 4 حزيران /يونيو 2014.

حرصت الجزائر في إطار اهتمامها بالمستهلك على إنشاء إدارات ومؤسسات معنية بحماية المستهلك وسنت قوانين والتشريعات لمراقبة مطابقة جودة المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك وقمع الغش وحماية المستهلك، وبالرغم من أن تنفيذ نظام مراقبة مطابقة المنتوجات الغذائية والخدمات المرتبطة بها، والمعروضة للاستهلاك تشرف عليها 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، بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري، ومن أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وتنظيم المنافسة نذكر منها

#### على المستوى المركزي

• **المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنيين:** تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة إلى حماية صحة وسلامة المستهلك .

#### • المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرمز (CACQE)

يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بدوره، يعين مدير التمثيل المركز تتجلى أهداف المركز في مجالين:

1. في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها.

2. يكمن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير، يقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذلك المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها<sup>1</sup> .

وهناك عدد من القطاعات الوزارية المعنية بالمستهلك منها :

- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية بواسطة مصالح الطب البيطري ومصالح الصحة النباتية.
- وزارة السياحة ويتم ذلك عن طريق مفتشي السياحة .
- وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات بواسطة مصالح الوقاية والمخابر الولائية للصحة.

<sup>1</sup> - وزارة التجارة، مديرية التجارة بالمسيلة، الهيئة المكلفة بحماية المستهلك، موقع إلكتروني، 10 ذو الحجة 1439.

- وزارة الدفاع الوطني بواسطة الدرك الوطني .
- وزارة الداخلية والجماعات المحلية عن طريق المكاتب للنظافة وكذلك الأمن الوطني، إلا أن المستهلك الجزائري أدرك أنه يمكن أن يساعد الدوائر الحكومية على تطبيق القوانين والتشريعات الخاصة بالمستهلك<sup>1</sup>.

فالمستهلك يعد العنصر الأساسي للاقتصاد والأضعف في الوقت نفسه ولذلك تبقى مختلف مصالح وزارة التجارة وغيرها من الوزارات في خدمة المستهلك لتضمن له حقوقه وتحميه من جشع التجار .

### المطلب الثالث: دور الجمعيات في حماية المستهلك

بالرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة فإنها في أغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي وضعت من أجله، وهذا الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه، مما أدى إلى ظهور جمعيات تعرف بجمعيات حماية المستهلك و في هذا الصدد تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا أساسيا في إحداث التوازن، إذ أنها هي : كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله<sup>2</sup>.

يوجد في بعض البلدان العربية جمعيات حماية المستهلك وقد بلغ عددها حتى الآن عشر جمعيات في البلدان التالية : مصر، السودان، تونس، الجزائر، المغرب، موريتانيا، الأردن، الإمارات العربية المتحدة، اليمن، ويختلف نشاط هذه الجمعيات وعدد المنتسبين إليها من بلد لآخر، حيث تعتبر جمعية المستهلك التونسية والجزائرية والمغربية والأردنية واليمنية من الجمعيات الأكثر نشاطا وتأثيرا في رسم السياسات المتعلقة بالمستهلك، في حين أن بعض البلدان الأخرى تتميز بوجود تشريعات وهيكل حكومية تقوم بمتابعة قضايا المستهلك وتقديم الدعم المادي لبعض المواد التي توزع على المواطنين بأسعار منخفضة، وهناك بعض البلدان يوجد فيها جمعية حماية المستهلك مع الوزارة المختصة لمعالجة شؤون المستهلك (وزارة الاقتصاد أو التجارة أو الصناعة ) وهناك بعض البلدان

<sup>1</sup> - رئيس الملتقى عز الدين، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية، المركزي الجامعي بالوادي يومي 07 - 08 جمادى الأولى 1429هـ، الموافق ل 13 - 14 أبريل 2008 م، ص 54 .

<sup>2</sup> - موقع إلكتروني، جمعية حماية المستهلك، <https://commerce.gov.dz>، تاريخ الاطلاع: 20-03-2019،

التي توجد فيها حماية المستهلك ووزارة مختصة ولا يوجد فيها جمعيات حماية المستهلك ولا تقدم أي حكم مادي للسلع الاستهلاكية<sup>1</sup>.

يمكن أن يعترف لجمعية حماية المستهلكين بالمنفعة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم الساري المفعول.

عندما يتعرض المستهلك لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تأسس كطرف مدني، وعلى سبيل المثال يتواجد على مستوى جهة باتنة 11 جمعية لحماية المستهلك منها واحدة ذات طابع وطني مقرها ولاية قسنطينة، وهي:

- أم البواقي : جمعية حماية وتوعية المستهلك .
- باتنة : جمعية حماية المستهلك .
- بسكرة : جمعية اليقظة لحماية المستهلك .
- تبسة: جمعية الدفاع عن حقوق المستهلك، جمعية أفاق لترقية حقوق المستهلك .
- قسنطينة : الرابطة الوطنية لحماية المستهلك، الحماية والدفاع عن المستهلك
- خنشلة : جمعية الدفاع وحماية المستهلك .

تهدف هذه الجمعيات إلى توعية المستهلك وتعميم الثقافة الاستهلاكية والصحية للمواطن وذلك عن طريق النشاطات التالية:

- تنظيم حملات تحسيسية وتوعية لمصالح المستهلكين .
- تنظيم زيارات ميدانية في الفضاءات التجارية لتوعية وإرشاد التجار حول القوانين السارية المفعول.
- التنظيم والمشاركة في مختلف التظاهرات والمسابقات التي تهدف إلى حماية المستهلك .
- المشاركة في تنظيم الحملات الوطنية للوقاية من التسممات الغذائية التي تنظم صيف كل سنة<sup>2</sup>.

إن جمعيات حماية المستهلك لها أهمية بالغة في الدفاع عن مصالح المستهلكين وحقوقهم وسلامتهم و لهذا تعتبر الأقدر على التعبير عن حاجاتهم .

<sup>1</sup> - بوراس نوال، عليان أسماء، المرجع السابق، ص 117 .

<sup>2</sup> موقع إلكتروني، جمعية حماية المستهلك، <https://commerce.gov.dz> ، تاريخ الاطلاع: 20-03-2019،

## المطلب الرابع : حماية المستهلك على المستوى الدولي

من القرن الماضي تم إنشاء جمعية المستهلك في أمريكا وتبلور في الخمسينيات بإصدار أول مجلة تحت عنوان "تقارير المستهلك" الذي يتضمن نتائج الاختبارات العلمية لجودة بعض السلع الاستهلاكية الجديدة ومقارنة أسعارها ومساعدة المستهلك بغرض الإنتاج لاختيار ما يناسبه وبعد ذلك في الستينات تكونت في إنجلترا، هولندا، الدنمارك، بلجيكا ثم انتشرت في باقي الدول (البرازيل يوجد بها ستون جمعية، والهند يوجد بها خمسة وعشرون جمعية )، وبعد تحضير مطول دام عشر سنوات تم عقد المؤتمر التأسيسي للاتحاد الدولي لجمعية حماية المستهلك، وأصبح لها مقررات في إفريقيا وأروبا والمقرر الرئيسي للمنظمة العالمية للمستهلك حاليا يوجد في لندن، علما أن عدد الدول التي لها علاقات معها بلغ عام 2000 ما يزيد عن 170 دولة ويشارك بأعمالها ما يزيد عن 600 شخص، ومن أهم هاته الأهداف التي اعتمدها المنظمة الدولية للمستهلك عام 1960 هي :

- دعم إنشاء جمعيات حماية المستهلك في مختلف دول العالم
- العمل باسم المستهلكين في العالم ونيابة عنهم لتمكينهم من حقهم في التغذية، الشرب.
- تحسين المواصفات والخدمات وبرامج تثقيف المستهلكين أينما كانوا في العالم .
- إقامة علاقات جديدة مع المنظمات الدولية لتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم لديها .
- اعتماد المنظمة الدولية كهيكل لتبادل المعلومات والنشرات الدولية التي تهتم بحماية المستهلك<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - بوراس نوال، عليان أسماء، المرجع السابق 118.

## المبحث الثالث: حقوق المستهلك

الحق مصلحة تجيز لصاحبها القيام بأعمال ضرورية لتحقيق حاجياته، وفيها ثبوت قيمة معينة لشخص معين بمقتضى القانون، وهو الذي يقرر هذه المصلحة، إذ إدراك المستهلك لحقوقه ومسؤولياته هو الأساس في ضمانها، وفي هذا المبحث سنوضح معنى الحق، والحقوق التي خولها القانون للمستهلك.

## المطلب الأول: تعريف الحق

## الفرع الأول: تعريف الحق لغة واصطلاحاً

## أولاً: لغة

من أسماء الله تعالى أو من صفاته، الحق ضد الباطل، والأمر المقضي (العدل، الإسلام، المال الموجود الثابت، الصدق).<sup>1</sup>

قال أبو زيد\* : حق الله الأمر حقاً: أثبته وأوجبه، وحق الأمر بنفسه حقاً وحقوقاً.<sup>2</sup>

حققت الحديث أحقه بضم الحاء في المستقبل، أحققته وحققت الأمر: كنت على يقين منه.<sup>3</sup>

## ثانياً: اصطلاحاً

الحق في القانون: عند رجال القانون قد اختلفت آراء الفقهاء كثيراً حول تعريف الحق وبيان مدلوله وتحديد ماهيته، وذهبوا في ذلك مذاهب شتى، ولم ينعقد الإجماع بينهم على وضع تعريف الحق حيث ركز بعضهم اهتمامه على شخص صاحب الحق .

<sup>1</sup> - مجد الدين محمد بن يعقوب فيروز الآبادي، المرجع السابق، ص 874.

<sup>2</sup> - أبو القاسم جارا الله محمد بن محمد بن عمر أحمد الزمخشري، المرجع السابق، ص 203 .

<sup>3</sup> - أبو عثمان سعيد بن محمد المعارفي السرقطي، كتاب الأفعال، تحقيق حسين محمد محمد شرف، جامعة القاهرة : الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، الجزء الأول، ب ط، ص 327 .

محمد ابو زيد من مواليد 4 ماي 1980 شاعر وروائي مصري ولد بمحافظة سوهاج بصعيد مصر

وهناك من جعله ينطبق مع تعريف الحكم الشرعي ويقصد بالأخير خطاب الله المتعلق بأفعال المكلفين بالاقتصاد أو التخيير أو الوضع في حين عرفه فريق آخر بأنه فعل المكلف، وهناك من يرى أن الحق في الاصطلاح يأتي بمعنيين :

(1) هو الحكم المطابق للواقع ويطلق على الأقوال والعقائد والأديان والمذاهب باعتبار اشتمالها على ذلك ويقابله الباطل.

(2) أن يكون بمعنى الواجب الثابت.<sup>1</sup>

نستج أن كلمة الحق قد وردت بمشتقاتها ومعانيها المختلفة في القرآن الكريم، فالحق فكرة يقرها القانون ويحميها لشخص معين على شخص آخر أو على شيء معين، فهو وسيلة لتحقيق مصلحة مشتركة فهو أيضا عنصر بارز في حياة البشرية .

### المطلب الثاني: حقوق المستهلك

#### الفرع الأول: اليوم العالمي للمستهلك

بدأ الاحتفال باليوم العالمي للمستهلك رسميا بتاريخ 15 مارس 1962 في الخطاب الشهير أمام الكونجرس الأمريكي للرئيس الأسبق جون كينيدي حين قال فيه: إن المستهلكين هم الشريحة الأكبر في العالم والتي تتأثر وتؤثر في السوق الاقتصادي، إلا أن صوتها لا يزال غير مسموع، وخلال هذا الخطاب أعلن بما يعرف بالحقوق الأربعة الأساسية للمستهلك :

(1) الحق في الأمان

(2) الحق في المعلومة

(3) الحق في الاختيار

(4) الحق في التعويض.<sup>2</sup>

ومضت سنوات على هذا التصريح إلى أن اعتمدت الجمعية العامة للمبادئ وقواعد اشتملت أربعة حقوق إضافية كونت في مجموعها حقوق المستهلك العام في جميع أنحاء العالم وأصبحت تعرف بالحقوق الثمانية في حياة جميلة ومنها:

- الغذاء والدواء والمأوى المناسب والتعليم ومحاربة الجهل والفقر والمرض .

<sup>1</sup> - محمد أحمد المعداوي، المدخل للعلوم القانونية - نظرية الحق، جامعة بنها، ص 6.

<sup>2</sup> - أحمد رشاد الهواري، التطور القانوني والشرعي للحق، مركز الإعلام الأمني، الجزء الأول، سنة 2011 .

- حقه في الحصول على تعويض جراء ضرر أو خسارة لم يكن له ذنب فيه، ومنه التسوية والتعويض على الأضرار الناجمة من الغش والإعلانات المضللة والسلع الفاسدة.
- حق المستهلك في الحصول على أفضل السلع والخدمات واكتساب المهارات والتأهيل لمعرفة حقوقه وعدم التردد في المطالبة بها وإدراكه لمسؤولياته كمستهلك له حقوق وعليه واجبات
- حقه في العيش في مناخ صحي وبيئة نظيفة تخلو من المخاطر التي تسبب الأمراض الصحية.

وقد بدأت المنظمة العالمية للمستهلك بالاحتفال بهذا اليوم منذ سنة 2003 ليومنا هذا مع طرح موضوع خاص تتم مناقشته على مستوى العالم في التظاهرات التي تقوم يوم 15 مارس من كل سنة<sup>1</sup>.

فأول موضوع طرح سنة 2003 كان يحمل شعارا مراقبة مؤسسات وشركات الأغذية ذات العلاقة بإنتاج الأغذية المعدلة، وبعدها سنة 2004 كان اليوم تحت شعار "المستهلكين والمياه" وأيضا قد وقع الاختيار لسنوات 2017، 2018 على موضوع حماية المستهلك في العصر الرقمي وهذه السنة تحديدا بشعار "من أجل سوق رقمية أكثر عدلا"، وحسب المنظمة العالمية للمستهلك: يهدف الموضوع إلى ضمان تحقيق أكبر عدالة في المصالح بين المستهلك والبائع في عقد البيع الإلكتروني، خصوصا وأن المستهلك يعتبر الطرف الأضعف في هاته العلاقة<sup>2</sup>.

لقد ثبت الإسلام حقوق المستهلك منذ نزول القرآن على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، فإذا كان التشريع الأمريكي قد تنبه إلى ذلك سنة 1962 فإن الإسلام أبرز هذه الحقوق قبل أربعة عشر قرنا، وفي ذلك يقول بن القيم الجوزية رحمه الله "وإذا تأملت الشريعة التي بعث الله بها رسول الله صلى الله عليه وسلم حق التأمل وجدتها من أولها إلى آخرها شاهدة بذلك، ناطقة به، ووجدت الحكمة والمصلحة والعدل والرحمة باديا على صفحاتها مناديا عليها، يدعو العقول والألباب إليها ... فلا تخلو أحكام الشريعة إذا من أحد أمرين: إما تحقيق مصالح الناس أو دفع المفاسد عنهم"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المنظمة الرئيسية لحماية وإرشاد المستهلك ومحيطه من أجل سوق رقمية أكثر عدلا .

<sup>2</sup> المرجع نفسه.

<sup>3</sup> ابن القيم الجوزية، مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية أهل العلم والإرادة، الطبعة الأولى 1416-1996، دار بن

عفان، الجزء الثاني، ص 27.

### الفرع الثاني : الحماية القانونية للمستهلك

طبقا للمادة 27 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فإن لأعوان قمع الغش حق التمتع بالحماية القانونية من جميع أشكال الضغط كاستعمال العنف والقوة والطرق الاحتيالية أو التهديد التي من شأنها أن تعيق أداءهم لمهامهم كيفما كان نوع الضغط أو التهديد .

نلاحظ أن المشرع ترك عبارة الضغط والتهديد عامة ليدخل تحتها كل فعل يمكن أن يدرج تحت هذين المصطلحين ، ويكون من شأنه عرقلة الأعوان من إتمام مهامهم الرقابية سواء كان فعلا إيجابيا أو سلبيا وفي موضع آخر نلاحظ أن المشرع لم يحصر النشاط الإجرامي في الضغط والتهديد بل استعمل عبارة "كل من شأنه أن يعيق إتمام مهام الرقابة التي يجريها الأعوان"<sup>1</sup> .

### الفرع الثالث: حق المستهلك في الخيار

يعتبر من حق المستهلك قيامه بالاختيار بين السلع والخدمات المتنوعة ذات الجودة المناسبة من حقه الحصول على صفقات عادلة متكافئة من حيث ضمان جودة السلع والخدمات المعروضة وتناسبها مع السلع المطلوبة، بحيث لا يوجد غبن أو غش أو خداع للمستهلك في العقد الاستهلاكي، إلا أن الشريعة الإسلامية كانت سابقة لهذا وتركت الخيار له في الشراء، ومنه ما رواه ابن عمر قوله صلى الله عليه وسلم<sup>2</sup> "الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَالٌ يَتَفَرَّقَانِ فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقُّ بَرَكَةِ بَيْعِهِمَا"<sup>3</sup>.

وفي هذا الحديث دلالة واضحة على توافر الخيار للمستهلك وعلى أهمية الصدق في المعاملة وعدم الغش والخداع بين الطرفين، وكذلك حرمة الكذب وكتم العيوب وماله من انفاق للسلع والخدمات مع ذهاب بركتها، فهذا نهى واضح وصريح على حرمة كتم العيوب وإخفائها .

<sup>1</sup> مسكين حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور والواقع، إشراف: الأستاذ الدكتور بن أحمد الحاج، قسم

الحقوق جامعة الدكتور الطاهر مولاي، سعيدة، الجزائر، سنة 2016، الجزء الثاني، ص 34.

<sup>2</sup> رواه ابن عمر، أبي عبد الرحمان أحمد بن شعيب النسائي، وهو سنن النسائي، حققه وخرج أحاديثه : حسن عبد المنعم الشلبي بمساعدة تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، الجزء السادس، كتاب البيوع، باب وجوب الخيار للمتبايعين قبل افتراقهما وذكر الاختلاف على منافع في لفظ حديثه فيه، رقم الحديث: 6014، ص 11.

<sup>3</sup> رامي زكريا رمزي مرتجي، المرجع السابق، ص 36.

### المطلب الثالث: حقوق المستهلك في القانون الجزائري

من هاته الحقوق ما يلي:

**(1) حماية صحة المستهلك :** تحتل صحة المستهلك المكانة الأساسية لدى أي تنظيم قانوني يهتم بالمستهلك، حيث يمثل مجالاً حيويًا يحتل قدراً من الأهمية بالنظر إلى طبيعة المصلحة المحمية، خاصة في ضوء التطور الصناعي الذي صاحب إنتاج السلع وتقديم الخدمات، فقد اختفى إلى حدّ ما ذلك النموذج البسيط للسلعة، التي كانت تتكون من بعض المواد الطبيعية غير المعقدة، حيث أدى استخدام المواد الكيميائية والإشعاعية والأنظمة الكهربائية والميكانيكية إلى تعرض صحة المستهلك وسلامته إلى قدر كبير من الخطر<sup>1</sup>.

وهذا ما نصت عليه المادة 40 : للمستهلك الحق في الحصول على المنتجات والخدمات التي تحقق الغرض منها دون إلحاق أي ضرر بمصالحه المادية أو صحته<sup>2</sup>.

**(2) إعلام المستهلك:** من حقه معرفة طبيعة السلعة المقدمة له هل هي ذات علامة تجارية أصلية أم مقلدة، وهذا ما نصت عليه المادة 17: يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة<sup>3</sup>. فإن هاته المادة تحدد الشروط وكيفية تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم .

**(3) إلزامية مطابقة المنتوجات:** يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة مقوماته اللازمة كما يجب أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله، وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك — دراسة مقارنة، إشراف: الدكتور عباسة طاهر، قسم القانون،

جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، سنة 2017، الجزء الثاني، ص 166.

<sup>2</sup> - قانون حماية المستهلك، رقم 2، عام 2008 .

<sup>3</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 15، 11 ربيع الأول 1430 — 8 مارس 2006، ص 15.

<sup>4</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المرجع السابق، ص 15.

4) إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية: وذلك عن طريق اتباع الأساليب والممارسات الصحية السليمة أثناء تناول الأغذية في المنزل أو خارجه بما يشمل كيفية شراء الأغذية وتحضيرها ومعرفة درجة الحرارة المناسبة لها، وهذا ما نصت عليه المادة 4 و 6 حيث تنص المادة 6 ما يلي: يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك أن يسهر على احترام شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين، و الأماكن ومحلات التصنيع أو معالجة أو التحويل أو التخزين وكذا من وسائل نقل هذه المواد وضمان عدم تعرضها للإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية. حيث إن شروط عرض المواد الغذائية للاستهلاك تحدد عن طريق التنظيم<sup>1</sup>. وفي الأخير يمكننا القول أن هاته القوانين تسعى إلى تعزيز ثقة المستهلك في السوق الإنتاجية فهي تضع ضوابط وتدابير لحماية المستهلك و حمايته من صور النصب والاحتيال في الأنشطة التجارية.

<sup>1</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المرجع السابق، ص 15.



# الفصل الثاني

التجارة الإلكترونية

وفيه ثلاثة مباحث



## تمهيد

قد شهد العالم تطورات وتغيرات لم يشهدها من قبل، نتيجة ثورة تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، حيث أفرزت هذه الأخيرة سوقاً موازية للأسواق التقليدية يتمثل في التجارة الإلكترونية، التي ظهرت كأسلوب جديد لعرض وتقديم السلع والخدمات، و انتشرت بصورة كبيرة بالرغم من المشاكل والمعوقات التي تتعرض لها في العالم وبالأخص الوطن العربي من حيث أمن وسرية المعاملات التجارية والجوانب القانونية و التكيف الفقهي في الشريعة الإسلامية، و كل هذا سنتطرق له في ثلاث مباحث.

## المبحث الأول: مفاهيم وأساسيات التجارة الإلكترونية

## المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية ومفهومها

## الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية

لم يكن ظهور التجارة الإلكترونية فجأة بل كان نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها ثورة الاتصالات والمعلومات، وخاصة بعد نمو استخدام شبكة الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم .

فأول تطبيق لمفهوم التجارة الإلكترونية كان في بداية 1970 من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال وذلك بالطريقة الإلكترونية من منظمة لأخرى، إلا أن هذه الطريقة كانت بين المؤسسات والشركات المالية الكبرى إلى أن توسع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل وإرسال الوثائق إلكترونياً وذلك منذ عام 1995، حيث أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع إلكتروني، وفي عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال، وفي عام 2001 امتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني.<sup>1</sup>

إن التجارة الإلكترونية جديدة كما يراها البعض وذلك نتيجة للجهد المبذول الفكري والعلمي المبذول من قبل العلماء من الولايات المتحدة وبريطانيا خلال الحرب العالمية الثانية إلى اكتشاف أول كمبيوتر شهدته في وقت الحرب، يعتبر ظهور التجارة عبر الحاسوب نتيجة طبيعية لإنتشار عصر المعلوماتية، بحيث أصبحت التجارة الخاصة بنقل المعلومات والمعرفة وكذا صناعة الاتصال والبرمجيات وأجهزة الحاسوب، ومن العوامل التي ساعدت على ظهور التجارة الإلكترونية أصحاب رؤوس الأموال من خلال الاستثمار عبر الحاسوب تم اعتباره كوسيلة بديلة للاستثمار التقليدي، فإن النمو المتزايد لأهمية الإنترنت أصبح واسع الانتشار، فمن المعروف أن مفتاح النجاح في عالم التجارة العالمية قد تحول وتغير ليصبح معه آخر ما توصل إليه العلم بتقنيات الإنترنت ليقدم للعالم ما يسمى بالتجارة الإلكترونية<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> - صراع كريمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، إشراف: أستاذ الدكتور كربالي بغداد، قسم علوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر سنة 2014 الفصل الأول، ص11.

<sup>2</sup> - وفاء مراحي، الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية، إشراف: الأستاذ رشيد بومعزة، قسم العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، سنة 2017، الجزء الأول، ب د ص .

## الفرع الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة العمود الفقري للاقتصاد دوليا وعالميا فكانت قديما كانت عبارة عن عملية الشراء والبيع للسلع والخدمات وترتكز عناصرها على وجود التاجر والزبون والمنتج يجمعهم مكان واحد، وهذا ما يعرف بالسوق ويكون الدفع مقابل السلعة أو الخدمة وفي الفترة الأخيرة أصبحت كلمة السوق تطلق على المكان الذي يتم بيع السلع فيه ولم تعد تقتصر على مكان واحد بل أصبحت تشمل جميع الفرص المتاحة للبيع والشراء في أي مكان وزمان، فالتجارة مفهوم مركب أي التجارة الإلكترونية، فعرفنا التجارة أولا في:

## أولا: التجارة

هي لفظ يشير إلى عرض متزايد للنشاطات تجري داخل شبكة مفتوحة كإجراء عمليات الشراء والبيع للوصول إلى مبادلة قيم بين طرفين.<sup>1</sup>

وتعرف التجارة على أنها نشاط تجاري من خلال تداول السلع والخدمات وفقا لأسس وقواعد متفق عليها.<sup>2</sup>

## ثانياً: إلكترونية

يعرف مصطلح إلكترونيك على أنه مجموع الهياكل اللازمة للتكنولوجيا والشبكة المعلوماتية والاتصالات عن بعد (TELECOMMUNICATION) والمستعملة لمعالجة وتحويل المعطيات الرقمية وبالتالي فإن الإنترنت بتبادل الاتصالات ومعاملات عن طريق المعاملات شبكة مفتوحة بدون إجراءات حمانية لازمة، وذلك بين عدد افتراضي غير محدد لمشاركين ربما لم يسبق لهم الاتصال أبدا ببعضهم البعض بأي شكل من الأشكال.

<sup>1</sup> - كمال رزيق، مسدور فارس مقال التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة سعد حلب، البلدية الجزائر، ب د ص .

<sup>2</sup> - صارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية دراسة حالة الجزائر، إشراف: الأستاذ نذير غانية، قسم العلوم التجارية، جامعة الشهيد لخضر، باتنة، الجزائر، سنة 2015، الجزء الأول، ص 9 .

وبالتالي فإن مصطلح إلكترونية يعبر عن الأداة الحديثة في الاتصال ألا وهي الإنترنت التي تعتبر شبكة تسمح بالربط بين عدد من الشبكات المعلوماتية من أشكال مختلفة من خلالها يتم مبادلة المعلومات، وهذا عن طريق استخدام نظام موحد (نظام مراقبة الاتصال/نظام الإنترنت).<sup>1</sup>

كما يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها عبارة عن عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والمعلومات من خلال الشبكة العنكبوتية.<sup>2</sup>

وهناك من يعرفها على أنها نشاط تجاري يكون عن طريق وسائل تكنولوجية متقدمة إذ هو تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت وتفرغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو الشركة.<sup>3</sup> فهي تلعب دورا كبيرا أو مهما حيث عرفت في القانون الجزائري على أنها نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال.

النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير السلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية.<sup>4</sup>

وفي الأخير يتبين لنا من كل هذه التعريفات مع كثرتها إلا أنها تدور في معنى واحد، ولعل التعريف المختار "مبادلة مال بمال على وجه مشروع بالوسائل الإلكترونية الحديثة"

### شرح التعريف:

**مبادلة:** هو أخذ شيء واعطاء شيء إذ أن كل من البائع والمشتري عوض صاحبه شيء بدل المأخوذ وهي بصيغة المفاعلة.

<sup>1</sup> - كمال رزيق، مسدور فارس، المرجع السابق ب د ص

<sup>2</sup> - عبد العظيم عبد الواحد الشكري، ميامي ضلال صاحب، التجارة الإلكترونية العربية وأبعادها الاقتصادية الواقع والتحديات، قسم الاقتصاد جامعة القدس ص5

<sup>3</sup> - فلاق شبرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، إشراف الأستاذ بن زيدان الحاج، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، سنة 2018، الجزء الأول، ص5.

<sup>4</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 28 قانون رقم 18-5 مؤرخ في شعبان عام 1439هـ الموافق ل10مايو سنة 2018 ص5.

مال: اسم لجميع ما يملكه الإنسان وأصله ما جاز الانتفاع به حال السعه والاختيار ويشمل الذهب والفضة وما يقوم من مقامها من المتاع والمنافع.

بمال: قبل احترازه عن ما لا يعتبر مالا كالجاسات ولا تقع فيه، فالمقصود هنا البضائع والبيع والخدمات . عن وجه مشروع: قيد خرج به البيوع المنهي عنها كبيع لحم الخنزير والمتاجرة بالمخدرات .

بالوسائل الإلكترونية لبيان الوسائل المستخدمة في إبرام العقود من هاتف وفاكس وانترنت أو نحوه.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: مفهوم التجارة الإلكترونية من منظور المنظمات العالمية

تعمل المنظمة على إدارة و متابعة تطبيق القواعد التجارية المرتبطة بتجارة البضائع و الخدمات، فهي تهدف إلى تطوير قطاع الخدمات، و بالرغم من أن موضوع التجارة الإلكترونية لم يزل حديثاً، غير أنه يعرف حسب:

#### أولاً: تعريف المنظمة العالمية للتجارة:

يعرف خبراء هذه المنظمة التجارة الإلكترونية على أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات، ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة إلكترونياً: الكتب و القطع الموسيقية.<sup>2</sup>

#### ثانياً: تعريف لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي Unictral :

التجارة الإلكترونية هي النقل الإلكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سلمان عز الرازق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، إشراف ماهر محمد حامد الحولي، ص ص 40-41.

<sup>2</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، المرجع السابق، ص 14

<sup>3</sup> - بودري شريف، معزوز لقمان، تحديات حقوق الملكية الفكرية بشأن المعاملات الدولية في ظل التجارة الإلكترونية، الملحق الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة يومي 13.14 ديسمبر 2011، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، ص 4.

فإن هذه اللجنة رغم إصدارها للقانون التجاري الدولي وتعلقه بالتجارة الإلكترونية إلا أنه لم يضمن تعريفا لها وإنما اكتفت بتعريف التبادل الإلكتروني.

### ثالثا: تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD:

يشير إلى أن التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة.<sup>1</sup>

### رابعا: تعريف التجارة الإلكترونية من منظور الاتصالات:

التجارة الإلكترونية هي المقدرة على تسليم المنتجات أو الخدمات أو المعلومات أو إتمام عملية الدفع عبر الشبكات مثل شبكة الإنترنت وشبكة الويب Web أو حتى عبر الهاتف النقال.<sup>2</sup>

### خامسا: تعريف التجارة الإلكترونية من منظور العمليات التجارية:

وفي هذا الإطار تتناول التجارة الإلكترونية إتمام أية عملية تجارية عبر شبكات الحاسب الآلي الوسيطة والتي تتضمن تحويل أو نقل ملكية أو حقوق استخدام السلع والخدمات ومن ثم تعقد العملية التجارية (البيع والشراء) ضمن عملية إلكترونية وبالاتفاق بين أطراف التبادل (البائع والمشتري) على نقل الملكية أو من استخدام السلع والخدمات عبر شبكات الحاسب الوسيطة، وبالتالي الموافقة على عقد البيع أو الشراء بين الطرفين عنصراً أساسياً في تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية، وبالتالي يتم استثناء تحميل البرامج المجانية المتاحة عبر الإنترنت من مفهوم التجارة الإلكترونية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - كمال رزيق، فطوم معمر، بدر الدين طالبي، التجارة الإلكترونية كمحرك للاقتصاد الافتراضي، الملتقى الدولي

الخامس حول: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، ص3.

<sup>2</sup> مراد رايس، عبد الهادي مسعودي، عوائق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي والإسلامي، الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، ص4.

<sup>3</sup> علاوي محمد لحسن، مولاى لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة العربية البينية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - تجارب دولية، ص4.

سادساً: تعريف التجارة الإلكترونية من منظور الخدمات:

هي أداة تسمح بتلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في تكلفة الخدمة مع تحسين جودتها وزيادة سرعة توصيلها.<sup>1</sup>

نذكر في نهاية الكلام عن تعريف التجارة الإلكترونية أنها مبادلة مال بمال قصد الحاجة أو الانتفاع بخدمة سواء كان حجم المبادلة كثير أم صغير أم كان الطرفين عبارة عن شخصين أو هيئات اعتبارية وحتى دولية لغرض الاستفادة وتسريع عملية السلع.

### الفرع الرابع: أدلة مشروعية التجارة الإلكترونية

لقد تنوعت الأدلة و تضافرت على مشروعيتها، نذكر منها:

من القرآن الكريم:

قوله تعالى (يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَفْتُلُوا أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا) <sup>2</sup>

وجه الدلالة من الآية أن الله لم يحرم التجارة إلا إذا كانت تشتمل على ظلم.

و قوله تعالى: ﴿ يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِيَدِي إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ﴾ <sup>3</sup>

وجه الدلالة أن الله رخص لترك التوثيق بالكتابة حرصاً على تيسير العمليات التجارية و عدم تعقيدها و نفي العوائق عنها، و هذا دليل على الإباحة.

<sup>1</sup> علاوي محمد لحسن المرجع السابق ص4

<sup>2</sup> - سورة النساء، الآية 29.

<sup>3</sup> - سورة البقرة، الآية 282.

أما الإجماع: روى البخاري عن قتادة قال: "كان القوم يتبايعون و يتجرون و لكنهم إذا نابهم حق من حقوق الله لم تلههم تجارة ولا بيع عن ذكر الله حتى يؤديه إلى الله"<sup>1</sup>، و ظل أبو بكر الصديق رضي الله عنه يتاجر و يسعى حتى بايعه المسلمون، و بالرغم من ذلك كان يريد أن يذهب إلى السوق، و قال عمر بن الخطاب رضي الله عنه: ألهاني السوق بالأسواق، أي الخروج إلى التجارة.

**العقل:** إن الله جعل المال سبباً لإقامة مصالح العباد في الدنيا و شرّع طريق التجارة، لأن ما يحتاج إليه كل واحد لا يوجد مباحاً في كل موضع، و المصالح المبتغاة من التجارة الإلكترونية هي المصالح المعتبرة شرعاً، فتحصيل الملك بالكسب و توفير الوقت و الجهد و غيرها أهداف مطلوبة شرعاً.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية وأهميتها

#### الفرع الأول : أشكال التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية عدة أشكال تتم من خلالها العمليات التجارية الإلكترونية وذلك حسب أطراف التعامل سنذكر منها:

#### أولاً: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال (شركة) و المستهلك Btoc tocostumer Business

إن التجارة الإلكترونية هي التي تربط بين المؤسسات والمستهلكين (الزبائن) والتي تدعى "تجارة التجزئة الإلكترونية" electronic retailing أو التسويق الإلكتروني electronic shopping تعبر عن العلاقة بين الشركات التي تقوم بعرض مختلف أنواع السلع والخدمات التي ترغب في تسويقها عبر الإنترنت، والمستهلك الذي يستعرض السلع المتاحة ويقنتي منها حاجيات لإشباع رغباته، ويمر التسويق الإلكتروني بمجموعة من المراحل، فالمستهلك الذي يرغب في الحصول على سلعة ما يزور موقع الشركة العارضة لسلعها ويقوم بالبحث عن الجناح الخاص بنوع السلعة المطلوبة، ثم ينتقي الفئة داخل الجناح فتظهر له على شاشة الحاسوب اللائحة النهائية فيختار منها السلعة بالموصفات التي يريد، وفي أسفل الشاشة يضع ما يشاء من مشتريات في سلة البضائع ثم يقوم بضبط الكمية وسعرها

<sup>1</sup> رواه قتادة، أبي عبد الله محمد ابن إسماعيل البخاري، طبعة مضبوطة و مصححة و مفرسة، دار ابن كثير، دمشق، بيروت، باب التجارة في البز و غيره، كتاب البيوع الجزء السادس ، ص 8.

<sup>2</sup> خالد بن محمود بن عبد العزيز الجهني، التجارة الإلكترونية في ميزان الشريعة الإسلامية، راجعه: سماحة الشيخ وحيد بن عبد السلام بالي، ب ن، ب س، ص ص 28.29.

النهائي ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعاً عن طريق استخدام بطاقات الائتمان أو الشيكات الإلكترونية أو نقداً عند التسليم أو بأي طريقة أخرى، أما حصول المستهلك على مشترياته فيكون بإحدى الطريقتين:

- توصيلها المباشر عبر الشبكة: إذا كانت من النوع القابل للتمييز الرقمي والنسخ عن بعد.
- إرسال البضائع والسلع المشتراة بواسطة مندوبي المبيعات أو البريد السريع corrierexpress، أو بواسطة شركات الشحن.<sup>1</sup>

### ثانياً: بين مؤسسة ومؤسسة أخرى Business to Business

أو ما يرمز إليه بـ B to B حيث تمرر مؤسسة من خلال شبكة الإنترنت طلبات شراء أو عروض بيع لمؤسسات أخرى وما يتبعها من عناصر متعلقة بالمعاملة التجارية من فواتير ودفع غيرها.<sup>2</sup>

### ثالثاً: التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية والإدارة الحكومية Business to government

تغطي جميع التعاملات التي تتم بين وحدات الأعمال والإدارات الحكومية من خلال عملية دفع الضرائب والرسوم التجارية وكذا ما تقوم به الإدارات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية إلكترونياً.<sup>3</sup>

### رابعاً: مستهلك إدارة حكومية Consumer to Administration

هذا المستوى لم يظهر بعد ولكن ربما ينتشر مع انتشار التعامل الإلكتروني ونمو كل من نمط الشركة إلى المستهلك والشركة والهيئة الحكومية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - سمية ديميش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، إشراف: الدكتور محمد الطاهر درويش، قسم العلوم الاقتصادية جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، سنة 2011، الجزء الأول، ص46.

<sup>2</sup> - كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الإلكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب، البليدة ب ص.

<sup>3</sup> - صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، إشراف: الأستاذ الدكتور كربالي بغداد، قسم العلوم التجارية، جامعة وهران الجزائر، سنة 2014، الجزء الأول، ص16.

<sup>4</sup> - صارة بالساكر، المرجع السابق، ص16.

### خامساً: التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك Customer to customer

ظهر هذا الشكل مع انتشار استخدام الإنترنت وظهور التقنيات الحديثة بوسائل الإنترنت والنوع الرئيسي لهذا الشكل من المعاملات بين المستهلكين عن طريق Electronic BAY حيث يقوم المستهلك بتقديم البضائع إلى المزاد فيستطيع المستهلكون الآخرون أن يزايدوا على الثمن، ويقوم الرف الإلكتروني بالخدمة كوسيط حيث يمكن للعملاء أن يضعوا بضائعهم للبيع على الموقع الإلكتروني الخاص بالرف الإلكتروني EBAY\* إلا أن هذا الشكل يهدد التجارة الإلكترونية التي تتم بين وحدة الأعمال والمستهلك.<sup>1</sup>

وعلى هذا يتضح لنا أن التجارة الإلكترونية لا تقتصر على البيع والشراء فقط من خلال الإنترنت فهي تخصص واسع يندرج تحته العديد من التخصصات الأخرى، فهي تقوم على علاقة بين الجهتين ويختلف شكل كل علاقة وفقاً لنوع التجارة بينهما.

### الفرع الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية

#### أولاً: شرعاً

إنها من الأشياء المحبوبة والمرغوب فيها وقد كان الصحابة رضوان الله عليهم يشتغلون بالتجارة في حياتهم، ولم يترك أبو بكر الصديق الاشتغال بالتجارة حتى قيل له: إنك أصبحت قابضاً على ناصية الأمور في البلاد كلها، ما لك وللتجارة؟ فقال: لأكفل بها أهلي وأولادي، وكذلك كان الفاروق و ذو النورين و عبد الله بن الزبير و نافع، فإنهم كانوا تجاراً الذين ضرب المثل بهم فيها فإن نافعاً كانت تجارته واصله إلى الشام و مصر، و ذلك لأن التجارة من الأمور الفاضلة في الإسلام لذا نجد علماء الإسلام كانوا أغلبهم تجاراً، مثل الإمام البخاري كان في بلاده تاجراً رئيس التجارة و كان الإمام أبو حنيفة من التجار الأثرياء.

فالتجارة من المهن الشريفة التي يمارسها الإنسان بغرض المعيشة و الكسب المشروع، و أهمية التجارة الإلكترونية تظهر أيضاً في أن الناس أمام واقع العصرية و استعمال الوسائل الحديثة، إلا

\* EBAY: موقع مزادات يعتبر الأول على الإنترنت حيث يمثل الدور الوسيط على الإنترنت بين البائع والمشتري والمجال مفتوح لأي شخص لكي يعرض بضاعته للبيع أو شراء البضائع .

<sup>1</sup> - صراع كريمة، المرجع السابق، ص16.

أنها لم تكن موجودة في العصور السابقة، و لم يعطها الفقهاء أحكاماً، إلا أن الفقه الإسلامي لم يقف يوماً أمام ما هو جديد من الحوادث إلا أنه تم إعادة النظر و البحث و الاجتهاد على ما يتوافق مع كتاب الله و سنة

رسوله و الإجماع و القياس، و هذا ما يسهل على الناس كيفية التعامل و يرفع عنهم الحرج و المشقة ذلك بمعرفة أحكام المعاملات الجديدة<sup>1</sup>.

### ثانياً: قانوننا

يمكن القول أن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والفضل الأكبر في توسيع السوق إلى أن استطاعت الوصول إلى النطاق العالمي والدولي فمن خلالها يتم تحقيق الأرباح.

فهاته الورقة العلمية ستوضح لنا مدى أهمية التجارة الإلكترونية :

#### (1) انخفاض التكلفة

لقد كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق، حيث أن الإعلام عن المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز و الجرائد، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الإنترنت وبتكلفة ضئيلة جدا.

#### (2) تجاوز حدود الدولة

كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق، وإن رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكلف مصاريف كبيرة وغير مضمونة، أما الآن فتستطيع الشركة أن تضمن إطلاع الجميع على منتجاتها دون تكلفة إضافية وخاصة أن الإنترنت دخلت جميع الدول .

#### (3) التحرر من القيود

كانت الشركة سابقا تحتاج إلى الخضوع لقوانين عديدة وتكلف توكيل الغير في الدولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الآن لم يعد أي من تلك الإجراءات ضروريا<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - محمد منصور ربيع المدخلي، أخلاقيات التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، ب د ب، ب د س، ب ص.

<sup>2</sup> - علي فلاق، محمد بولصنام، أثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، ص4.

لقد مكنت جميع الأفراد من إتمام جميع معاملاتهم التجارية خلال فترة زمنية قصيرة جدا، في أي زمان ومن أي مكان على سطح الأرض، فإنها تلعب دورا كبيرا وهذا ما يجعلها تكتسي أهمية كبيرة على المستوى العالمي والدولي، وأيضا من أهميتها ما يلي:

- أنها تعمل على تدفق المعلومات بكم هائل وبطريقة سريعة وسهلة وفي الوقت المناسب مما يتيح للمعامل باتخاذ القرار المناسب لقراراته.
- تعمل أيضا على تحقيق فعال بين الشركات وزبائنها، حيث تمكن الشركات من تلبية خيارات الزبون بيسر وسهولة .
- أنها تملك مساهمة فعالة في توفير فرص عمل جديدة ونوعية خاصة بالحاسوب والبرمجيات وغيرها.
- تحقيق درجة تنافس كبيرة بين المنتجين من خلال التركيز على الجودة.<sup>1</sup>

أصبحت كل المعلومات والمتطلبات تصل إلينا بدون تعب ولا عناء، فإن المعاملات التجارية قديما كانت تحتاج السفر من مكان إلى آخر لإنجازها، الآن قد مكنت هذه التجارة الناس القاطنين في دول العالم الثالث من الحصول على منتجات وبضائع لا تتوفر في بلدانهم، وهنا أصبحت التجارة الإلكترونية نلاحظها بشكل يومي في حياتنا، ففي الوقت الحالي فإنها تتم داخل المنزل وبدون عناء وذلك عن طريق هاته التجارة.

### المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية هي فكرة أعم وأشمل وأوسع بكثير فمقوماتها تعتبر مشتري من أي مكان وبائع من أي مكان و في أي وقت تصل إلينا خلال دقيقة واحدة على الأكثر بلا مواصلات ولا مواعيد ولا عقوبات فلها مزايا عديدة بالنسبة للأفراد أو المؤسسات أو بالنسبة للاقتصاد بشكل عام، ولكن بالرغم من مزاياها المتعددة إلا أن لها عيوب سوف نتطرق لكل منهما :

<sup>1</sup> - حفيد فوزية، حفيدي صليحة، التجارة الإلكترونية في الدول العربية - تحديات الواقع وآفاق المستقبل - الملتقى الدولي الرابع حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية -

## الفرع الأول: مزايا التجارة الإلكترونية

هناك العديد من المزايا التي تقدمها التجارة الإلكترونية لعملائها وللمجتمع ككل ومن هنا تتبين لنا هاته المزايا :

## أولاً: سرعة وسهولة التسوق

حيث يكون لدى المستهلك نطاقاً واسعاً للتسوق عبر شبكة الإنترنت بإمكانه أن يصبح مستهلكاً عالمياً وهو في منزله، وما عليه إلا أن يتعامل مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح موقع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت.<sup>1</sup>

## ثانياً: تعدد الخيارات

توفرها على العديد من الخيارات للمستهلك نتيجة لإمكان الوصول إلى المنتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك فمع دخول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية فإن الفرصة متاحة له بأن يبحث عن سلعته المفضلة أو التي يبحث عنها عبر المواقع التجارية في الإنترنت، بينما في حالة التسوق التقليدي فإن المستهلك ليس أمامه إلا المنتجات المعروضة في الأسواق التقليدية ويتعذر عليه البحث في أسواق أخرى لعدم توفر المعلومات لديه عن الأسواق الأخرى وكذلك لارتفاع تكاليف البحث والحصول على المنتج.<sup>2</sup>

## ثالثاً: أثر التجارة الإلكترونية على عرض السلع والخدمات وطلبها

بفضل الإنترنت أصبحت الحدود والفواصل بين المنتج والمستهلك في أغلب الأحيان غير موجودة، ففي أحيان كثيرة يظهر لمستخدم الإنترنت وكأنه منتج لها، فعلى سبيل المثال هناك برامج ونصوص متعددة تتيح للمستخدم التعديل والتغيير المباشر في الإنترنت.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - علي فلاق، محمد، بولصنام، المرجع السابق ص9.

<sup>2</sup> - علي فلاق، محمد، بولصنام، المرجع نفسه ص9.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 10.

### 1) سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين

توفر الإنترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر منتجات إلكترونية مثل المنتديات وغيرها، الأمر الذي يوفر البيانات والمعلومات لدى المجتمع عن المنتجات الاقتصادية.<sup>1</sup>

### 2) التجارة الإلكترونية أداة لزيادة شفافية الحكومة وتحسين خدماته

يعد الأداء الإلكتروني أحد الاتجاهات التي تساهم في زيادة نجاح الحكومة في تحقيق التواصل مع المواطنين إذ أنه:

- يوفر البيانات والمعلومات وإتاحتها للمستثمرين ورجال الأعمال وكافة فئات المجتمع بشفافية كاملة.
- عرض لإجراءات وخطوات للحصول على الخدمات الحكومية بصورة تحقق تسهيل التعامل مع الجهاز الإداري .
- فتح قناة اتصال جديدة بين المواطنين والجهات الحكومية .
- أداء الخدمات إلكترونياً فيما يوصف بكونه توجيهاً نحو الحكومة الإلكترونية وبصورة تضمن أعلى درجات في أقل وحدة زمن.<sup>2</sup>

إن التجارة الإلكترونية مميزات كثيرة جداً، فبإمكاننا الحصول على سلع مميزة غير موجودة في بعض المناطق وكذا اختصار المسافات، فهناك مناطق لا تتوفر بها مجمعات تجارية، فيكون البديل الأسهل لها الإنترنت وأهم ما يميزها أيضاً سرعة السوق، حتى تتحقق التجارة الإلكترونية لابد من إقبال الناس عليها.

### الفرع الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية

إن أدوات الإنترنت قوية في ساحة التجارة الجديدة حيث أنها عرضت العديد من المزايا للشركات والعملاء، ولكنها تسببت في العديد من المشاكل ومن هذا يمكن عرض أهم العيوب فيما يلي :

- عدم قدرة المشتري على رؤية السلعة، أو فحصها والتأكد من سلامتها قبل طلب شرائها .

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 10.

<sup>2</sup> - محمد بن بوزيان، عائشة بلحشر، التجارة الإلكترونية في الجزائر الفرص والتحديات، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر.

• يمكن حدوث تلاعب ببيانات النسخ الأصلية الخاصة بطلبات الشراء، أو إرسال بضائع وذلك نتيجة لعدم وجود مستندات ورقية، وعدم إمكانية التوقيع بخط اليد، مما يهدد الحقوق والمصالح الخاصة بالأفراد .

• سهولة إفشاء أسرار العملاء والبنوك والشركات إلى المنافسين وذلك عن طريق اختراق شبكة الإنترنت.<sup>1</sup>

وأيضاً من عيوبها أنها ليست لها جهات وسيطة في هذه الأنشطة، بالرغم من التطور التكنولوجي الحديث إلا أنه لا يمكن حماية البيانات والمعلومات التجارية وعدم حفظ سرية المعاملات التجارية فبعض المواقع بمثابة أجهزة أمنية تهدف إلى تحديد الهويات والمتعاملين لكشف بعض الأمور مما يتم انتهاك الخصوصية.<sup>2</sup>

يمكن لأي شخص سواء جيد أو سيء أن يبدأ العمل على الإنترنت بسهولة فهناك العديد من المواقع السيئة التي تستولي على أموال العملاء، وليس هناك ضمان لجودة المنتجات.

فهذه كانت بعض العيوب وكذلك المميزات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، و يجب أن تبنى أفكار للتغلب عليها في المستقبل القريب لأن التجارة الإلكترونية في تطور مستمر .

### المطلب الرابع: الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

إن طرق الاتصال في التجارة الإلكترونية تختلف عن نظيرتها التقليدية، ففي الأولى وسيلة الاتصال الوحيدة هي الإنترنت التي تتصف بالسهولة وسرعة التحويلات ومعالجة الطلبات، وأما التجارة الإلكترونية عكسها فمنتجاتها تكون خيالية ونقودها تكون رقمية، إذ أن البائع فيها لا يلتق مع المشتري وعملية التبادل قد تستغرق دقائق وهذا ما يعرف بالسوق الوهمي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> العني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، إشراف: الدكتور مرداوي كمال، علوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، سنة 2007، الجزء الثاني، ب د ص .

<sup>2</sup> سعوداوي صديق، رحال سمير، متطلبات وعوائق التجارة الإلكترونية في البلدان النامية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية.

<sup>3</sup> ريم خلد مطاحن، مدى قدرة مدققي الحسابات الخارجيين على تدقيق حسابات الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية، إشراف: الدكتور طاهر شاهر القشي، جامعة الاوسط، تموز 2009، ص 31.

تعتمد التجارة التقليدية على سلع وخدمات ملموسة وحقيقية، وعلى نفوذ حقيقية، التفاعل بين البائع والمشتري لازم، وعملية التبادل تأخذ فترة طويلة، ولا بد من وجود سوق فعلي فيها، في حين التجارة التقليدية فتعدد طرق الاتصال فيها واختلافها يؤدي إلى صعوبة التنسيق وترتيب العمليات وهو ما يؤدي إلى إطالة زمن معالجة الطلبات.<sup>1</sup>

ويمكننا أن نلاحظ من خلال المقارنة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية أن العمليتين متشابهتين في التنفيذ، يختلفان حيث أن التجارة الإلكترونية تعتمد أسلوب غير تقليدي في الوصول إلى المستهلكين في كافة أنحاء العالم بحيث يمكننا أن نشترى ما نريد بدون تعب أو جهد بينما التجارة التقليدية إنها تحتاج إلى الجهد والوقت ولكن ما نريد أن نشترى نتحصل عليه بالتمام فهي تجارة على أرض الواقع.

### المطلب الخامس: مراحل التجارة الإلكترونية

إن النجاح المتزايد الذي حققته مواقع التجارة الإلكترونية في أنحاء العالم قد مرّ بمراحل إلى أن وصلت إلى هذا المستوى وهذه المراحل هي :

#### 1) مرحلة العرض ( إعطاء وعد ):

يقوم المنتج أو البائع في هذه المرحلة بعرض سلعته أو الخدمة التي يستطيع إنتاجها وتسويقها حسب طلب المشتريين والطلب في السوق في الداخل والخارج بناء على الدراسة السوقية، في الوقت الذي يروج فيه لسلعته من خلال وسائل الإعلانات المختلفة بطريقة سهلة واضحة ومفهومة للمستهلكين محاولاً إقناعهم وحثهم على شرائها وقد يستخدم المنتج أو البائع الوسائل الإلكترونية في عملية الإعلان والترويج.

#### 2) مرحلة القبول:

إذا تواصل المتعاملون مستهلك مع بائع أو بائع مع منتج أو منتج مع مورد مواد أولية إلى اتفاق، يكون قد التقى العرض بالقبول وانعقد العقد ومن ثم يصدر المشتري قراره بالشراء إلكترونياً من خلال

<sup>1</sup> - صراع كريمة، المرجع السابق، ص 9.

وسائل تكفل الأمان والحفاظ على السرية، فإذا ما تحقق ذلك يصاحب الأمر بالشراء إصدار أمر بالدفع وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية.

### (3) مرحلة التنفيذ:

وتشمل هذه المرحلة تنفيذ بعض الالتزامات المتقابلة كقيام المنتج أو البائع بإعداد السلعة أو الخدمة وتجهيئتها حتى تكون صالحة للتسليم أو التقديم بالشكل أو الأسلوب المتفق عليه من قبل المتعاقدين، بعد ذلك يقوم المشتري بتنفيذ الأمر بالدفع، وأخيرا يحصل المشتري على السلعة أو الخدمة موضوع الاتفاق، ويختلف تسليمها حسب طبيعتها إذا كانت سلعة مادية أو غير مادية مثل (سيارة، كتاب على الخط) أو إذا كانت خدمة مباشرة أو تقدم عن بعد (فحوصات طبية، تعليم عن بعد).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - بن وارت حكيمة، دور أهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة – الإشارة للعالم العربي، إشراف: الدكتور بوعشة مبارك، قسم العلوم الاقتصادية، المركز الجمعي العربي بن مهدي، أم البواقي، الجزائر، سنة 2008، الجزء الثالث، ص 45.

## المبحث الثاني : واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

تحاول الجزائر كسائر الدول النامية إيجاد مكان لها في ظل هذه التحولات الاقتصادية العالمية، هذا التحول جاء بعد ظهور سلبيات النظام السابق والذي تجلى في الأزمة الاقتصادية التي عرفتها الجزائر والتي عصفت باقتصادها إلى حافة الهاوية فالعمل على تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر لم يعد خيالا بل هو واقع محتوم يفرضه الانتقال إلى اقتصاد السوق والانتشار السريع لاستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعليه تطرح عدة تساؤلات:

ما مدى استفادة الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده على التجارة الإلكترونية؟ وما الأسباب التي أدت إلى عدم اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

وهذا ما سوف نجيب عنه في هذا المبحث :

## المطلب الأول : البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر

## الفرع الأول: شبكة الإنترنت

إن رغبة الجزائر في التحول نحو اقتصاد المعرفة والتي تعد التجارة الإلكترونية جزءا منه يفرض لها أن تتحقق وتتجسد على أرض الواقع مع نضوج وتطور الإنترنت كوسيط إلكتروني يؤدي إلى تقريب المسافات وإزالة الحواجز وتخفيض التكاليف ورفع الكفاءة والسرعة في إنجاز المعاملات ولقد زاد وعي الدولة الجزائرية بضرورة هذا التحول، حيث كانت أولى الخطوات المتخذة لتحقيق هذه الرغبة وتعميم تقنية الإنترنت هي إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية وربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 لمركز البحث والإعلام العلمي والتقني التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني: أجهزة الحاسوب

لما كان عالم التجارة الإلكترونية يتميز بالتراكم المعرفي فإن البقاء في وضع المتفرج أمر لا يساعد على تطبيق هذا النوع الحديث من التجارة ولهذا لا بد من توفير جميع العوامل التي تتيح للجزائر فرصة حقيقية لتبني المعاملات الإلكترونية، ومن بين العوامل الواجب توفيرها أجهزة الحاسوب الشخصي .

<sup>1</sup> - فلاق شبرة فاطمة، المرجع السابق، ص ص 32 - 33.

## الفرع الثالث: الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة

والتي يتم من خلالها النفاذ إلى الإنترنت و ممارسة التجارة الإلكترونية، فضعف هذه الشبكات لا يقدم أي دعم فعال للشبكات الأعمال ولا يلبي متطلبات الأعمال الإلكترونية<sup>1</sup>.

إن البنية التحتية تمثل للتجارة الإلكترونية عمود الحياة، ولا يمكن للحكومات أو المؤسسات التجارية أو حتى الأفراد الاستغناء عنها .

## المطلب الثاني : التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري

لقد أقدمت الجزائر على إصدار قوانين خاصة بالتجارة الإلكترونية حيث يبرز هذا الجانب في محاربة الجرائم الإلكترونية بمختلف أنواعها كونها الجدار المتصدي لنجاح التجارة الإلكترونية في أي دولة وسوف نبرز أهم ما جاء في هذه القوانين في هذا المطلب.

## الفرع الأول: الإثبات الإلكتروني:

يحتل عنصر الإثبات العنصر الأساسي في كافة العلاقات والعقود وأن أول ما يطرح في موضوع الإثبات هو توفير السند الخطي الذي أعطاه القانون قوة ثبوتية كبيرة لإثبات التصرفات القانونية وتحديد الحقوق والواجبات غير أن انتشار المعاملات الإلكترونية لاسيما التجارة الإلكترونية، أدى إلى تغيير مفهوم الإثبات نظرا لغياب المستندات الورقية، وإمكانية إنشاء الحقوق والالتزامات بطريقة إلكترونية، وهي المسألة التي عالجها المشرع الجزائري بإصدار القانون المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري وطبقا للمادة 323 مكررا، اعتمد المشرع الجزائري المفهوم الواسع للكتابة سواء التي تمت على الورق أو الكتابة المثبتة على دعائم غير ورقية، وذلك من خلال الإشارة إلى أن ينتج من الكتابة بحروف متسلسلة وأرقام وعلامات مهما كانت الوسيلة المستعملة للكتابة ومهما كانت طرق الإرسال بأي وسيلة مستعملة مثل قرص صلب أو رسائل الإلكترونية وبهذا انتقل المشرع من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني .

<sup>1</sup> - فلاق شيرة فاطمة، المرجع السابق، ص ص 34 - 36 .

## الفرع الثاني: التوقيع الإلكتروني

اعتمد المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة في نص المادة 2/327 مدني جزائري المعدلة بالقانون 05-10 والتي تنص على: يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحررات الإلكترونية، أما عن تعريف التوقيع الإلكتروني فيمكن القول بأنه أسلوب فإن القانون الجزائري يميز التوقيع الإلكتروني المؤمن وذلك بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي 07 - 162، المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية حيث أن التوقيع الإلكتروني هو أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكررو 323 مكررا، أما التوقيع الإلكتروني المؤمن هو توقيع إلكتروني يكون خالصا بالموقع ويتم بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبة حصرية<sup>1</sup>.

## الفرع الثالث: العقد التجاري الإلكتروني:

في ظل ما تشهده عقود التجارة الإلكترونية وهي تلك العقود التي تتم إبرامها عن طريق الإنترنت من نمو متزايد على الساحة الدولية وحتى الداخلية نتيجة للتطور التكنولوجي الذي سهل إبرام العقود ودليل ذلك أن الشركات التجارية العالمية أضحت ترفض التعامل مع أي عميل جديد لا يستخدم أسلوب التعاقد والتبادل الإلكتروني وجد المشرع الجزائري أمامه ضرورة تحديد المقصود بالعقد الإلكتروني حيث يتضمن المادة 6 في فقرتها الثانية ما يلي :<sup>2</sup>

العقد بمفهوم القانون رقم 04 - 02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني .

<sup>1</sup> - صارة بالساكر، المرجع السابق، الجزء الثالث، ص 57 - 58.

<sup>2</sup> - هجيرة التومي، تطبيقات التجارة الإلكترونية في مجال المعاملات التجارية في الجزائر، دراسة في إطار القانون

05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية .

## الفرع الرابع: المورد الإلكتروني :

لا تكتمل المعاملة التجارية دون الإشارة إلى المورد الإلكتروني والذي عرف على أنه هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح، توفير السلع في المعاملة التجارية الإلكترونية أي هو المتعاقد أو مقدم الخدمة في البيئة الرقمية والذي من الممكن أن يكون المنتج نفسه أو التاجر كما من الممكن أن يكون شخصا طبيعيا<sup>1</sup> أو اعتباريا له موقع إلكتروني معتمد من طرف الجهات الرسمية لمعنية ويعرض خدماته على الشبكة العنكبوتية.

نستخلص من هذه القوانين مدى فاعلية وأثر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري مما أدى إلى خلق روح المبادرة وزرع نوعا ما من الاتصالات المتبادلة بين أطراف الجهات الرسمية المعنية لهذه القوانين التي تم ذكرها.

## الفرع الخامس: الجرائم والعقوبات

إن المشرع الجزائري لم يعرف الجريمة الإلكترونية وإنما تبنى للدلالة على الجريمة مصطلح "المساس" في الباب الثالث: بعنوان الجرائم والعقوبات حيث يتضمن الفصل الأول: مراقبة الموردين الإلكترونيين ومعاينة المخالفات بحيث تضمنت المادة 35 : يخضع المورد الإلكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك ، حيث يحدد الفصل الثاني الجرائم والعقوبات هذا ما نصت عليه المادة 37 و 38 .

تقول المادة 37: دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به يعاقب بغرامة من 200.000 دج إلى 1000.000 دج كل من يعرض للبيع أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 3 من هذا القانون .

يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر (1) إلى ستة (6) أشهر .

<sup>1</sup> - قانون رقم 18 - 05، مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ الموافق 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية

وأما المادة 38 تنص: دون المساس بتطبيق العقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به يعاقب بغرامة من 500.000 دج إلى 2000.000 دج كل ما يخالف أحكام المادة 5 من هذا القانون، يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث : فوائد اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر و استفادة الاقتصاد الجزائري منها

#### الفرع الأول: فوائد التجارة الإلكترونية

##### أولاً: فوائد اعتماد التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية من المصادر الغير المكلفة والغير مرتبطة بوقت محدود فهي تساعد البائع والمشتري على الانتشار الدولي والعالمي والوصول إلى نطاق أوسع في الاستيراد والتصدير فإن اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر يمكن أن يكون مكسب لإحداث تنمية اقتصادية فعالة حيث تمكن الشركة الوطنية من:

- الاحتكاك وإقامة علاقات مع الشركات العالمية والاطلاع على آخر التطورات وفتح آفاق للدخول إلى الأسواق العالمية.
- الاستفادة من الخدمات والسلع التكنولوجية التي تعرضها المؤسسات العالمية وتطور العمل المصرفي بما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية.
- تعد التجارة الإلكترونية أداة فعالة في تطوير الصادرات من خلال التعريف بالسلع المحلية عبر الشبكة.
- تحقيق الفعالية التجارية بهدف الوصول إلى أعلى مستوى من الفعالية في الإنتاج والتوزيع باستخدام الطرق العصرية التي تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> قانون رقم 18 – 05، مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ الموافق 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية

<sup>2</sup> محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية – مع الإشارة إلى حالة الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتمادها في الجزائر – عرضا تجارب دولية –

### ثانيا: فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين

تسمح التجارة الإلكترونية للعملاء بالتسوق وإجراء التعاملات وإجراء التعاملات الأخرى على مدى 24 ساعة يوميا على مدار العام بالتسوق من أي كان، فهي تقدم للعملاء باستمرار منتجات وخدمات أقل ثمنا وذلك بأن تسمح لهم بالتسوق من أماكن عديدة كما تسمح لهم بالتسليم السريع في بعض الحالات وخاصة بالنسبة للمنتجات الرقمية وشأنها تشجع على المنافسة وخفض الأسعار، فتقليل التكاليف يقلل من أسعار المنتج، والمنافسة تعني تحسين مستوى المنتج وتوفير خدمات قبل وبعد البيع وتحسين جودة المنتج نتيجة التنافس، ومن مكانتها توفر معلومات المنتجات والأسواق ولها سرعة في تلبية احتياجات المستهلك كما تخلق فرص عديدة ومنتجات جديدة.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني : استفادة الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده التجارة الإلكترونية

من أهم المزايا التي سينالها الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده على التجارة الإلكترونية ما يلي:

- فتح آفاق أوسع أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تعاني من مشكل صعوبة النفاذ إلى أسواق عالمية نتيجة صغر حجمها وانخفاض مواردها وبالتالي فإن المؤسسة الصغيرة غير المعروفة حتى على المستوى المحلي يمكن لها أن تفتح آفاقا واسعا على المستوى العالمي.
- الاستفادة من الخدمات والسلع الأجنبية التكنولوجية المتطورة وبالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه وإعطائه قدرة تنافسية أكبر.
- تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن منتجات جزائرية تجد طلبا لها في السوق العالمي لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم.
- تطور العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكتروني.<sup>2</sup>

فمن هاته الفوائد التي ذكرت يتبين لنا أن التجارة التقليدية ضعيفة خارج مجال المحروقات فهي تزداد ضعفا اليوم في ظل عالم تسيطر عليه العولمة الاقتصادية والتفنن في استخدام التجارة الإلكترونية،

<sup>1</sup> - بحث حول: التجارة الإلكترونية، جامعة الملك سعود، كلية وقسم إدارة الأعمال .

<sup>2</sup> - كمال رزيق، مسدور فارس، المرجع السابق .

فإن الاقتصاد الجزائري في أزمة حقيقية واحتياطات البلاد تسوء واستراتيجية الحكومة الجزائرية محفوفة بالمخاطر يجب أن تنوع الدولة في اقتصادها لإيجاد التوازن .

### المطلب الرابع : بعض مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

من بين نماذج المتاجر الإلكترونية الناشطة في سوق التجارة الإلكترونية ما يلي :

#### الفرع الأول: سوق واد كنيس Ouedkniss.com:

أسس سنة 2006 إذ أنه أول موقع للتسوق عبر الإنترنت في الجزائر، فهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء مبادلة مختلف المنتجات، حقق هذا الموقع نجاحا لافتا منذ تأسيسه إذ تبلغ عدد زيارته اليومية من مائة ألف إلى مائة وعشرون ألف زائر يوميا، وعلى الأقل من ثلاثة مليون زائر في الشهر.<sup>1</sup>

فهو أكبر المواقع الجزائرية حيث أحدث ثورة في مجال التسوق الإلكتروني به العديد من الأقسام حيث كل قسم مخصص لنوع من السلع .

#### الفرع الثاني: موقع أشريلي Echrily.com:

تأسس بتاريخ 2012/7/5، متخصص ببيع المنتجات الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل بمختلف الماركات، يوجه مبيعاته إلى ولاية الجزائر العاصمة ووسط ولاية بومرداس فقط ، إلا أنه يشترط أن يكون الدفع عند التسليم إما نقدا أوبشيك، أو بصيغة الدفع الإلكتروني عن طريق e-bay التي يكون الدفع بها مسبقا قبل التسليم، يعتمد هذا الموقع لتوصيل البضاعة على وسائله الخاصة، يلتزم هذا المتجر الافتراضي بتسليم السلعة قبل 24 ساعة إلى منزل الزبون، يملك الموقع أكثر من 400 زبون مسجلين في شبكة الإنترنت وأكثر من 100 زائر 81% من الزوار من الجزائر العاصمة<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد 2017/12، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ص 213.

<sup>2</sup> المرجع نفسه.

### الفرع الثالث: موقع بيت الجزائر [www.dzmaison.com](http://www.dzmaison.com)

يقدم خدمات متكاملة، تشمل كل جوانب تجهيز وتشغيل مواقع الإنترنت للشركات والأفراد على حد سواء، فهو يساعد الراغبين على إنشاء متاجر إلكترونية من خلال تصميم المواقع الإلكترونية بأحدث التقنيات، وتزويدها ببرامج سهلة لإدارة المواقع التجارية ويوفر هذا الموقع خدمة الاستضافة وحجز اسم النطاق مجاناً للسنة الأولى، وأما في السنة الموالية فلا بد من دفع مصاريف تقدر ب: 1390 دج سنوياً في حالة حجز اسم النطاق ومن 3300-9900 دج للاستضافة، بحيث تتم عملية تسوية المدفوعات عن طريق التحويل إلى الحساب البريدي الجاري للموقع وإرسال صورة عن وصل الحوالة إلى البريد الإلكتروني للموقع، لتتم عملية تفعيل الخدمة<sup>1</sup>.

### الفرع الرابع: سوق الجزائر [www.dzdoq.com](http://www.dzdoq.com)

فهو يسعى إلى تحقيق التواصل بين الأفراد الراغبين في بيع وشراء سلعة وغالباً ما تكون كتباً، برامج، ألعاباً، أفلاماً، وذلك في القسم المناسب لها يتمكن المشتري صاحب أعلى سعر من الفوز بالمزاد ويربح السلعة، كما ينتج الموقع إمكانية التواصل مع البائع والاتفاق بين العارض والطالب سواء دفع نقدي عند التسليم أو التحويل البنكي أو عبر حساب البريد الجاري، وحيث يتولى هذا الموقع أيضاً شحن هذه الحسابات البنكية عن طريقة شبكة مقاهي الإنترنت التابعة لها، أما الطريقة الأخيرة فهي الدفع باستعمال بطاقة العالمية visa والتي يمكن طلبه للحصول عليها من خلال موقع سوق الجزائر<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - سمية دميث، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، إشراف: الأستاذ محمد الطاهر درويش، قسم العلوم التجارية، جامعة منوري قسنطينة، الجزائر، سنة 2011، الجزء الثالث، ص 240.

<sup>2</sup> - زيدان بدر البدور، واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية دراسة حالة: الجزائر - مصر، إشراف: الأستاذة جودي حنان، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، سنة 2013، ص 84.

## الفرع الخامس: دار الشهاب

تهتم دار الشهاب بنشر الكتب شبه المدرسية والعلمية الموجهة للطفل ومن هاته الكتب : كتب التاريخ الخاصة بالثورة الجزائرية والكتب الأدبية لا سيما الروايات والمجموعات القصصية باللغتين العربية والفرنسية فهي دار نشر تأسست عام 1989، لها أكثر من 800 عنوان بالفرنسية والعربية<sup>1</sup>.

يحتوي هذا الموقع على فهرس إلكتروني يقدم معلومات مفصلة ودقيقة حول الكتب المتوفرة (اسم الكاتب، تاريخ النشر، السعر) وبعد تسجيل المستهلك في الموقع وتقديمه للمعلومات الشخصية (الاسم، الهاتف، العنوان) يحصل على اسم دخول وكلمة سر، بحيث تمنح له حرية التصفح واختيار الكتب التي يرغب في اقتناءها بالضغط على رمز السلة ليضاف المنتج تلقائيا إلى قائمة المشتريات وبعد تأكيد الطلبية يكون للمستهلك الحق في اختيار مدفوعاته إما بإرسال شيك بالبريد أو تحويل المبلغ للحساب البنكي لدار النشر وأخيرا ترسل دار النشر الكتاب إلى العنوان المحدد<sup>2</sup>.

فهذا التطور الهائل للمواقع الإلكترونية زاد من فناعة المؤسسات الجزائرية والأفراد لضرورة استخدام شبكة الإنترنت لعقد الصفقات الإلكترونية.

## المطلب الخامس: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر

إن الجزائر كغيرها من الدول النامية تواجه العديد من العقبات والمعوقات في سبيل استخدامها للتجارة الإلكترونية ويمكن تلخيص أبرز هذه العقبات والمعوقات في ما يلي :

## الفرع الأول: التحديات التقنية والتكنولوجيا وضعف البنى التحتية الإلكترونية

إذ لا يوجد بيئة مناسبة لممارسة الأعمال الإلكترونية، كما تحتاج الدولة إلى استثمارات ضخمة في حقل الإنترنت حتى تكون البنية قادرة على تحمل أعباء ومخاطر الأعمال الإلكترونية .

<sup>1</sup> - منشورات الشهاب: <https://ar.wikipedia.org/wiki>، 30مايو 2019، 19:29

<sup>2</sup> - سمية ديمش، المرجع السابق ، ص 238.

### الفرع الثاني: اختلاف البنية التحتية في مجال الاتصالات

إن الإنترنت هي أساس الحاسوب والهاتف فعندما لا تتوفر الخدمات الهاتفية الكافية لا يمكن بأي شكل من الأشكال في استخدام الإنترنت كأداة من أدوات التجارة الإلكترونية .

### الفرع الثالث : الإدارة التغيير

حيث يزال عدد كبير من الشركات يستخدم الأنشطة التقليدية وليس من السهل نقل وتغيير النظام من التقليدي إلى الإلكتروني بالنسبة لمن قضى أعوامه وهو يتداول المعاملات بشكل خاص به .

### الفرع الرابع: ضعف الوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع

إن الثقافة والمعرفة لها دور مهم في انتشار وتطور التجارة الإلكترونية لاسيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية<sup>1</sup>.

نظرا للمعوقات التي ذكرناها سابقا يتضح لنا أن التجارة الإلكترونية تواجه معوقات التي تحبط ممارستها من الناحية الثقافية وأيضا من الناحية التجارية ومن الجهة القانونية.

### المبحث الثالث: الحماية القانونية و الشرعية للمستهلك في العقود الإلكترونية

الاستهلاك له دور أساسي في الاقتصادية كما أن له تأثير على الحياة اليومية للمستهلك فهذا الأخير يعد العنصر الأساسي في هذا المبحث، بحيث أصبحت هذه الخدمات متطورة وسريعة وأصبح للمستهلك الكثير من الخيارات لوفرة السلع والخدمات وتنوعها، إن الشريعة الإسلامية بطبيعتها التنظيمية قد كفلت فيما يتعلق بضمان العيوب الخفية في المبيع وغيرها من القواعد الأخرى، ثم أتت القوانين المدنية تحدد مفهومه في كونه يعد معيار التحديد نطاق تطبيق النصوص الخاصة لحماية المستهلك، ولذا فقد سعت معظم التشريعات إلى إيجاد قانون ينظم مسألة الحماية القانونية للمستهلكين وبما يكفل حقوقهم أو بإضرار مصالح الآخرين وهذا ما بينته أيضا الشريعة الإسلامية فظهرت القوانين التي تشمل العقود الإلكترونية والتي تبرم عبر استخدام الإنترنت وهذا ما سنحاول ذكره.

<sup>1</sup> - سحقي نعيمة، الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص والتحديات - دراسة حالة الجزائر، إشراف: الأستاذ بصيري محفوظ، قسم العلوم التجارية، جامعة أكلي محند ولحاج، البويرة، الجزائر، سنة 2015، الجزء الثالث، ص 80 .

**المطلب الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته**

**الفرع الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني**

كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي<sup>1</sup>.

عرفه القانون الفرنسي في المادة الثانية من القانون رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك في مجال عمليات الائتمان على أنه يطبق القانون الحالي على كل العمليات التي تمت عادة للأشخاص الطبيعيين والمعنويين والتي لا تكون مخصصة لتمويل نشاط مهني<sup>2</sup>.

نلاحظ أن المشرع الفرنسي في تعريفه اعتمد على تحديد الاستعمال الشخصي للمنتوج دون أن يكون ذلك ارتباطاً بالنشاط المهني للمستهلك.

**الفرع الثاني : مبررات المستهلك الإلكتروني**

إن حاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية في شبكة الإنترنت ساعد في تطور وسائل التسوق والاتصالات وهذا ما سببته :

**أولاً: التطور الحديث في شبكة الإنترنت**

عندما أصبحت أجهزة الحاسوب أكثر قوة في أواخر الثمانينيات، زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة وبالرغم من أن هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الإلكتروني الذي يستطيع المستخدمون استخدامه في إرسال رسائل كل منهم للآخر إلا أن هذه الشركات عملت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركتها، ففي أوائل التسعينيات ظهر ما يسمى بشبكة الإنترنت، وظهرت العديد من التقنيات والأدوات والوسائل التي أسهمت في تطوير هذه الشبكة .

<sup>1</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية /العدد30/28شعبان عام 1439هـ 16 مايو سنة 2018م

<sup>2</sup> - إمدالو سهام، لحسن ليلي، حماية المستهلك الإلكتروني، إشراف: الأستاذ بهلولي فاتح، فرع القانون الاقتصادي للأعمال جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، سنة 2013، الجزء الثاني، ص 8 .

### ثانيا: حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية

يؤدي افتقار المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية جعله عاجزا عن التفاعل مع المواقع التجارية عبر شبكة الإنترنت، وعدم اكتراث المستهلك بمواقع التجارة عبر شبكة الإنترنت بسبب قلة الحاجة لهذه المواقع من ولكن مع التطور الحاصل أصبح لهذه المواقع أهمية كبيرة، بحيث تحتوي على العديد من الأشكال منها: خدمات السياحة والتأمين وبيع تذاكر الطائرات والفنادق وغيرها من الخدمات المهمة .

### ثالثا: افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني

إن شبكة الإنترنت المتوسعة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الكثير من الناس، فهذه الشبكة تمثل صالة عرض لكافة المنتجات والخدمات التي يريدها فافتقار المستهلك يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الإنترنت بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة ويتمثل ذلك من خلال ما يواجهه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الصغيرة، فإن عدم معرفته بشبكة الإنترنت قد يؤدي إلى وقوع المستهلك لحيل وخداع قراصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.<sup>1</sup>

إن حاجة المستهلك الإلكتروني إلى الحماية في التسوق الإلكتروني تصدر أيضا من كون المستهلك الشخص الأقل خبرة في المعاملات التجارية الإلكترونية والأقل قوة في تنوير المعلومات.

### المطلب الثاني : وسائل الحماية للتجارة الإلكترونية وكيفية الوقاية منها

إن تطور التجارة الإلكترونية وازدهارها أدى إلى ظهور عدة مشاكل قانونية متعددة أو التي جعلت المشرع يبحث عن وسائل حماية كفيلة من أجل فرص حماية قانونية لمختلف المعاملات التجارية التي تتم بوسائل إلكترونية وهذا ما سننترق إليه في هذا المطلب .

<sup>1</sup> - أحمد السيد كردي، حماية المستهلك الإلكتروني .

## الفرع الأول: عناصر الحماية للتجارة الإلكترونية

### أولاً: الكتابة الإلكترونية:

تعتبر بصفة عامة من أقوى أدلة الإثبات، و ذلك في قصة سليمان عليه السلام عندما أرسل كتابه إلى ملكة سبأ "بلقيس" فقال تعالى على لسان سليمان و هو يخاطب الهدهد: (أَذْهَبَ بِكِتَابِي هَذَا بِالْفَيْهَةِ إِيَّهِمْ ثُمَّ تَوَلَّى عَنْهُمْ فَانظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ) <sup>1</sup>

وجه الدلالة من الآية أن الكتاب دليل إثبات على مر العصور <sup>2</sup> لأنه من خلاله يتم إثبات الحقوق وتحمل الالتزامات كما ساعد في ظهور الكتابة إلى تطور التجارة الإلكترونية كما تعرف على أنها مجموعة من أحرف أو أرقام أو أية إشارة أخرى تكون ذات معنى يمكن حفظها وقراءتها عند طلبها وهذا ما نصت عليه المادة 60 من القانون المدني الجزائري التعبير عن الإرادة يكون باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المتداولة . فإن للكتابة الإلكترونية مجموعة من الشروط تتمثل في:

- يجب أن تكون الكتابة مقروءة.
- بقاء الكتابة مع عدم زوالها<sup>3</sup>.

### ثانياً: التوقيع الإلكتروني

مصدره ختم، يقال ختمه ختماً و ختاماً معناه الطبع، و أول من ختم الكتب سليمان عليه السلام فقد قيل في قوله تعالى: قَالَتْ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أِنِّي الْآئِي إِلَى كِتَابٍ كَرِيمٍ <sup>4</sup>، المراد به أنه مختوم و كان النبي صلى الله عليه و سلم يستخدم الختم عندما يرسل الكتب إلى الملوك و الأمراء ثم يقوم بختمها للدلالة على صدورها منه<sup>5</sup>، و الدليل على ذلك حديث أنس بن مالك رضي الله عنه قال: لما أراد النبي صلى الله عليه و سلم أن يكتب إلى الروم قالوا إنهم لا يقرؤون كتاباً إلا مختوماً، فاتخذ النبي صلى الله عليه و سلم خاتماً من فضة نقشه محمد رسول الله، فكأنني بوبيص أو ببصيص الخاتم في

<sup>1</sup> - سورة النمل الآية 28.

<sup>2</sup> - ميكائيل رشيد علي الزبياري، العقود الإلكترونية على شبكة الأنترنت بين الشريعة و القانون، إشراف: أ.م.د عبدة عامر توفيق، أ.م.د عيسى خليل خير الله، تخصص فقه مقارن، الجامعة العراقية، سنة 1433هـ/2012م، الجزء الثالث، ص 283.

<sup>3</sup> - وفاء مراحي، الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية، رسالة ماستر، إشراف: الأستاذ رشيد بومعزة، قسم الحقوق جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، -، سنة 2017، الجزء الثاني، ب د ص

<sup>4</sup> - سورة النمل، الآية 29.

<sup>5</sup> - ميكائيل رشيد علي الزبياري، المرجع السابق، ص 284.

إصبع النبي صلى الله عليه و سلم أو في كفه<sup>1</sup>، و لكن مع مرور الزمن و العصور و التطور التكنولوجي ظهر ما يعرف بالتوقيع الإلكتروني، فهو تقنية يستطيع من خلالها الأطراف المتعاملون بنظام التبادل الإلكتروني للبيانات والرسائل الإلكترونية توثيق معاملاتهم، إذ يستخدم للتأكد من أن الرسالة قد جاءت من مصدرها دون تعرضها لأي تغيير أثناء عملية النقل بحيث يمكن للمرسل استخدام المفتاح الخاص لتوقيع الوثيقة إلكترونياً، ويتم التحقق من صحة التوقيع عن طريق استخدام المفتاح العام المناسب، إلا أن المشرع الجزائري لم يتناول تعريفاً للتوقيع الإلكتروني في القانون المدني وإنما نص عليه بشروط معينة من خلال رقم 04-15، كما نصت المادة الثالثة من نفس المرسوم على أن التوقيع الإلكتروني المؤمن هو توقيع يفي بالمطلبات التالية : يكون خاصاً بالموقع ويتم إنشاؤه بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية وأن يضمن مع الفعل المرتبط به صلة، بحيث يكون كل تعديل لاحق لهذا الفعل قابل للكشف عنه<sup>2</sup>.

إن المستهلك يحتاج إلى الحماية لأنه يعتبر الطرف الضعيف في العملية التعاقدية ولهذا وجب حمايته من ناحية المدنية والجنائية و هذا ما سنوضحه في هذا الفرع .

### الفرع الثاني: حماية المستهلك في مرحلة العقد

#### أولاً: حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد

أصبح المستهلك في ظل تزايد الإقبال على إبرام المعاملات الإلكترونية عرضة للتلاعب بمصالحة و ضمانة ومحاولة خداعه، إذا أن المهني في سبيل رغبته في تسويق منتجاته وتوزيعها قد يسعى بوسائل غير مشروعة إلى تظليل المستهلك عن طريق إيهامه بوجود مزايا غير حقيقية عن تلك السلع، المستهلك في العقد الإلكتروني لا يتمكن من معاينة الشيء المبيع كما هو الحال في التعاقد التقليدي فهو يعاين الشيء من خلال شاشة الحاسوب، ولهذا يرى البعض أنه في عقد البيع الإلكتروني إذا قام البائع بخداع المشتري عن طريق استخدام الحيل التكنولوجية في عرض المنتج فهذا يجب إبطال

<sup>1</sup> رواه أنس بن مالك، أبي عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري، و هو صحيح البخاري، طبعة مضبوطة و مصححة و مفسرة، دار ابن كثير، دمشق، بيروت، باب نقش الخاتم، كتاب اللباس، ص 1482، رقم الحديث 5872.

<sup>2</sup> مصطفى هنشور و سيمية، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، إشراف: الأستاذ بقنيش عثمان تخصص قانون العلاقات الاقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - الجزائر، سنة 2017، الجزء الثاني، ب د ص .

العقد للغش و يمكن الحد من ظاهرة الغش في التعاقد الإلكتروني من خلال تنشيط دور جهات التوثيق أو مقدم خدمة التوثيق.

### ثانيا: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

ينشأ عن البيع سواء كان تقليدياً أو عبر الإنترنت، التزامات على المهني بضمان عيوب المنتج الخفية، وهذا ما نصت عليه المبادئ القانونية الحديثة، حيث تكفلت أغلبية التشريعات بتنظيم أحكام هذا الضمان فالالتزام بضمان العيب الخفي تستلزمه طبيعة الأشياء فالمستهلك من حقه أن يتم ضمان العيوب الخفية الذي يتعاقد إلكترونياً مع المزود من أجل شراء منتج معين يفترض أنه خال من العيوب لما تعاقد من شرائه أو لما دفع فيه الثمن المسمى المشرع الجزائي لم يورد تعريفها للعيب الخفي في القانون المدني، بل تعرض لشروط العيب الخفي في الصلب المادة 379 التي تضمنت يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو الانتفاع بحسب الغاية المقصودة منه حسب ما هو مذكور بعقد البيع أم حسب ما يظهر من طبيعته أو استعماله<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: الحماية الجنائية

لقد صاحب تزايد التجارة الإلكترونية خطر الاعتداء على الأموال في مجالها مما سبب خسائر فادحة فلزم الأمر توفير حماية جنائية ومن هاته الحماية ما يلي :

#### أولاً: مدى خضوع الأموال المعنوية للنشاط الإجرامي للسرقة والنصب

تتحقق جريمة السرقة مع جريمة النصب فإن كلاً منهما ينطوي على الاعتداء على ملكية الغير إلا أن النشاط في جريمة النصب يتمثل في فعل الاحتيال الذي يؤثر على إرادة المجني عليه فيدفعه إلى تسليم المال بينما في جريمة السرقة هي الاستيلاء على المنقول بدون علم المالك أو فهي تعد من جرائم الأموال التي تسعى إلى انتزاع الملكية ويطلق عليها جرائم الإثراء لما تحققه من ثراء لذمة الجاني على حساب المجني عليه، حيث نص المشرع الجزائي على جريمة السرقة في الفصل الثالث (الجنايات

<sup>1</sup> - مصطفى هنشور وسيمة، المرجع السابق .

والجنح ضد الأموال في القسم الأول السرقات وابتزاز الأموال من المادة 350 إلى 369) من ق ع ج<sup>1</sup> وأما جريمة النصب نصها في القسم الثاني (النصب وإصدار الشيك بدون رصيد في المادتين 372 إلى 373) من نفس القانون .

### ثانياً: مدى خضوع الأموال المعنوية للنشاط الإجرامي لخيانة الأمانة والإتلاف والإخفاء

إن المشرع الجزائري نظم أحكام جريمة خيانة الأمانة في القسم الثالث (خيانة الأمانة في المواد 376 إلى 382 من قانون العقوبات الجزائري) ويمكن تعريف جريمة خيانة الأمانة بأنها استيلاء الجاني على مال منقول مملوك لآخر يحوز بناء على عقد من عقود الأمانة حيث تقع جريمة خيانة الأمانة بالاستعمال في الحالة التي يكون فيها الأمين نسخ البرامج والمعلومات لحسابه الخاص متجاوز الاتفاق الذي يربطه بصاحبها، ولا شك أن النسخ هنا يؤدي إلى استنزاف جزئي لقيمتها التجارية<sup>2</sup>.

عالج المشرع الجزائري جريمة إخفاء الأشياء المسروقة في القسم السادس (إخفاء الأشياء من المادة 387 إلى 389) من قانون العقوبات، يتمثل الركن المادي في جريمة الإخفاء في إخفاء أشياء أو أموال مسروقة ويشكل الإخفاء النشاط الإجرامي، بينما تعد الأشياء المسروقة محلاً لجريمة الإخفاء<sup>3</sup>.

وأما عن جريمة الإتلاف فنص المشرع عنها في القسم الثامن من الهدم والتخريب والأضرار التي تنتج عن تحويل اتجاه وسائل النقل في المادة 407 معدلة (كل من خرب أو أتلّف عمداً أموال الغير المنصوص عليها في المادة 396 بأية وسيلة أخرى كلياً أو جزئياً يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 500 إلى 5.000 دج دون الإخلال بتطبيق أحكام المواد من 395 إلى 404 إذا تطلب الأمر ذلك) .

### ثالثاً: الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية في إطار جرائم التزوير

إن التزوير جزء لا يتجزأ من مكونات جريمة التزوير الإلكتروني لذا لا بد من التطرق إليها :

<sup>1</sup> - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة، قانون العقوبات، سنة 2012 ص99.

<sup>2</sup> - صالح شنين، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة، إشراف: أستاذ الدكتور محمد رايس، قسم الحقوق جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان -، الجزائر، سنة 2013، الباب الثاني الجزء الأول، ص33.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص34.

التزوير: هو فعل الكذب والباطل ومنه تشبيه غير الأصل بأصله بالتهيئة والتحسين للإيهام فإن التزوير يتضمن نسخ الأقراص المدمجة على أقراص أخرى وتغيير المعلومات وأيضا البيانات واستخدامها كوسيلة للخداع، سواء تم استخدامها في ارتكاب عمل إجرامي أولا لأن تغيير الحقيقة في المحررات أو تغيير التوقعات والصور من قبيل التزوير<sup>1</sup>.

### الفرع الرابع: الطرق الوقائية

إن للجريمة الإلكترونية صدى كبير جدا في العالم، حيث أصبحت تشكل تهديد خطيرا لاقتصادها ونموها، فالجريمة الإلكترونية أصبحت أمرا مرعبا فذلك لا بد من وضع قوانين وأنظمة صارمة لردع مرتكبي الجرائم الإلكترونية :

تشفير البيانات: أن التشفير يعد من الطرق الوقائية لحماية الأموال الإلكترونية ووسائل حفظ سرية المعلومات في نطاق الأنظمة الإلكترونية، وبهدف منع الغير من النقاط الرسائل أو المعلومات، من أشهر أساليب التشفير تلك التي تتعلق بخصوصية المعلومة حيث يتم بها ردع كل متطفل من الدخول إلى موقع المالك دون تصريح، حيث أنه يخدم التجارة الإلكترونية بما فيها من رسائل سرية و عروض خدمات وحركة تبادل الأموال كي لا تكون عرضة للنهب والاستيلاء من طرف المجرمين المعلوماتيين ولكن هذا يكشف لنا جانبيين سلبيين هما :

- تمكن هؤلاء النوابغ الإلكترونية من فك شفرات المعلومات المرسلة .
- صعوبة الاستطلاع على الحركة المالية للمؤسسات الاقتصادية<sup>2</sup>.

وهذا يوضح لنا أن التشفير لعبا دورا ممتاز في العالم الافتراضي وبالتالي يمكن لشركة وطنية إعداد صفقات عبر الإنترنت باستخدام قاعدة التشفير .

للتشفير الإلكتروني صورتين هما :

<sup>1</sup> حفصي عباس، جرائم التزوير الإلكترونية – دراسة مقارنة، إشراف: أستاذ الدكتور لخضر لخضاري، قسم

العلوم الإسلامية شريعة وقانون، جامعة – أحمد بن بله – وهران ، الجزائر، سنة 2015، الجزء الثالث، ص19.

<sup>2</sup> محمد أبوبكر بن يونس، الأحكام الموضوعية والجوانب الإجرامية، الجرائم الناشئة عن استخدام الإنترنت، دار النهضة، القاهرة مصر، بد ط، سنة 2004، ص379 – 380.

(1) **التشفير كغطاء لارتكاب الجريمة:** يعد نوع من أنواع الحماية الوقائية لعدد من المعلومات المتداولة عبر الإنترنت أن جل توابع المعلوماتية يمارسون عدوانا على المواقع إما لكشف المعلومات المشفرة أو لكسر الشفرة ذاتها وهنا يجب على المشرع تدارك هذا الفرع بشأن القضايا التي يتم فيها كسر الشفرة من الدخول إلى المعلومات.

(2) **التشفير كوسيلة للحصول على أدلة:** للتشفير أهداف قد تكون ظاهرة وقد تكون خفية وقد يكون القصد من التشفير هو إخفاء الأدلة التي تمكن من الإدانة في الجريمة سواء كانت تقليدية أو تقنية ويعتبر أخطر نوع من وسائل التشفير هو الذي يرتكب للعدوان على حقوق الملكية الفكرية حيث يصعب على الجهات القضائية فك هذه الشفرات وبالتالي صعوبة الحكم بالإدانة<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث : القواعد الشرعية للعقود التجارية

تعتبر العقود التجارية التي يتم تداولها على نطاق واسع، حيث بلغ حجم تداول أكبر من ذي قبل العقود في الوقت الحاضر، وتسعى المنظمات الدولية لإدخال عقود التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، و من هنا سنتطرق لهاته العقود:

#### الفرع الأول: الشروط الشرعية لصحة العقود التجارية

وهي تلك الشروط التي لا يصح العقد بدونها، ومتى غابت بطل العقد، ويمكن أن نجمل تلك الشروط في مايلي:

(1) أن يكون البيع عن تراض من المتعاقدين، لقوله تعالى ( **إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنِ تَرَاضٍ**

**مِنْكُمْ** )<sup>2</sup>

(2) أن يكون المعقود عليه مباحا.

(3) أن يكون الثمن معلوما للمتعاقدين.

(4) أن يكون المبيع معلوما لدى المتعاقدين، والعلم به يحصل إما: برؤيته أو بوصفه بطريقة ترفع الجهالة والغرر عنه.

<sup>1</sup> محمد أبو بكر بن يونس، المرجع السابق، 387-388.

<sup>2</sup> سورة النساء، الآية 29.

5) أن يكون المعقود عليه موجودا ومقدورا على تسليمه، وذلك مارواه حماد أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: " لا تبع ماليس عندك"<sup>1</sup>

6) ألا يتعلق بعقد البيع نهى شرعي، فإن تعلق به لم يصح العقد.

فعند النظر في شرط الرضا، نجده واقعا في التجارة الإلكترونية، هو أحد الأركان الأساسية لانعقاد العقد الذي ينعقد بتوافق البائع والزبون، فنجد المشتري يتأكد من صفة السلعة وثمنها وكيفية استلامها من خلال التحدث مع البائع وذلك من خلال الوسائل الإلكترونية، ثم بعد ذلك يتم التأكيد على الشراء وكذلك كون المعقود عليه مباحا، فالسلع التي تباع في التجارة الإلكترونية، فهي كثير من الأحيان لا تتقيد بدين ولا أخلاق، ولذلك يجب على المشتري والبائع أن يتقيد بالضوابط الشرعية في تجارته الإلكترونية، حتى تكون تجارته مباحة.

وكذلك شرط العلم بالثمن وشرط العلم بالمبيع، هما شرطان من شروط صحة العقد ويمكن تحقيقهما في التجارة الإلكترونية تحقيقا يرتفع معه الجهالة والغرر<sup>2</sup>.  
وسنوضح ذلك في بعض القواعد في المعاملات.

### الفرع الثاني : في المعاملات المالية

#### أولا: القواعد المتصلة بجلب المنافع:

تحقيق المنفعة لطرفي المعاملة والذي لا يوجد فيه لا منفعة فيه حسا أو شرعا لا يجوز أن يكون محلا للمعاملات مثل السلع والخدمات المحرمة شرعا ومثالها في التجارة الإلكترونية وكذا المنتجات التي تدخل فيها مثل الصور والكتب التي تحتوي على مواد غير أخلاقية وللأسف فإن هذه المواد متاحة على الإنترنت ويتم تسليم بعضها إلكترونيا والسبيل الوحيد لإتلافها هو الجدار الناري Firewall هو برنامج يفصل بين المناطق الموثوق بها في شبكات الحاسوب، ويكون أداة مخصصة أو برنامج على جهاز الحاسوب ويعمل كأداة لإبعاد الدخلاء والمتطفلين ومنع المواد التي تحرمها الشريعة وتكون عن طريق:

<sup>1</sup> -رواه حماد، أبي بكر أحمد بن الحسين بن علي البيهقي، تحقيق محمد عبد القادر عطا، منشورات علي بيضون، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، الطبعة الثالثة، سنة 2003 م 1424هـ، الجزء الخامس، باب النهي عن بيع ماليس عندك وبيع مالا تملك، رقم الحديث 10855، ص 554.

<sup>2</sup> -نايف بن محمد المنشاوي، أحكام التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية والنظام السعودي، إشراف أ.د. عطية عبد الحليم صقر، قسم الأنظمة، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، سنة 1431-1430، ب ص .

- التراضي: بمعنى التوفر والإرادة والاختيار الكامل لطرفي المعاملة على قدم المساواة للقيام بالمعاملة من عدمه.

- المعلوماتية: إن التجارة الإلكترونية توفر المعلومات الكاملة من السلعة والثلث.

إن العدالة بين طرفي المعاملة ممثلة في توازن المنفعة وهذا أمر يتحقق في التجارة الإلكترونية.<sup>1</sup>

ثانيا: القواعد المتصلة بدرء المفساد:

تتكون هاته القواعد من :

- منع الغرر: ويقصد بها الجهالة التي تربط بالعقد حيث يكون مجهول العاقبة والتجارة الإلكترونية لا تتطوّر على غرر حيث أنه إذا كان محل المعاملة خدما تتسلم إلكترونيا فإن العملية تتم في نفس المجلس بدفع الثمن بموجب بطاقة الائتمان.<sup>2</sup>

- منع الظلم: و الذي يقع على أحد المتعاقدين بعدم حصوله على حقه مع الوفاء بالتزاماته أو حصوله على أقل مما تعاقد عليه صفة أو كمية : فهو يحدث في التجارة الإلكترونية كما يحدث في التجارة العادية .

- منع الضرر: ويقصد به النهي والامتناع عن كل معاملة يحصل فيها ضرر على أحد المتعاملين وهذا ما يعرف بالضرر الخاص أو يقع فيها ضرر على المجتمع وهذا ما يعرف بالضرر العام.<sup>3</sup>

وأخيرا يمكننا القول أنه كل ما يؤدي إلى المنازعة ويورث الكره والحقد لدى المتعاملين فهو ممنوع شرعا.

<sup>1</sup> محمد عبد الحليم عمر، التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي، الحلقة النقاشية الخامسة عشر المنعقدة بمركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، السبت 18 ذو القعدة 1420هـ، الموافق 2000/2/26م، ص 15 – 16.

<sup>2</sup> محمد عبد الحليم عمر، التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي، المرجع السابق، ص 16 – 17.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 16 – 17.

## الفرع الثالث: نظرية العقود التجارية الإلكترونية في الشريعة الإسلامية و حكم المجمع الفقهي فيها

وهذا الفرع يتضمن ما يلي :

أولاً: العقد وأركانه:

فإن العقد يقصد به هو اتفاق التراضي التام بين الطرفين، لهما الأهلية الشرعية على القيام بعمل ما أو معاملة معينة، تتمثل أركان عقد البيع في الآتي:

- **العاقدان** : هما البائع والمشتري ويصدر منهما الإيجاب والقبول .
- **صيغة العقد** : ويقصد بها العبارة التي توضح مقصد العقد مثل بعثك كذا ببلغ كذا ويقول الطرف الثاني قبلت .
- **المعقود عليه** : ويقصد به موضوع أو محل العقد ويجب أن يكون حلالاً طيباً<sup>1</sup> .

ففي كل ركن من الأركان التي ذكرناه مجموعة من الشروط وإلا يصبح العقد فاسداً، إذ يعرف عقد التجارة الإلكترونية على أنه عقد من عقود المعاملات إلا أنه يبرم من خلال الوسائل الإلكترونية بحيث يجب أن تتوافر فيه الشروط العامة منها الإيجاب والقبول والمحل والصيغة .

ثانياً: حكم المجمع الفقهي في التجارة الإلكترونية: قرر مجلس الفقه الإسلامي المنعقد في الفترة الممتدة بين 17 و 23 شعبان 1410هـ الموافق لـ 14 - 20 مارس 1990م، أنا التعاقد عن طريق الفاكس و الحاسب الآلي انعقد على وصول الإيجاب و القبول، و ينص قرار المجمع على:

**1-** إذا تم التعاقد بين غائبين لا يجمعهما مكان واحد، و لا يرَ أحدهما الآخر معاينة، و لا يسمع كلامه و كانت وسيلة الاتصال بينهما الكتابة أو الرسالة أو السفارة، و ينطبق ذلك على الفاكس و شاشات الحاسب الآلي، ففي هذه الحالة انعقد العقد عند وصول الإيجاب إلى الموجه إليه و قبوله.

<sup>1</sup> حسين شحاتة، التجارة الإلكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، ص26 - 27.

2- إذا تم التعاقد بين الطرفين في وقت واحد و هما في مكانين متباعدين، و ينطبق هذا على الهاتف و اللاسلكي، فإن التعاقد بينهما يعدّ تعاقدًا بين حاضرين، و تطبق على هذه الحالة الأحكام الأصلية المقررة لدى الفقهاء.

3- إذا صدر العارض بهذه الوسائل إيجاباً محددًا المدة يكون ملزماً بالبقاء على إيجابه خلال تلك المدة و ليس له الرجوع عنه.

4- إن القواعد السابقة لا تشمل النكاح، لاستراط الإشهاد فيه، و لا الصرف لاستراط التقابل و لا السلم لاستراط تعجيل رأس المال.

5- ما يتعلق باحتمال التزييف أو التزوير أو الغلط، يرجع فيه إلى القواعد العامة للإثبات<sup>1</sup>.

و هذا القرار إذا لم يرَ البائع المشتري و كانت الرؤية عبر شبكة الأنترنت مباحة من باب أولى.

### الفرع الثالث: التزام الضوابط الاخلاقية الشرعية في العقود الإلكترونية .

كما أن للتجارة الإلكترونية أسس قانونية إلا ولها أيضا أسس شرعية يجب على التاجر أن يتحلى بها و من تلك الأخلاق الشرعية وضوابطها ما يلي :

#### أولاً: تحريم الغش والخداع في التعامل :

لأن مبنى التعامل في الإسلام يقوم على الصدق والأمانة ولكن بعض الناس لا يراعون هذا الأمر بل يقومون بأساليب متعددة لغش الناس بقصد زيادة أموالهم، وقد بين لنا رسول الله صلى الله عليه وسلم أن فعل ذلك ليس جائزاً وذلك ما رواه أبو هريرة رضي الله عنه "أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صَبْرَةَ طَعَامٍ، فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَنَالَتْ أَصَابِعَهُ بِلَلًا فَقَالَ : مَتَى هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ ؟ قَالَ : أَصَابَتْهُ

<sup>1</sup> - ينظر: مجلة الفقه الإسلامي، الدورة السادسة لمؤتمر مجمع الفقه الإسلامي، العدد السادس، الجزء الثاني، ص

السَّمَاءَ يَارَسُولَ اللَّهِ، قَالَ : أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ، كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ، مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنِّي" وفي رواية "مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا"<sup>1</sup>.

ولقد نهانا رسول الله صلى الله عليه وسلم عن الخلابة في حديث ابن عمر إن رجلا ذكر لرسول الله صلى الله عليه وسلم أنه يخدع في البيع، فقال له رسول الله صلى الله عليه وسلم "إِذَا بَايَعْتَ، فَقُلْ: لَنَا خِلَابَةٌ وَكَانَ الرَّجُلُ إِذَا بَاعَ يَقُولُ : لَأَخْلَابَةُ"<sup>2</sup>.

ثانيا: تحريم الربا كسبب من الأسباب التجارية :

حرمت الشريعة الإسلامية الربا تحريما قاطعا بشتى صورته وأشكاله وذلك لورود أدلة كثيرة ومنها :

قوله تعالى : (وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا)<sup>3</sup>

فوجه الدلالة من الآية أن الذين يتعاملون بالربا والتي هي الزيادة في رأس المال والذي يعتبره البعض على أنه فائدة، وفي حين نحن المسلمون عندنا محرم، فالذين يأكلون الربا لا يقومون إلا كما يقوم الذي يصرعه الشيطان ولقد شبه الربا بالبيع، إنهم أجازوا بذلك لاعتراضهم على أحكام الله في شرعه لأن المشركين لا يعترفون بمشروعية أصل البيع الذي هو محل الأرباح في التجارة والشراء والبيع فإن البيع هو معوضة بين الشئيين على عكس الربا الذي هو زيادة في الأموال ومن تعامل بها فجزاؤه جهنم .

وقوله أيضا: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً)<sup>4</sup>

وجه الدلالة من الآية : بأن المولى عز وجل يأمر عباده المؤمنين أن لا يأخذوا الربا أضعافا مضاعفة ويأمرهم بتقواه ويكون جزاؤهم الفلاح .

<sup>1</sup> - رواه أبو هريرة، الإمام أبي الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري، الجامع الصحيح وهو صحيح مسلم، طبعة مصححة ومقابلة على عدة مخطوطات ونسخ معتمدة، كتاب الإيمان، باب قول النبي صلى الله عليه وسلم من غشنا فليس منا، الجزء الأول، ص 69.

<sup>2</sup> - رواه ابن عمر، الإمام أبي عبد الرحمن أحمد بن شعيب النسائي، سنن الكبرى وهو سنن النسائي، تحقيق حسن المناعم الشلبي بمساعدة مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، الجزء الخامس، كتاب البيوع، باب الخديعة في البيع، رقم الحديث 6032 ص 16.

<sup>3</sup> - سورة البقرة، الآية 279 .

<sup>4</sup> - آل عمران، الآية 130.

ثالثاً: تحريم الاحتكار كسبب من أسباب التجارة والشركة:

إن المحتكر هو الذي يحبس السلع حتى يبيعها بأسعار مرتفعة يشبع بها جشعه للمال، يشترك مع المرابي فهذه العملية الآثمة ومن الأحاديث الواردة منها حديث معمر بن عبد الله أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: **لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ<sup>1</sup>** ومعنى الخطأ في الحديث هو الخطأ الذي يؤدي بصاحبه إلى الهلاك عن طريق الطرد والإبعاد عن رحمة الله.

<sup>1</sup> - رواه معمر ابن عبد الله، الإمام أبي الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، صحيح مسلم، دار الإحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركاه، توزيع دار الكتب العلمية - بيروت - لبنان، الجزء الأول، كتاب المساقاة، باب تحريم الاحتكار في الأقوات، رقم الحديث 129، ص 1228.

رابعاً: تحريم الرشوة للمنافسة التجارية غير المشروعية:

وقد حرمت الشريعة الإسلامية القمار بكافة أنواعه وشتى صورته وأشكاله لما فيه من الكسب بلا جهد وهو ينشر العداوة والبغضاء وسوء الأخلاق بين الناس وغالبا ما تحيط به مظاهر المجون والفساد وشرب الخمر، لذا جمع الله تحريم هاته الأشياء المتلازمة في آية واحدة، حيث قال عز وجل :

(يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْهَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ

فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٢﴾<sup>1</sup>

فوجه الدلالة من الآية : هو بيان لحرمة المنافسات التجارة غير مشروعة .

خامساً: تحريم الغصب لكونه سببا من الأسباب الرباحة في التجارة:

الغصب هو الاستيلاء على مال الغير ظلما وقد اتفق الفقهاء على حرمة الغصب وأن الكسب عن طريق الغصب حرام، لا يحل أخذه وقد نصت الشريعة على حرمة الغصب فقال تعالى :

(يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿١١٠﴾<sup>2</sup>

وجه الدلالة من الآية : أن الله نهى المؤمنين عن أكل أموال بعضهم البعض بما حرم عليه من الربا والقمار وغير ذلك من الأمور التي نهى عنها إلا إذا كانت تجارة فيها تراض بين الطرفين ويكون الربح فيها حلالا .

<sup>1</sup> - سورة المائدة، الآية 90 .

<sup>2</sup> - سورة النساء، الآية 29 .

## المطلب الرابع: السلع التي يتم بيعها عبر الإنترنت وأحكامها الشرعية

## الفرع الأول: السلع التي يتم بيعها عبر الإنترنت

بداية لابد لنا من تحديد المقصود بالسلع إذ هي تلك السلع التي يمكن انتقالها إلى المشتري مباشرة بطريقة إلكترونية دون حاجة إلى شحنها مثل برامج التشغيل أو برامج الصوت والصورة أو الكتب الإلكترونية ونحو ذلك وهذا ما سنتعرف عليه في هذا المطلب .

إن السلع التي يتم بيعها عبر الإنترنت تكون :

**سلع غير مادية:** وهي عبارة عن ملفات حاسوبية إذ يمكن عن طريق الإنترنت أن يحمل المشتري هذه السلع إلى حاسوبه في لحظات قصيرة بحيث نقلها ونسخها لا يستغرق وقتاً طويلاً<sup>1</sup>.

**سلع مادية:** إن عقود البيع المبرمة عبر الإنترنت هي عقود بين متبايعين فإنه يتوجب لإتمام صفقة البيع لابد من نقل السلعة إلى المشتري حتى يتحقق التقابض وهذا الانتقال يتميز به كل بيوع السلع المادية التي تتم عبر الإنترنت فهذا يوفر الشراء عبر الإنترنت على الزبون مصاريف التنقل والعناء<sup>2</sup>.

## الفرع الثاني: أحكامها الشرعية

فإذا تحقق شرط البيان والمعرفة للثمن والمثمن وزالت الجهالة، فإنه يجوز التعاقد بيعا وشراء بواسطة الشاشة والهاتف وغيره من هذه الوسائل التي يستفاد منه، لابد أن يكون تام البعد على المفسدة والاستبداد والغرر بالمصالح واكتساب أموال الغير بغير حق فإذا أضيف شيء من هذه المحاذير لم تجز المبايعة بهذه الوسائل<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - الشيخ حمدون، عقد البيع عبر الإنترنت - دراسة تأصيلية في الشريعة الإسلامية، إشراف: أستاذ الدكتور مبروك المصري، قسم العلوم الإسلامية، جامعة أدرار، الجزائر، سنة 2015، الجزء الخامس، ص 129 .

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 132 .

<sup>3</sup> - عبد الله ابن عبد الرحمان الجبرين موقع إلكتروني حكم البيع والشراء عن طريق الإنترنت، تاريخ الاطلاع: 01-

يقول العزّ عبد السلام: للوسائل أحكام المقاصد، فالوسيلة إلى أفضل المقاصد هي أفضل الوسائل، و الوسيلة إلى أرذل المقاصد هي أرذل الوسائل، ثم تترتب الوسائل بترتب المصالح و المفسد، فمن وفقه الله بالوقوف على ترتب المصالح عرف فاضله من مفضوله، و مقدمها من مؤخرها.

ما ذكر هنا متصل بحكم الشبكة، من حيث هي وسيلة للتواصل تستخدم كوعاءٍ للتجارة الإلكترونية حيث هو الذي يتحكم فيها، و ذلك بمعرفة المصالح و المفسد<sup>1</sup>.

يقول الإمام القرافي المالكي: و حكم الوسائل حكم ما أفضت إليه من تحريم و تحليل، غير أنها أخفض رتبة من المقاصد في حكمها، و الوسيلة إلى أفضل المقاصد أفضل الوسائل، و إلى أقبح المقاصد أقبح الوسائل، و إلى ما يتوسط متوسط، فالمقاصد هي المتضمنة للمصالح و المفسد، و هي الطرق المفضية إليها، فالإسلام مع كل وسيلة جديدة تحقق اليسر و السهولة في التعامل، فكل ما يحقق المنفعة لطرفي المعاملة يأمر بها الإسلام و يحثّ عليها<sup>2</sup>.

### المطلب الخامس : التكيف الفقهي للتجارة الإلكترونية

إن التجارة في الإسلام لها من أهمية بمكان في حياة الناس وعلى هذا أساس تجد جل الأسئلة والفتاوى تنصب حولها خاصة ما استجد منها ولعل التجارة الإلكترونية من أهم المواضيع والقضايا التي تحتاج الى تكيف فقهي وبيان مسائلها لعامة الناس

إن الشريعة سبقت الأنظمة في اهتمامها بالمعاملات التجارية و حمايتها من كل أنواع الكذب والغش، وأوجبت عليه السلامة في التعامل التجاري حتى يسترزق من مال حلال فهذه قواعد شرعية ينبغي أن يتحلى بها التاجر، ولا بد عليه أيضا أن يتحلى بالأخلاق الحميدة الصادرة من العقيدة الإسلامية، فهي تبين واجبات كل من يتعامل بالتجارة الإلكترونية على أن يترك الشبهات والإعلانات الكاذبة، كما تجلت صور حماية الشريعة الإسلامية للمعاملات الإلكترونية إقامة عقوبة حد السرقة بشرروطها أو التعزير لمن يرتكب اختلاس الأموال بالطريقة الإلكترونية أو تزوير التوقيع الإلكتروني

<sup>1</sup> - عدنان بن جمعان بن محمد الزهراني، أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، ب د، ب ط، ب س، ص 80.

<sup>2</sup> - عبد الحق حميش، حماية المستهلك الإلكتروني، مؤتمر الأعمال بين الشريعة و القانون، 09-11 ربيع الأول

1424هـ/10-12 ماي 2003م، غرفة التجارة و الصناعة، دبي، المجلد الثالث، ص 1278.

وغيره من هذه الأفعال غير الأخلاقية، فكل هذا محرم في الشريعة ومن تعدى الحدود و مرتكبها له العقاب الشرعي<sup>1</sup>.

فالبيع التجاري الإلكتروني له صور عديدة إما أن يختار السلعة على الموقع الإلكتروني المعروف، وبعد الموافقة يدفع ثمنها وتشحن السلعة للمشتري، ومن ثم تحميلها على جهاز المشتري، أو تكون عن طريق التوقيع الإلكتروني بواسطة الإلتئمان التجاري، والتكيف الفقهي لهذا النوع من البيوع المعبر عنه بالبيع التجاري الإلكتروني فإنه من خلال هذه النازلة تتبين القاعدة الفقهية لها ومثال ذلك:

### الفرع الاول :التكيف الفقهي لوكالات الشحن

وأما الحديث عن شحن السلع وعن شركات له أهمية من الناحية الشرعية، وذلك لما روى أبو هريرة قال: "نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيعتين في بيعة"<sup>2</sup>، والمقصود بالنهي عن بيعتين في بيعة وذلك لوجود الترابط بين عقد بيع السلعة وعقد شحنها، إن شركات الشحن تقوم بتولي استلام السلعة بدلا من المشتري وحملها عنه وتوصيلها إلى الوجهة المطلوبة، مقابل أجر معلوم، وهذا المتداول في التجارة الإلكترونية، فيتضح أن هذه الشركات هي وكيلة بأجروذلك لأن المشتري هو الذي يعطي الأمر بالموافقة على الصفقة، وكذلك هو الذي يدفع تكاليف الشحن، حين نطالع في عقد من عقود الشحن لشركة DHL نجد أن من بنودها ما ينص على أنه يجوز لشركة DHL تأدية الأنشطة نيابة عن الشاحن: وذكر منها: إكمال أي مستندات... دفع الضرائب..الخ مايدل على أنها تعمل كوكيل عن المشتري، فهي تسمى في جميع أنحاء العالم بوكالات الشحن، ويظهر قبول تلك الشركة بالشحن بمجرد ذكر قيمة شحن السلعة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - أحمد مداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، إشراف الدكتور صالح بوبشيش، قسم الشريعة، جامعة الحاج لخضر، باتنة الجزائر، سنة 2006، الجزء الثالث، ص 197 - 198 .

<sup>2</sup> -رواه أبو هريرة،، الإمام أبي عبد الرحمان أحمد بن شعيب النسائي، سنن الكبرى وهو سنن النسائي، تحقيق حسن المناعم الشلبي بمساعدة مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة ، الجزء السادس ، كتاب البيوع ، باب بيعتان في بيعة، رقم الحديث 6183، ص 67.

<sup>3</sup> - نايف بن محمد الشاوي، المرجع السابق.

## الفرع الثاني : التأمين

إن السلع تحتاج إلى تأمين وهي تلك التي يتداولها عن طريق التجارة الإلكترونية، وذلك لتباعد المسافات بين أطراف العلاقة وتعرض السلعة لمخاطر الهلاك أو التلف ونحو ذلك.

إن المجمع الفقهي الإسلامي قد نظر موضوع التأمين بأنواعه المختلفة بعدما اطلع أيضاً على كثير مما كتبه العلماء في المملكة العربية السعودية في دورته العاشرة المنعقدة بمدينة الرياض بتاريخ 4 أبريل 1397هـ من التحريم للتأمين بأنواعه.

وبعد الدراسة الوافية وتداول الرأي في ذلك قرر مجلس المجمع بالإجماع الموافقة على قرار مجلس هيئة كبار العلماء من جواز التأمين التعاوني بدلاً من التأمين التجاري المحرم والمنوه وذلك للأدلة التالية:

- (1) أن التأمين التعاوني من عقود التبرع التي يقصد بها أصالة التعاون على تفتيت الأخطار والاشتراك في تحمل المسؤولية....
- (2) خلو التأمين التعاوني من الربا بنوعيه ربا الفضل و ربا النسيئة.
- (3) إنه لا يضر جهل المساهمين في التأمين التعاوني لا يستغلون ما جمع من الأقساط في معاملات ربوية، بخلاف التأمين التجاري فإنه عقد معوضة مالية تجارية<sup>1</sup>.

فمن هذا يتبين لنا أن الشريعة حمايتها للتجارة بصفة عامة تكون بالكسب الحلال والابتعاد عن الحرام وهذا ما ميزها عن غيرها من الأنظمة الأخرى إذ هناك بعض السلع والخدمات والمنافع المعتبرة في الاقتصاد لا أساس لها في الإسلام لمخالفتها القواعد الأساسية في الشريعة الإسلامية لذا حرصت الشريعة الإسلامية على حماية المستهلك من المنتج والتاجر من خلال ضوابط قد بينتها لنا.

<sup>1</sup> - مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، مجلة نصف سنوية تصدرها المجمع الفقهي الإسلامي برابطة العالم الإسلامي ، السنة الرابعة، العدد السادس، الطبعة الثانية 1426هـ 2005م، ص 270.



# خاتمة



الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله خير البشر وعلى آله وصحبه أجمعين أما بعد فقد كان هذا موضوعنا الذي تناولناه بالدراسة والبحث ، آمليين أن نكون قد قدمنا لطلبة العلم والباحثين ثمرة ماذكرناه ، وما وفقنا إليه في إبراز حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، إليكم أهم النتائج المستخلصة من هاته الورقة العلمية ونتمنى لطلبة العلم والباحثين أن يستفيدوا منها ويوفقو فيها :

- 1 دراسة وتحليل سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه تعتبر واحدة من بين أهم الأنشطة التي أفرزتها تطورات الحياة بسبب المنافسة وتنوع المنتجات المعروضة في السوق .
  - 2 تعدد وتغير حاجات المستهلك ورغباته مما جعل يفرض على المؤسسة ضرورة التمييز في منتجاتها سواء من حيث الجودة أو السعر ، وهذا ما يضمن للمستهلك الإشباع والرضا والمؤسسات المنتجة البقاء والإستمرار .
  - 3 ارتباط حماية المستهلك بحقوق المستهلك يساعد المستهلكين على إتخاذ قرارات صحيحة .
  - 4 يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الإلكترونية وانتشارها لتكنولوجيا الإعلام والاتصال كأهم عنصر من عناصر الإنتاج .
  - 5 تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الإلكترونية، وتغييا شبه كامل لهذا المصطلح ، ويعود سبب هذا إلى جملة من المعوقات التي تشكل عاجزا أمام انتشار التجارة الإلكترونية.
- التوصيات

- العمل على سرعة تطوير بنية الاتصالات التحتية الخاصة بالتجارة الإلكترونية
  - تحسيس الباحثين في مجال الشريعة إلى أهمية هذا النوع من المعاملات وذلك من أجل إثراء ودعمه بمبادئ المعاملات تماشيا مع مقاصد الشريعة
  - 6 بالرغم من تأخر الجزائر في اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الإلكترونية ، إلا أن هناك مؤشرات للإمكانية وتحسين الإقتصاد .
  - 7 الدعوة إلى مزيد من الدراسات المتعلقة بأحكام التعاملات عبر الإنترنت ذلك أن هذه التعاملات قد ازدادت مع انتشار شبكة الإنترنت، ولأن المسلم أصبح مضطرا للتعامل بها في حياته .
- في الأخير نسأل الله عز وجل أن وفقنا لإتمام هذه المذكرة فما كان من صواب فمن الله وحده وما كان من خطأ أو تقصير فمننا ومن الشيطان . وصلى الله على سيدنا محمد في الأولين والآخرين



# فهارس عامة



فهرس الآيات

الرقم	طرف الآية	رقم الآية	اسم السورة	الصفحة
01	وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا	275	البقرة	76
02	يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ	282	البقرة	43
03	يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا	130	ءال عمران	76
04	(يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ	29	النساء	43
05	إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً	29	النساء	71
06	(يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ	29	النساء	77
07	يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحُمْرُ	90	المائدة	22
08	يَبْنِي ءَادَمَ	31	الأعراف	22
09	وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْفُرَيْ	96	الأعراف	23
10	الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ	157	الأعراف	22
11	إِذْ هَبَّ بِكِتَابِ	28	النمل	66
12	فَالْتَّ يَأْتِيهَا الْمَلَأُ	29	النمل	66

فهرس الأحاديث

الرقم	طرف الحديث	الراوي الأعلى	الصفحة
1	أن رسول الله مر على صبرة	أبو هريرة	75
2	إذا بايعت فقل.....	بن عمر	75
3	البيعان بالخيار...	بن عمر	33
4	فاتخذ النبي.....	أنس بن مالك	67
5	لا تبع ماليس عندك	حماد	72
6	لا يحتكر إلا خاطئ	معمر بن عبد الله	76
7	كان القوم يتبايعون...	قتادة	44
8	نهى رسول الله عن بيعتان.....	أبو هريرة	80

فهرس المختصرات

المعنى	قائمة المختصرات
التحقيق	تح
بدون دار النشر	ب د ن
دون بلد	د ب
شرح مصطلحات	*
السنة الهجرية	هـ
السنة الميلادية	م
الطبعة	ط
الصفحة	ص
دون تاريخ	د - ت
دون سنة نشر	د س ن
من صفحة إلى صفحة	ص - ص



## قائمة

# المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع:

القرءان الكريم برواية ورش عن نافع

1. ابن القيم الجوزية، مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية أهل العلم والإرادة، الطبعة الأولى 1416-1996، دار بن عفان، الجزء الثاني.
2. ابن منظور، لسان العرب، بد ن، بد ب، طبعة جديدة محققة ومشكولة شكلا ، بد س ن، المجلد الثاني.
3. أبو القاسم جار الله محمود بن عمر أحمد الزمخشري، أساس البلاغة، تح: محمد باسل عيون السود، منشورات محمد علي بيضون، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان ، بد ط، الجزء الأول.
4. أبو عثمان سعيد بن محمد المعارفي السرقطي، كتاب الأفعال، تح: حسين محمد شرف، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، جامعة القاهرة، مصر، سنة 1395هـ - 1975 م، الجزء الأول.
5. أبو عثمان سعيد بن محمد المعارفي السرقطي، كتاب الأفعال، تحقيق حسين محمد شرف، جامعة القاهرة : الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، الجزء الأول، ب ط.
6. أحمد السيد كردي، حماية المستهلك الإلكتروني .
7. أحمد رشاد الهواري، التطور القانوني والشرعي للحق، مركز الإعلام الأمني، الجزء الأول، سنة 2011 .
8. أحمد مداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، إشراف الدكتور صالح بوبشيش، قسم الشريعة، جامعة الحاج لخضر، باتنة الجزائر، سنة 2006، الجزء الثالث.
9. أكرم محمد حسين، ملاحظات في قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1، كلية بغداد، العراق، سنة 2010.
10. إمدالو سهام، لحسن ليلي، حماية المستهلك الإلكتروني، إشراف: الأستاذ بهلولي فاتح، فرع القانون الاقتصادي للأعمال جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، سنة 2013، الجزء الثاني.
11. بغدير سامية، العربي هاجر، الخطر المدرك لسلوك المستهلك، دراسة ميدانية، إشراف: الأستاذ مولوج كمال، قسم العلوم التجارية، جامعة الدكتور يحي فارس، المدينة، الجزائر، الجزء الأول، سنة 2010.
12. بن قوية مختار، دور العلامة في حماية المستهلك، دراسة مقارنة، إشراف: الأستاذ الدكتور بن الزين محمد الأمين، قسم الحقوق الجزء الأول، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، سنة 2017.
13. بن وارث حكيمة، دور أهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة ، الإشارة للعالم العربي، إشراف: الدكتور بوعشة مبارك، قسم العلوم الاقتصادية ، المركز الجمعي العربي بن مهدي، أم البواقي، الجزائر، سنة 2008، الجزء الثالث.

14. بن يطو آمال، حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، إشراف: الأستاذ قويدري مصطفى، قسم الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، الجزء الأول، سنة 2010.
15. بودري شريف، معزوز لقمان، تحديات حقوق الملكية الفكرية بشأن المعاملات الدولية في ظل التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة يومي 13.14 ديسمبر 2011، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر.
16. بوراس نوال، عليان أسماء، التسويق والإعلان وأثرهما على المستهلك، إشراف: الأستاذ فودو محمد، قسم العوم التجارية كلية العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، سنة 2010، الجزء الثالث.
17. حسين شحاتة، التجارة الإلكترونية في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية.
18. حسين شحاتة، مشروع حضاري إسلامي لحماية المستهلك، محاضرة، جامعة الأزهر.
19. حفصي عباس، جرائم التزوير الإلكترونية، دراسة مقارنة، إشراف: أستاذ الدكتور لخضر لخضاري، قسم العلوم الإسلامية شريعة وقانون، جامعة، أحمد بن بله، وهران، الجزائر، سنة 2015، الجزء الثالث.
20. حفيف فوزية، حفيفي صليحة، التجارة الإلكترونية في الدول العربية، تحديات الواقع وآفاق المستقبل، الملتقى الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية،
21. حمورابي، الحماية السبب الأساسي في انعدام الحماية هو الأحزاب السياسية، مؤتمر الأمم المتحدة عن حماية الأقليات، قاعة الأمم في جنيف، 25 تشرين الثاني 2014.
22. حمورابي، الحماية السبب الأساسي في انعدام الحماية هو الأحزاب السياسية، مؤتمر الأمم المتحدة عن حماية الأقليات، قاعة الأمم في جنيف، 25 تشرين الثاني 2014.
23. خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد 2017/12، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
24. خالد بن عبد الرحمان الجريسي، سلوك المستهلك، دراسة تحليلية للقدرات الشرائية للأسرة السعودية، ب د ن، ب د س ن.
25. خالد بن محمود بن عبد العزيز الجهني، التجارة الإلكترونية في ميزان الشريعة الإسلامية، راجعه: سماحة الشيخ وحيد بن عبد السلام بالي، ب ن، ب س.
26. رامي زكرياء مرتجي، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الفلسطيني، دراسة مقارنة بالشريعة الإسلامية، إشراف: الدكتور تيسير كامل إبراهيم، الدكتور حمدان الشاعر، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، سنة 2017، الجزء الأول.

27. ريم خلد مطاحن، مدى قدرة مدققي الحسابات الخارجيين على تدقيق حسابات الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية، إشراف: الدكتور طاهر شاهر القشي، جامعة الاوسط، تموز 2009.
28. رئيس المنتدى عز الدين، حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، مجموعة أعمال المنتدى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي المنظم من قبل معهد العلوم القانونية والإدارية، المركزي الجامعي بالوادي يومي 07 ، 08 جمادى الأولى 1429هـ، الموافق ل 13 ، 14 أفريل 2008 م.
29. زياد خلف عليوي الجوالي، الحماية المدنية للمستهلك في عقد الأذعان، دراسة تحليلية، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، 12 أيلول سنة 2013 ،المجلد الثاني.
30. زيدان بدر الدور، واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية دراسة حالة: الجزائر - مصر، إشراف: الأستاذة جودي حنان، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، سنة 2013.
31. سحقي نعيمة، الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص والتحديات ، دراسة حالة الجزائر، إشراف: الأستاذ بصيري محفوظ، قسم العلوم التجارية، جامعة أكلي محند ولحاج، البويرة، الجزائر، سنة 2015 ، الجزء الثالث.
32. سعوداوي صديق، رحال سمير، متطلبات وعوائق التجارة الإلكترونية في البلدان النامية، المنتدى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية ،
33. سلمان عز الرازق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، إشراف ماهر محمد حامد الحولي.
34. سمية دميث، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، إشراف: الدكتور محمد الطاهر درويش، قسم العلوم الاقتصادية جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، سنة 2011، الجزء الأول.
35. سمية دميث، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، إشراف: الأستاذ محمد الطاهر درويش، قسم العلوم التجارية، جامعة منوري قسنطينة، الجزائر، سنة 2011 ، الجزء الثالث.
36. الشيخ حمدون، عقد البيع عبر الإنترنت ، دراسة تأصيلية في الشريعة الإسلامية، إشراف: أستاذ الدكتور مبروك المصري، قسم العلوم الإسلامية، جامعة أدرار، الجزائر، سنة 2015، الجزء الخامس.
37. صارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية دراسة حالة الجزائر، إشراف: الأستاذ نذير غانية، قسم العلوم التجارية ، جامعة الشهيد لخضر، باتنة، الجزائر، سنة 2015، الجزء الأول.

38. صالح شنين، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية ، دراسة مقارنة، إشراف: أستاذ الدكتور محمد رايس، قسم الحقوق جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، الجزائر، سنة 2013، الباب الثاني الجزء الأول.
39. صراع كريمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، إشراف: أستاذ الدكتور كربالي بغداد، قسم علوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر سنة 2014 الفصل الأول.
40. صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، إشراف: الأستاذ الدكتور كربالي بغداد، قسم العلوم التجارية، جامعة وهران الجزائر، سنة 2014، الجزء الأول.
41. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم : 09 / 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إشراف: الأستاذ الدكتور طاشور عبد الحفيظ، جامعة قسنطينة، الجزائر، سنة 2014، الجزء الثاني.
42. عبد الحق حميش، حماية المستهلك الإلكتروني، مؤتمر الأعمال بين الشريعة و القانون، 09-11 ربيع الأول 1424هـ/10-12 ماي 2003م، غرفة التجارة و الصناعة، دبي، المجلد الثالث.
43. عبد العظيم عبد الواحد الشكري، ميامي ضلال صاحب، التجارة الإلكترونية العربية وأبعادها الاقتصادية الواقع والتحديات، قسم الاقتصاد جامعة القدسية.
44. عبد الله عبد الكريم عبد الله، فانت حسين حوى، حماية المستهلك في بعض التشريعات العربية بين الواقع والتطبيق القانون اللبناني نموذجاً، دراسة بحثية مقدمة إلى الندوة العلمية، جامعة الدول العربية، بيروت، لبنان، 2 ، 4 حزيران /يونيو 2014.
45. عدنان بن جمعان بن محمد الزهراني، أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، ب د، ب ط، ب س.
46. علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة العربية البنينية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، تجارب دولية.
47. علي فلاق، محمد بولصنام، أثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية.
48. العني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، إشراف: الدكتور مرداوي كمال، علوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، سنة 2007، الجزء الثاني.
49. فاطمة زهرة بومعزة، الحماية الدولية للاجئين، إشراف: الدكتور: فيصل نسيغة ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، الجزء الأول سنة 2016.
50. فلاق شبرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، إشراف الأستاذ بن زيدان الحاج، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، سنة 2018، الجزء الأول.

51. كمال رزيق، فطوم معمر، بدر الدين طالبي ، التجارة الإلكترونية كمحرك للاقتصاد الافتراضي، الملتقى الدولي الخامس حول: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية.
52. كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة سعد حلب، البلدة الجزائرية.
53. مجد الدين محمد بن يعقوب فيروز الآبادي، قاموس المحيط، تح: مكتب التراث في مؤسسة الرسالة، ب د ن، ب د ب، طبعة فنية منقحة مفهرسة، ب د س ن.
54. مجلة المجمع الفقهي الإسلامي، مجلة نصف سنوية تصدرها المجمع الفقهي الإسلامي برابطة العالم الإسلامي ، السنة الرابعة، العدد السادس، الطبعة الثانية 1426هـ 2005 م.
55. محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية ، مع الإشارة إلى حالة الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتمادها في الجزائر ، عرضا تجارب دولية ،
56. محمد أبوبكر بن يونس، الأحكام الموضوعية والجوانب الإجرامية، الجرائم الناشئة عن استخدام الإنترنت، دار النهضة، القاهرة مصر، بد ط، سنة 2004.
57. محمد أحمد المعداوي، المدخل للعلوم القانونية ، نظرية الحق، جامعة بنها.
58. محمد بن بوزيان، عائشة بلحشر، التجارة الإلكترونية في الجزائر الفرص والتحديات، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر.
59. محمد خلف بني سلامة، حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية، جامعة العلوم الإسلامية، الأردن.
60. محمد عبد الحليم عمر، التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي، الحلقة النقاشية الخامسة عشر المنعقدة بمركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، السبت 18 ذو القعدة 1420هـ، الموافق 2000/2/26م.
61. محمد منصور ربيع المدخلي، أخلاقيات التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، ب د ب، ب د س، ب ص.
62. مراد ريس، عبد الهادي مسعودي، عوائق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي والإسلامي، الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية.
63. مسكين حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور والواقع، إشراف: الأستاذ الدكتور بن أحمد الحاج، قسم الحقوق جامعة الدكتور الطاهر مولاي، سعيدة، الجزائر، سنة 2016، الجزء الثاني.
64. مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، إشراف: الأستاذ بقنيش عثمان تخصص قانون العلاقات الاقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، الجزائر، سنة 2017، الجزء الثاني.

65. معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك ، دراسة مقارنة، إشراف: الدكتور عباس طاهر، قسم القانون، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، سنة 2017، الجزء الثاني.
66. ميكائيل رشيد علي الزيباري، العقود الإلكترونية على شبكة الأنترنت بين الشريعة و القانون، إشراف: أ.م.د عبدة عامر توفيق، أ.م.د عيسى خليل خير الله، تخصص فقه مقارن، الجامعة العراقية، سنة 1433هـ/2012 م، الجزء الثالث.
67. نايف بن محمد المنشاوي، أحكام التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية والنظام السعودي، إشراف أ.د عطية عبد الحليم صقر، قسم الأنظمة، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، سنة 1431-1430.
68. نظام الحسبة في الدولة الإسلامية، محمد إبراهيم الجنابي جامعة تكريت، كلية التربية، قسم التاريخ، مقال حكم مجلة جامعة للعلوم، المجلد 20 العدد3 آذار .
69. هجيرة التومي، تطبيقات التجارة الإلكترونية في مجال المعاملات التجارية في الجزائر، دراسة في إطار القانون 05/18المتعلق بالتجارة الإلكترونية .
70. وفاء مراحي، الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية، إشراف: الأستاذ رشيد بومعزة، قسم العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، سنة 2017، الجزء الأول.
71. وفاء مراحي، الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية، رسالة ماستر، إشراف: الأستاذ رشيد بومعزة، قسم الحقوق جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، سنة 2017، الجزء الثاني.
72. وكال نور الدين، تأثير الاتصال التسويقي على سلوك المستهلك ، دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للسباكة، إشراف: الأستاذ الدكتور رقيق أسعد إدريس، قسم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، سنة 2011، الجزء الأول.
73. مجلة الفقه الإسلامي، الدورة السادسة لمؤتمر مجمع الفقه الإسلامي، العدد السادس، الجزء الثاني.
- القوانين والجرائد الرسمية**
74. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية /العدد30/28شعبان عام 1439هـ 16 مايو سنة 2018م
75. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 15، 11ربيع الأول 1430 ، 8 مارس 2006.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة، قانون العقوبات، سنة 2012.
76. قانون رقم 18 ، 05، مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ الموافق 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية .
77. قانون حماية المستهلك، رقم 2، عام 2008 .

78. قانون 09 ، 03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، جريدة رسمية رقم 12، المؤرخة في 08 مارس 2009.

المواقع الإلكترونية

79. <https://weziwezi.com/> تاريخ الاطلاع: 19:05 / 2019-03-08

80. <https://weziwezi.com/> تاريخ الاطلاع: 19:05 / 2019-03-08

81. تاريخ الاطلاع: 05:00، 2019-03-15، [www.dcommerce.msila.dz](http://www.dcommerce.msila.dz)

82. عبد الله ابن عبد الرحمان الجبرين موقع إلكتروني حكم البيع والشراء عن طريق الإنترنت، تاريخ الاطلاع: 02:16، 2019-06-01. <https://arislamay.net/fatwa>.

83. موقع إلكتروني، جمعية حماية المستهلك، <https://lcommerce.gov.dz>، تاريخ الاطلاع: 16:30، 2019-03-20.

84. موقع إلكتروني، جمعية حماية المستهلك، <https://lcommerce.gov.dz> ، تاريخ الاطلاع: 16:30، 2019-03-20.

85. منشورات الشهاب: <https://ar.wikipedia.org/wiki> ، 19:29، 2019، 30 مايو

86. مجد خضر، مفهوم الحماية، موقع إلكتروني (موسوعة وزى وزى) [wezi.com](http://wezi.com) ، يوم 16 فبراير 2016، الساعة 9:18

مجد خضر، مفهوم الحماية، موقع إلكتروني (موسوعة وزى وزى) [wezi.com](http://wezi.com) ، يوم 16 فبراير 2016، الساعة 9:18



# فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

إهداء

كلمة شكر

مقدمة.....أ

الفصل الأول: حماية المستهلك

تمهيد ..... 7

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية لحماية المستهلك ..... 8

المطلب الأول : تعريف الحماية وأنواعها..... 8

الفرع الأول: تعريف الحماية ..... 8

الفرع الثاني: أنواع الحماية للمستهلك ..... 10

المطلب الثاني : التعريف بالمستهلك ..... 13

الفرع الأول : تعريفه لغة واصطلاحا ..... 13

الفرع الثاني : المستهلك في الشريعة الإسلامية ..... 14

الفرع الثالث : المستهلك في الاقتصاد والقانون ..... 15

الفرع الرابع: التعريف التشريعي للمستهلك ..... 15

المطلب الثالث : تعريف سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه..... 17

الفرع الأول : تعريف سلوك المستهلك..... 17

الفرع الثاني : العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك ..... 18

المبحث الثاني: حماية المستهلك ..... 21

المطلب الأول: دور حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية..... 21

الفرع الأول:حماية المستهلك ..... 22

الفرع الثاني: نظام الحسبة..... 23

24	المطلب الثاني: دور المؤسسات الوطنية في حماية المستهلك
26	المطلب الثالث: دور الجمعيات في حماية المستهلك
28	المطلب الرابع : حماية المستهلك على المستوى الدولي
29	المبحث الثالث: حقوق المستهلك
29	المطلب الأول: تعريف الحق
29	الفرع الأول :تعريف الحق لغة واصطلاحا
30	المطلب الثاني: حقوق المستهلك
30	الفرع الأول: اليوم العالمي للمستهلك
32	الفرع الثاني : الحماية القانونية للمستهلك
32	الفرع الثالث: حق المستهلك في الخيار
33	المطلب الثالث: حقوق المستهلك في القانون الجزائري

## الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية

36	تمهيد
37	المبحث الأول: مفاهيم وأساسيات التجارة الإلكترونية
37	المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية ومفهومها
37	الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية
38	الفرع الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية
40	الفرع الثالث: مفهوم التجارة الإلكترونية من منظور المنظمات العالمية
42	الفرع الرابع: أدلة مشروعية التجارة الإلكترونية
43	المطلب الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية وأهميتها
43	الفرع الأول : أشكال التجارة الإلكترونية
45	الفرع الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية

47	المطلب الثالث: مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية.....
48	الفرع الأول: مزايا التجارة الإلكترونية.....
49	الفرع الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية.....
50	المطلب الرابع: الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.....
51	المطلب الخامس: مراحل التجارة الإلكترونية.....
53	المبحث الثاني : واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.....
53	المطلب الأول : البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر.....
53	الفرع الأول: شبكة الإنترنت.....
53	الفرع الثاني: أجهزة الحاسوب.....
54	الفرع الثالث: الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة.....
54	المطلب الثاني : التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري.....
54	الفرع الأول: الإثبات الإلكتروني:.....
55	الفرع الثاني: التوقيع الإلكتروني.....
55	الفرع الثالث:العقد التجاري الإلكتروني:.....
56	الفرع الرابع: المورد الإلكتروني :.....
56	الفرع الخامس: الجرائم والعقوبات.....
57	المطلب الثالث : فوائد اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر و استفادة الاقتصاد الجزائري منها ..
57	الفرع الأول: فوائد التجارة الإلكترونية.....
58	الفرع الثاني : استفادة الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده التجارة الإلكترونية.....
59	المطلب الرابع : بعض مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.....
59	الفرع الأول: سوق واد كنيس Ouedkniss.com:.....
59	الفرع الثاني: موقع أشريللي Echriily.com:.....

60	الفرع الثالث: موقع بيت الجزائر www.dzmaison.com
60	الفرع الرابع: سوق الجزائر www.dzdoq.com
61	الفرع الخامس: دار الشهاب
61	المطلب الخامس: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر
62	المبحث الثالث: الحماية القانونية و الشرعية للمستهلك في العقود الإلكترونية
63	المطلب الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني ومبررات حمايته
63	الفرع الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني
63	الفرع الثاني : مبررات المستهلك الإلكتروني
64	المطلب الثاني : وسائل الحماية للتجارة الإلكترونية وكيفية الوقاية منها
65	الفرع الأول: عناصر الحماية للتجارة الإلكترونية
66	الفرع الثاني: حماية المستهلك في مرحلة العقد
67	الفرع الثالث: الحماية الجنائية
69	الفرع الرابع: الطرق الوقائية
70	المطلب الثالث : القواعد الشرعية للعقود التجارية
70	الفرع الأول: الشروط الشرعية لصحة العقود التجارية
71	الفرع الثاني : في المعاملات المالية
73	الفرع الثالث: نظرية العقود التجارية الإلكترونية في الشريعة الإسلامية و حكم المجمع الفقهي فيها .
74	الفرع الثالث: التزام الضوابط الأخلاقية الشرعية في العقود الإلكترونية .
78	المطلب الرابع: السلع التي يتم بيعها عبر الإنترنت وأحكامها الشرعية
78	الفرع الأول: السلع التي يتم بيعها عبر الإنترنت
78	الفرع الثاني: أحكامها الشرعية
79	المطلب الخامس : التكيف الفقهي للتجارة الإلكترونية

80	الفرع الاول :التكليف الفقهي لوكالات الشحن .....
81	الفرع الثاني : التامين .....
82	خاتمة .....
84	فهارس عامة .....
85	فهرس الآيات .....
86	فهرس الأحاديث .....
87	فهرس المختصرات .....
89	قائمة المصادر والمراجع: .....
97	فهرس المحتويات .....
102	الملخص: .....

## المخلص:

عنوان المذكرة : حماية المستهلك بين الشريعة والقانون التجارة الالكترونية أنموذجا

يعتبر المستهلك الإلكتروني ركنا أساسيا في العملية الاقتصادية بمجملها، وقد سعت الشريعة الإسلامية والتشريعات المعاصرة لتوفير كافة أنواع الحماية لهذا المستهلك، فقد وفرت الشريعة الإسلامية والتشريعة المقارنة الحماية المدنية والجزائية للمستهلك في خلال تعاملاته الإستهلاكية

ولقد غيرت الانترنت عالم التجارة والاعمال ، ساهمت في تحقيق الانتشار الفعلي للتجارة الالكترونية فحسب التقارير الاحصائية فإن نموا كبيرا قد تحقق في سوق خدمات الانترنت الاتجاه نحو التجارة الالكترونية وهذا ناتج عن التطور السريع لمواقع التجارة الالكترونية .

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه

## Summary

The note consists of: Introduction, two chapters, a conclusion, and indexes

The electronic consumer is considered an essential pillar in the economic process as a whole, and Islamic law and contemporary legislation have sought to provide all kinds of protection for this consumer, Islamic law and comparative law provided civil and criminal protection to the consumer during his consumer transactions

The Internet has changed the world of commerce and business, contributing to the actual spread of electronic commerce only statistical reports, a significant growth has been achieved in the Internet services market trend towards electronic commerce and this is the result of the rapid development of e-commerce sites.

And our last prayer is that the Praise be to Allah, the Lord of the Worlds, and the prayer and peace be upon the Messenger of Allah, his family and companions, and those who follow him.

**University Amar Telidji Laghouat**

**Faculty of human sciences, Islamic sciences and civilization**



**Field of Islamic sciences**

**Section: bases of jurisprudence (fiqh)**

**Subject:**

**The consumer's protection between jurisprudence and civil law**

**(Online commerce model)**

Dissertation to gain the master's degree in Islamic sciences

Speciality: comparative jurisprudence and its origins

**Prepared by :**

Hassnah BEN KACHWA

Aicha YAHYAOUI

**supervised by :**

Mr. Alazhari Demana

College year :1439-1440/ 2018 -2019