

الأطر القانونية والتنظيمية لحماية المستهلك في ظل التقنيات الحديثة والمتسارعة للتجارة الإلكترونية في الجزائر

Legal and regulatory frameworks for consumer protection in light of modern and accelerating e-commerce technologies in Algeria.

فاتح شعبان¹، ميمون خيرة²

¹ محبر القانون الخاص المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة حسبية بن بوعلي الشلف (الجزائر)، m.chabane@univ-chlef.dz

² جامعة حسبية بن بوعلي الشلف (الجزائر)، k.mimoun@univ-chlef.dz

تاريخ النشر: 2025/06/01

تاريخ القبول: 2025/05/27

تاريخ الإرسال: 2025/04/26

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على الدور البارز الذي تلعبه التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية للدول، وذلك من خلال خلق جو من المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة في عالم التجارة الرقمية، حيث مكنت هذه الأخيرة من تقليص المسافة بين الدول وإزالة الحواجز الجمركية بتبادل السلع والخدمات، مع توفير مناصب شغل جديدة من قبل الشركات الإلكترونية، ومنح للمستهلك الإلكتروني خيارات متنوعة بأسعارها وجودتها مما سهل عليه عملية اقتناء المستلزمات التي يطلبها إلى غاية باب مسكنه، وهذا بالدفع عن بعد بواسطة البطاقات الإلكترونية بحيث لا يستغرق الأمر إلا ثواني فتتم معاملة البيع والشراء دون عناء الانتقال والسفر، وفي المقابل يتعرض هذا الأخير إلى أنواع شتى من الانتهاكات تمس بخصوصية بياناته من جهة والوقوع في الإعلانات المضللة التي باتت منتشرة عبر الصفحات والمنشآت والمواقع الإلكترونية من جهة أخرى، الأمر الذي أدى إلى سن تشريعات تحمي حقوق المستهلك الإلكتروني من موردين الخدمة الإلكترونية الحقيقيين أو الوهميين من أي تلاعب يتعرض إليه.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، المستهلك الإلكتروني، المورد الإلكتروني، البيانات الشخصية، انتهاك الخصوصية.

تصنيف JEL: O3, G2

Abstract : This research paper aims to shed light on the prominent role played by e-commerce in the economic development of countries by creating an atmosphere of competition between small and medium-sized economic enterprises in the world of digital commerce, as the latter has enabled the reduction of the distance between countries and giving the electronic consumer various option with their prices and quality, which facilitated the process of acquiring the supplies he requests to his doorstep, and this is done by paying by electronic cards remotely, it only takes seconds to complete the transaction of buying and selling without the trouble of moving and traveling, and in return the latter is exposed to various types of violation that effect the privacy of his data on hand and falling into misleading advertisement that have become widespread across pages, forums and websites on the other hand, which led to legislation that protect the rights of the electronic consumer from real or fictitious electronic service providers from any manipulation to which the electronic customer is exposed.

Keywords: electronic commerce, electronic consumer, electronic supplier, personal data, privacy violation.

Jel Classification Codes : O3, G2

توطئة (مقدمة):

أدى تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانتشار استعمال شبكة الأنترنت التي مست جميع المجالات خصوصا المجال الاقتصادي، من خلال ما أصبح يعرف بالثورة التجارية الرقمية إلى تسهيل المعاملات التجارية وتقليل الحواجز الجمركية وخلق نوع جديد من المتعاملين الاقتصاديين الإلكترونيين يقدمون سلع وبضائع وخدمات سياحية وعقارية وفندقية، ويبيع التذاكر الإلكترونية للنقل عبر السكك الحديدية أو الرحلات الجوية وغيرها وهذا كله عبر المواقع الإلكترونية، ومن جهة أخرى سمحت بظهور ما يعرف بزبائن إلكترونيين يتسوقون ويشتررون ويدفعون ثمن ما يقتنونه عن بعد، مما أتاح نوع من الأمان وسهولة في الاستخدام، حيث تعد التجارة الإلكترونية محركا رئيسيا للاقتصاد الرقمي في العصر الحالي، وتحظى بأهمية متزايدة في ظل التوجه العالمي نحو التحول الرقمي.

وعلى النقيض فإن حماية المستهلك الإلكتروني من المعاملات التجارية الإلكترونية أصبحت من الموضوعات الحيوية في العصر الحالي، حيث تزداد المخاوف بشأن الحماية المخولة له نظرا لوجود مخاطر تتعلق بالاحتيال الإلكتروني، من سرقة البيانات الشخصية وتقديم منتجات غير مطابقة للمواصفات أو ذات جودة رديئة، من هذا المنطلق سنت الدول تشريعات تحمي هذا الأخير من المعاملات التي يقوم بها في التسوق الإلكتروني، ومن أجل تعزيز الشفافية والعدالة في المعاملات التجارية عبر الفضاء السيبراني، وتشمل الحماية توفير معلومات واضحة حول المنتجات وضمان سرية البيانات الشخصية وتقديم آليات فعالة لحل النزاعات والشكاوى، كما يجب على الشركات تقديم ضمانات للمنتجات أو الخدمات وتوفير حقوق الاسترجاع أو الاستبدال أو العدول في حالات معينة، وتهدف هذه الإجراءات القانونية إلى تعزيز الثقة بين المستهلكين ومزودين الخدمة الإلكترونية مما يعزز من استدامة الصناعة ويوفر بيئة آمنة ومأمونة للمستهلكين الإلكترونيين في عصر التجارة الرقمية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كون أن التجارة الإلكترونية أصبحت عصب الاقتصاد في الوقت الحالي، حيث جل المعاملات الاقتصادية تحدث عبر الفضاء الإلكتروني، ومعرفة نوع آخر من المتعاملين الاقتصاديين في المجال السيبراني، وخاصة المستهلك الإلكتروني الذي ظهر مع التطور التكنولوجي للاتصال والإعلام، والذي يجب توفير الحماية اللازمة له في الفضاء الأزرق.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- إبراز دور التجارة الإلكترونية في تطوير الاقتصاد، خصوصا اقتصاد المعرفة، الذي يصب في صالح المستهلك الإلكتروني؛
- التطرق إلى أهم معاملات التجارة الإلكترونية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني؛
- الوقوف عند ضوابط الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في المعاملات التجارية الإلكترونية.

الإشكالية:

ماهي الضوابط القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في إطار التجارة الإلكترونية؟

للإجابة على الإشكالية اتبعنا المنهج الوصفي، وهذا باعتبار أن البحث ينصب على وصف التجارة الإلكترونية والجرائم التي تنجر من خلالها، والمنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية. مع الاعتماد على الخطة التي قسمناها إلى محورين، المحور الأول: معاملات التجارة الإلكترونية مقصد المستهلك، أما المحور الثاني: الإطار القانوني لحماية المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية

الدراسات السابقة:

(1) دراسة: عبد الرحمان خلفي 2017، بعنوان: حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري، حيث عالج إشكالية ماهي الحماية التي قررتها التشريعات المقارنة في سبيل توفير ضمانات أكثر للمستهلك الإلكتروني كي يكون في بيئة من أمره قبل إبرام العقد، بل وحتى بعد إبرام العقد، باعتبار أن هذا الأخير يتم عبر الإنترنت، أي بوسيلة لا تمكن المستهلك من معاينة السلعة أو التعرف على الخدمة؟ وخلص الباحث إلى نتيجة أساسية وهي يتوجب على المشرع الجزائري أن يحذو حذو المشرع الفرنسي في حماية المستهلك الذي اعتبره الباحث نموذجاً لكثير من التشريعات المقارنة.

(2)دراسة: لدعش سليمة، 2017، بعنوان: حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت بين الواقع والضرورة، حيث تناولت الباحثة إشكالية في موضوعها هذه الإشكالية الأساسية تكمل في بيان الحماية التي من المفروض أن يحظى بها المستهلك في إطار التجارة الإلكترونية وتحديد الصعوبات التي تواجهه في كافة مراحل التعاقد الإلكتروني بالإضافة لمعرفة مدى ما حققته النصوص القانونية في هذا المجال، وانتهت الدراسة إلى أن النصوص وحدها لا تكفي لتحقيق الحماية الفعلية، فلا بد من بناء استراتيجية متكاملة تستلزم النظر حمايته كنظام متكامل يتضمن عناصر رئيسية بداية من المنظومة الحقوقية والتشريعية والمنظومة المعرفية والقيمية للمنظومة الرقابية، فالثقة والأمان أهم ما يحتاجه المستهلك عند تقاعده إلكترونيا.

(3)دراسة : سامية العايب، منال عراية 2021، بعنوان : الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة النصب الإلكتروني، حيث كانت إشكالية البحث تتمحور حول هل وفر المشرع الجزائري حماية جنائية للمستهلك الإلكتروني من جرائم النصب والاحتيال؟ وانتهت الدراسة إلى أن تحايل عند إبرام العقد أضحت الضرورة الملحة لتوفير حماية جنائية للمستهلك الإلكتروني ومنها ردع التحايل في البيئة الرقمية.

اخور الأول: معاملات التجارة الإلكترونية مقصد المستهلك

إن مفهوم المعاملات التجارة الإلكترونية يشهد المزيد من المتغيرات التي طرأت على الساحة العالمية من تطورات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال المبني على اقتصاد المعرفة، خلق صعوبة كبيرة في تحديد تعريف خاص وموحد، مما أثار للفقهاء العديد من التعريفات المرتبطة أساسا باستخدام الحاسوب والهواتف الذكية في المعاملات التجارية.

أولا: تعريف التجارة الإلكترونية

بدأ ظهور مصطلح التجارة الإلكترونية Electronic commerce في أواخر السبعينات من القرن الماضي، وكانت على شكل عمليات أوامر شراء الفواتير الإلكترونية عن طريق تبادل المعلومات الإلكترونية بين جهاز الحاسوب إلى حاسوب آخر بنظام EDI و EFT، ما نراه اليوم في التجارة الإلكترونية يعتبر الموجة الثانية أو الجيل الثاني نتيجة بعدها الدولي وانتشار استعمالها عبر العالم (لانا مي حمود و إبراهيم ، 2022، الصفحات 270-272)، وتعرف التجارة الإلكترونية بأنها نشاط يتم عن طريق وسائل تكنولوجيا الحديثة، مرتبط بعملية بيع وشراء السلع والبضائع والخدمات، عبر بيانات ومعلومات تنساب من خلال شبكات الاتصال والشبكات الأخرى العالمية الخاصة بالتجارة، من بينها الإنترنت التي لها بعد دولي أزلت من خلالها المعاملات الورقية من دفع الفواتير والتصديق والتعاقد وحولتها إلى إلكترونية تتم بواسطة جهاز الكمبيوتر أو الهاتف المحمول الذكي (لدعش، 2017، صفحة 361).

وعرفها آخر على أنها تسيير وتنفيذ جميع الأنشطة التجارية والمتصلة بالسلع والخدمات عن طريق تحويل البيانات عبر الإنترنت أو عبر الأنظمة التقنية الشبيهة (لانا مي حمود و إبراهيم ، 2022، صفحة 271).

أما المشرع الجزائري فقد عرفها في المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية (القانون 18-05)، يتعلق التجارة الإلكترونية..، (2018) هي كل نشاط يقدمه مزود الخدمة الإلكترونية المتعلقة بتوفير سلع وخدمات عبر الأنترنت للمستهلك الإلكتروني.

من خلال هذه التعريفات يتبين أن التجارة الإلكترونية هي سلسلة من المراحل تبدأ من خلال الإشهار الذي يقدمه مورد الخدمة إلى التفاوض ثم تبادل المعلومات وإبرام العقد الإلكتروني وصولا إلى الدفع الإلكتروني عبر البنك أو المصارف المالية، كل هذه العمليات تتم عن بعد دون العالم المادي الملموس حيث زال المكان الذي تعرض فيه البضائع والسلع والإيجاب والقبول بين الأطراف في مجلس واحد.

ثانيا: أهمية التجارة الإلكترونية للمستهلك الإلكتروني

التجارة الإلكترونية فرضت نفسها في المجال الاقتصادي نتيجة للفعالية العالية في تطوير وتعزيز دور الاقتصاد في النظام العالمي الجديد المبني على الرقمنة والأنترنت، حيث زادت هذه التجارة من أرباح وسهولة في التعامل بين الشركاء في المجال الاقتصادي حيث أصبح العالم قرية صغيرة، ومن أهم المكتسبات الاقتصادية التي يمكن إجمالها بما يأتي:

1-سهولة وصول المستهلك الإلكتروني إلى الأسواق العالمية

الطابع الدولي للتجارة الإلكترونية سهل عملية التواصل بين الأسواق العالمية، ومعرفة مدى تصنيف كل سوق على حدى، ومن صاحب الشركة والخدمة من خلال التعليقات التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية من فيسبوك واليوتيوب، نجد أن الأسواق عبارة عن مواقع إلكترونية للعلامات التجارية WWW متبوع بالعلامة التجارية المراد الاطلاع عليها مع إكمالها بكلمة .com لا يستدعي الأمر إلا بضع دقائق للوصول إلى الأسواق الدولية، حيث كان في الأمس القريب ضرب من المستحيل، لأن الأمر يتطلب وقت وجهد أكبر للبحث عن الأرقام الهاتفية وموقع الشركة والبلد الأم أو الفرع المتواجد، وفي الأخير انتظار الرد أو الرفض، لكن اليوم بضغطة زر تصل إلى كل ما تريد الحصول عليه عن طريق الإنترنت في الفضاء الإلكتروني.

2-تعرف المستهلك الإلكتروني على المنافسين

سهولة الولوج إلى العالم الرقمي جعل المتعاملين الاقتصاديين أو التجارة كتاب مفتوح للمستهلك الإلكتروني؛ لأن من شروط التجارة الإلكترونية إدخال جميع بيانات مورد الخدمة من الاسم واللقب واسم الشركة رقم القيد السجل التجاري الإلكتروني البلد، يجعل المنافسين على دراية وعلم بكل منافس لها مما يخلق جو المنافسة النزيهة ويعطي لكل متعامل القدرة على إبراز القدرات وتحسين الجودة لمنافسة المتعاملين الآخرين.

3-سرعة حصول المستهلك الإلكتروني على المنتج

المنتجات لم تعد تعرض في الشارع أو خارج البيت مما يتطلب الانتقال إليها، بل على النقيض هي من تنتقل إلى البيوت والمنازل عن طريق الصفحات الخاصة لبيع المنتجات والخدمات، فيستطيع الزبون الإلكتروني طلب السلعة التي يرغب في اقتنائها بل تصله الطلبية إلى غاية عين المكان، مع إمكانية رفض المنتج إذا كان يعارض طلبه من حيث اللون أو الحجم أو موصفات لم يطلبها، وبالمقابل يعطي ديناميكية أكبر للاقتصاد من خلال العرض والطلب مما يسمح بزيادة إنتاج السلع وبيعها.

4-انخفاض تكلفة الاتصالات

يتطلب في بعض الأحيان من أجل الحصول على السلعة خصوصا في مجال قطع غيار السيارات أو الكهرو منزلية، قطع مسافة كبيرة للبحث عنها، مما يكلف مبالغ كبيرة وعناء السفر، وربما في الأخير لا تكون متطابقة أو غير متوفرة، التجارة الإلكترونية توفر كل هذه الأمور عن طريق جهاز حاسوب أو الهاتف الجوال الذكي من خلال تصفح المواقع والبحث على كل ما يحتاجه المستهلك الإلكتروني، من خلال الاتصال عبر خدمة الإنترنت على تطبيق الواتساب بمشاهدة المورد شخصيا والبضائع التي ترغب في شرائها وكل هذا بتكلفة اتصال أقل وصفر أتعاب.

5-معرفة الأسعار ومقارنتها

التجارة الإلكترونية خلقت جو من المنافسة في الأسعار، بفضلها يستطيع المستهلك الإلكتروني اختيار السلعة أو الخدمة من خلال معرفة أسعارها، ومقارنتها بنفس البضاعة، حتى لا يقع الزبون الإلكتروني في غبن التجار وطمعهم في الربح السريع باستغلال جهل المستهلك لنوعية المنتجات مما يقع ضحية احتيال من طرف مورد الخدمة، اليوم التجارة الإلكترونية سهلت عملية معرفة جميع أسعار المنتجات والخدمات عن طريق تطبيقات وبرامج معدة لهذا الغرض مثل shplsavvy أو barcode scanner تتيح هذه الميزة مسح رمز الشريط ومعرفة كل أسعار السلع والخدمات المعروضة عبر الفضاء الإلكتروني ومقارنتها بمختلف المحلات والمتاجر، وهذا ما يجعل المستهلك الإلكتروني يتسوق بأريحية تامة.

6-إلغاء الحواجز الجمركية

العالم اليوم أصبح قرية صغيرة لا وجود للحدود البرية أو الجوية ولا البحرية، مما سهل حركة التجارة بين الدول وتخفيض النمو الاقتصادي عن طريق شبكة الأنترنت التي سرعت المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث تتم اليوم عملية الشراء والبيع دون الحاجة للتعامل مع الإجراءات الجمركية المعقدة التي كانت في السابق تشكل عائقا على المستهلك الإلكتروني بالأخص.

7-زيادة التنوع في الأسواق

تفتتح التجارة الإلكترونية المجال للوصول للمستهلك الإلكتروني إلى أسواق جديدة ومتنوعة، مما يعزز من قدرة الشركات التجارية الصغيرة والمتوسطة التي تعتبر المحرك الأساسي لتنمية الاقتصاد، فنجد توسع في الأسواق العالمية من خلال المواقع الإلكترونية المعدة سلفا لهذا الغرض، التي تعد واحدة من أهم الآليات التي تحقق سعة في القدرة على الدخول للتجارة العالمية، وهذا بالعروض التسويقية التي تقدمها نتيجة قلة التكاليف التي تطلبها التجارة الإلكترونية في الإشهار والدعاية، مما ينعكس بالإيجاب على تحريك العجلة التنموية للمؤسسات الاقتصادية وغزو الأسواق العالمية (زرقين و جبار، 2010، صفحة 149).

8-تعزيز الابتكار

التجارة الإلكترونية تعزز الابتكار من خلال توفير بيئة تسمح للمستهلك الإلكتروني والشركات والمؤسسات الموردة للخدمة الإلكترونية من تبني تقنيات وأفكار جديدة تساعد على تحسين الأداء والفاعلية، وهذا نتيجة زيادة المنافسة بين المتعاملين الاقتصاديين الإلكترونيين، مما يخلق جو من الإبداع والابتكار في السلع والخدمات، وتطوير نماذج عمل جديدة لتحسيس المستهلك الإلكتروني عن كيفية استعمال وسائل الدفع الإلكترونية والخدمات المقدمة، مما يساهم في تطوير الاقتصاد الرقمي وتقديم حلول جديدة لتجارة الإلكترونية.

ثالثا: أطراف المعاملات التجارية الإلكترونية المرتبطة بالمستهلك الإلكتروني

1-المستهلك الإلكتروني

هو الشخص الطبيعي الذي يقوم باقتناء ما يلزمه من حاجياته من ملابس وأكل وشرب ومبيت أو أي شيء يستلزم ضروريات العيش، وهو الطرف الضعيف في العملية الذي يحتاج للحماية القانونية باعتباره هو من يدفع الأموال ويتعرض لجملة من الانتهاكات تطيله من خلال عملية التسوق والشراء.

وعرفه المشرع الجزائري في القانون 03-09 (القانون رقم: 03-09 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009) المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 03 الفقرة الأولى على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم باقتناء سلع وخدمات تلبي حاجياته الخاصة أو العامة، ولم يشترط المشرع الجزائري أن تكون السلع والخدمات مجانية أو مدفوعة، ولا يهم لمن تلبي تلك الحاجيات سواء كان للإنسان أو الحيوان، إلا أنه في القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية 05-18 أضاف في تعريفه في المادة 06 منه أن تقوم عن طريق الاتصالات الإلكترونية من أنترنت والتطبيقات الخاصة الإلكترونية من المزود الخدمة الإلكتروني من أجل الاستخدام النهائي لتلك السلعة أو الخدمة، حيث يكون المستهلك الإلكتروني آخر حلقة في هذه الدورة.

أما المشرع المصري فعرفه في القانون رقم 181 المتعلق بحماية المستهلك أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يعرض عليه منتجات بشرط أن تكون الخدمة لا تخص حاجته المهنية أو التجارية أو الحرفية أو يكون التعامل معه على هذا الأساس، وقد تم تعريف المستهلك في القانون الفرنسي رقم 78-22 المتعلق بحماية المستهلك على أنه يطبق هذا القانون على الأشخاص سواء الطبيعيين أو المعنويين في مجال عمليات الخاصة بالائتمان، بشرط عدم اختصاص التمويل النشاط احترافي.

2-مقدم الخدمة الإلكترونية

يعتبر الطرف الأقوى في المعاملة نظرا لكونه هو من يمتلك السلع والخدمات التي يعرضها عبر المواقع الإلكترونية، ويسمى التاجر الإلكتروني أو كشخصية معنوية تكمل في الشركات والمؤسسات التي تعرض المنتجات لزبائن من أجل البيع وتسويقها عبر المواقع التواصل الاجتماعي من فايسبوك عبر خانة خاصة تسمى Marketplace والتويتير والانستغرام، وكذلك الصفحات والمتدنيات الإلكترونية، ويقوم مقدم الخدمة بإيصال البضاعة إلى عين المكان، فبعدما كانت العملية تتم بانتقال الزبون إلى البائع تغيرت المعطيات وأصبح العكس، بل أبعد من ذلك يستطيع المستهلك أن يرفض السلعة إذا لم يجدها مثل ما تم التسويق لها عبر المواقع الإلكترونية بدون أن يدفع أي أموال عن هذه الخدمة، بل يجب إرجاع أمواله دون نقصان.

3-مزود خدمة الدفع الإلكتروني

هو الطرف الثالث في خدمة الدفع الإلكتروني بين المستهلك الإلكتروني ومقدم الخدمة الإلكترونية، حيث يلعب مزود الخدمة دور فعال في المعاملات التجارية الإلكترونية لتسهيل وإتمام عملية الدفع الإلكتروني، من خلال معالجة المدفوعات الرقمية مثل بطاقة الائتمان أو الدفع عبر المحافظ الإلكترونية، والتحويلات البنكية، وغيرها من الوسائل الإلكترونية، ومن أشهر مزودي خدمات الدفع الإلكتروني PayPal، stripe، payoneer، وغيرها.

رابعا: أنواع المعاملات التجارية الإلكترونية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني

1-الدفع الإلكتروني

تعرف وسائل الدفع الإلكتروني على أنها عبارة عن عمليات لتعاملات مالية عن طريق الصراف الآلي سواء كان لسحب الأموال أو لتحويل، وهذا بعد ما كانت العمليات المالية التقليدية تقوم عن طريق الشيك والحوالات والكمبيالات والبريد العادي، حيث تستغرق مدة طويلة للوصول إلى المرسل إليه واستعمال النقود الورقية أو المعدنية يدا بيد.

أ-خصائص الدفع الإلكتروني

الدفع الإلكتروني له عدة خصائص ومميزات ومن أهمها:

-الطابع الدولي

يتميز الدفع الإلكتروني بالميزة العالمية، لأن الفضاء الإلكتروني ليس له حدود برية ولا جوية ولا بحرية بل يمتد إلى جميع دول بشرط اتصاله بخدمة الإنترنت، فالطابع العالمي مكن التجارة الإلكترونية من غزو جميع الأسواق العالمية عن طريق الحواسيب والهواتف الذكية المحمولة أو اللوحات الإلكترونية، مما سهل معرفة كل السلع والخدمات في شتى أنحاء العالم.

-استخدام النقود الإلكترونية

الميزة الحقيقية في هذا الدفع الإلكتروني تكمن في أن المستهلك الإلكتروني يتعامل بالبيانات فقط لا وجود للملامسة المادية للنقود المعتادة، لأن البيع والشراء والتحويلات المالية تتم ببطاقات الائتمان والذكية، دون الحاجة للمعاملات الورقية والمعدنية التي تستدعي حملها وعدها وربما تتعرض للسطو أو التزوير من قبل جهات أخرى. أصبحت العملات الإلكترونية بديل عن العملات الورقية نظرا لسهولة التعامل وأنها موحدة، خاصة العملة المشفرة البتكوين التي تتم التحويلات المالية بواسطتها من بلد إلى بلد وهي عبارة عن سلسلة أرقام تعبر عن قيم معينة تصدرها البنوك التقليدية أو البنوك الافتراضية، وتكون على شكل نبضات كهرومغناطيسية على البطاقة الذكية (عشير ، 2022، صفحة 718). وتعتبر النقود الإلكتروني الملاذ الآمن للمستهلك الإلكتروني من خلال ما تسهم به من تسهيل في المعاملات التجارية الإلكترونية، وتتم عملية الدفع بشكل إلكتروني.

-نظام مصرفي معد للمعاملات التجارية الإلكترونية

التطور الحاصل في التجارة الإلكترونية تستدعي على المصارف مواكبة ما يحصل في العالم الرقمي، من استحداث أجهزة خاصة لتعاملات المالية، بتقنية الدفع الإلكتروني، عكس ما كانت عليه المصارف في النظام القديم أن تحويلات تتم يد بيد، اليوم أصبحت المصارف الآلية تقوم بجميع المعاملات المالية دون دخل للإنسان في ذلك.

ب-أنواع وسائل الدفع الإلكتروني الخاصة بالمستهلك الإلكتروني

ارتباط التجارة الإلكترونية بتكنولوجيا الاتصال والإعلام، افرز معه أنواع جديدة من بطاقات الدفع الإلكترونية بعد ما كانت الشيكات الورقية فقط، تعددت أشكال وسائل الدفع الإلكتروني والتي ستناولها فيما يلي:

-البطاقات البنكية

هو أحد أدوات الدفع الإلكترونية تصدرها البنوك أو المؤسسات المالية لعملائها، مما يتيح للمستهلك الإلكتروني من إجراء معاملات مالية بطريقة آمنة وسهلة، وهناك نوعان من البطاقات البنكية:

■ بطاقات الخصم المباشر Debit card

ترتبط هذه البطاقات بحساب البنكي أو المصرفي تستخدم للوصول إلى الأموال الموجودة في حساب الجاري، وتمكن من خصم الأموال من الحساب المصرفي مباشرة عند إجراء عملية شراء أو سحب من ماكينات الصراف الآلي، يتعين لحصول المستهلك الإلكتروني على هذا نوع من البطاقة أن يكون قد فتح حسابا بنكيا مسبقا.

■ بطاقة الائتمان

تعتبر من أهم الطرق الحديثة للقيام بالدفع الإلكتروني لعملية البيع والشراء وتتم بواسطة الإنترنت، أو من خلال الأجهزة الخاصة الإلكترونية، حيث توفر للمستهلك الإلكتروني إمكانية الاقتراض من البنك لتمويل مشتريات أو خدمات أو أنشطة ضمن حد ائتماني معين، حيث يسهل عملية دفع المبلغ المستحق بشكل كامل أو سداد جزء منه مع فرض فوائد على المبالغ المتبقية عن طريق الإنترنت، دون الحاجة لاستعمال النقود الورقية، ويتم إصدارها من قبل المصارف أو البنوك.

-البطاقات الذكية

من أهم الاختراعات في العالم المعاصر في مجال الدفع الإلكتروني هو ابتكار البطاقة الذكية، وهي على شكل بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياسي تحتوي على شريحة إلكترونية مدمجة تتيح تخزين معلومات وبيانات بشكل رقمي ويمكن استخدامها في التعامل مع بقية الحواسيب، ولا تتطلب تفويض أو تأكيد عن صلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المستهلك الإلكتروني إلى المورد الإلكتروني (عماد الدين، 2019، صفحة 128).

-الشيكات الإلكترونية

هي عبارة عن شيك بدون ورق لتسهيل قيام المستهلك الإلكتروني بالعمليات المصرفية، نعلم أن الشيكات لها دور أساسي في الخدمة المالية، وبتطوره إلى شيك رقمي يسمح لهذا النظام الإلكتروني بسحب الأموال والتحويلات، عن طريق تطبيقات خاصة من حاسوب إلى حاسوب تتم معاملات المالية، وتكون البيانات متكونة من اسم ولقب ورقم بطاقة الهوية واسم البنك والرقم السري للشيك الإلكتروني، وتتم عملية الطلب والتسليم الإلكتروني في ثواني دون الانتظار في طابور، زيادة على ذلك أن الشيك الإلكتروني لا يمكن تزويره أو سرقة أو ضياعه عكس الشيك الورقي.

-المحافظ الإلكترونية

هي تقنية رقمية تستخدم لتخزين وإدارة الأموال بطريقة آمنة عبر الأنترنت يمكن للمستخدم من خلالها إجراء معاملات مالية من قبل المستهلك الإلكتروني كالدفع والتحويل والتخزين دون الحاجة لاستخدام النقود الورقية أو المعدنية، وتعمل المحافظ الإلكترونية عبر تطبيق يثبت على العديد من الأجهزة كالحاسوب والهواتف الذكية، ودور هذه المحافظ الإلكترونية شبيه لحساب مصرفي، حيث ظهرت بشكل كبير مع ظهور فيروس كورونا المستجد كوفيد 19، مطلع سنة 2020، وهذا نظرا للحالة السائدة آنذاك من العزل المنزلي، مما اضطر للحاجة إلى استخدام المحافظ الإلكترونية من قبل المستهلكين.

• أنواع المحافظ الإلكترونية

هناك العديد من أشكال المحافظ الإلكترونية نذكر الشائعة منها:

■ محافظ سطح المكتب

وهي عبارة عن تطبيق يثبت ويحمل على جهاز الحاسوب مما يوفر خاصية التحكم التام على المحفظة الإلكترونية، ويتم تخزين الملفات والمفاتيح على القرص الصلب، حيث لا يمكن الوصول إلى المحفظة الإلكترونية إلا عن طريق الحاسوب المثبتة عليه. مما يتيح للمستهلك الإلكتروني اقتناء وتحويل الأموال.

■ المحافظ الهاتف المحمول الذكي

يتم تثبيت تطبيق المحفظة الإلكترونية على الهاتف المحمول الذكي، وهذا باعتبار أنها متوفرة على نظام التشغيل الاندرويد وابل، ويمكن لأي شخص تحميله ولا يشترط أن يكون عميل لدى المصرف أو الشركة المصدرة للمحفظة الإلكترونية (هاجد بن عبد الهادي ، 2022، صفحة 04)، مما يسهل للمستهلك الإلكتروني من عملية التسديد الفواتير وتحويل الأموال والشراء.

■ محافظ الويب

هي عبارة عن متصفح متصل بالأنترنت، لا تتطلب تثبيت أو تحميل أي تطبيق، بمجرد الدخول إلى الصفحة تتيح التعامل المباشر مع التطبيقات اللامركزية لشراء وتخزين العملات وإرسال واستقبال المعاملات التجارية الإلكترونية. مما يسهل للمستهلك الإلكتروني سرعة بالقيام بالتسوق والاقتناء المستلزمات.

ج: أدوات الدفع الإلكتروني

-آلة الصرف ATM:

هي جهاز آلي معد لإجراء مجموعة من العمليات التحويلية المصرفية بطريقة إلكترونية دون الحاجة لتدخل الإنسان، حيث تعمل على التسهيل إجراءات المعاملات المالية والتجارية لزبون الإلكتروني في أي وقت لسحب النقود وإيداعها، وطلب الاستعلام على الرصيد، والتحويل بين الحسابات الإلكترونية، ودفع الفواتير وغيرها.

-البنوك المنزلية

وهو أحد أنواع الخدمات المصرفية التي تتيح للزبائن الإلكترونيين من إدارة شؤونهم المالية من داخل منازلهم دون الحاجة للتنقل للخارج، وهذا عن طريق استخدام جهاز الحاسوب أو الهاتف الذكي المحمول المرتبط بشبكة الأنترنت لإجراء عملية الدفع وتحويل الأموال، حيث يعتبر البنك المنزلي من الوسائل المريحة والمفيدة للمستهلك الإلكتروني لإدارة معاملاتهم الإلكترونية عن بعد، بأسهل الطرق وبالسعة في الإجراء.

-الوحدات الطرفية عند نقاط البيع

هي أجهزة إلكترونية تستخدم في محلات البيع والمطاعم التجارية والفنادق السياحية لإتمام عمليات البيع والشراء بين التاجر الإلكتروني والزبون الإلكتروني وتعمل هذه الأجهزة على تسهيل عملية الدفع باستخدام بطاقات الدفع الإلكترونية، وتعمل هذه الأجهزة باستخدام الشريط

المغناطيسي أو تقنية NFC الاتصال عن قرب بقراءة البطاقة دون تلامس مع عرض في الشاشة، وتقديم جميع التفاصيل المعاملة من المبلغ الإجمالي الذي يدفعه أو قائمة المشتريات ثم تنتهي العملية بإيصال دفع المعاملة المبلغ المدفوع والمقتنيات وضرائب والخصومات، وهناك نوعان من الوحدات الطرفية عند نقاط البيع تجدد الوحدة الثابتة التي يتم تركيبها في المحلات التجارية، والوحدات المحمولة وهي عبارة عن أجهزة صغيرة الحجم، يمكن حملها واستعمالها في أماكن متعددة، مثل المطاعم أو سيارات البيع المتنقلة.

2: العقد الإلكتروني

العقد هو رابطة التي تجمع بين شخصين وهنا تكون بين المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني، ولكن زيادة عن العقد العادي أصبح الأمر يتم إلكترونياً، أي أن عملية التعاقد بواسطة الحاسوب أو الهاتف المحمول الذكي، لكنها بالمجمل تخضع إلى القواعد العامة لأحكام العقد من حيث أركانه، عرفها المشرع الجزائري في القانون التجارة الإلكترونية 18-05 في المادة 06 يكون العقد الإلكتروني دون الحضور الواقعي الملموس من قبل أطراف العقد، ويتم إبرامه عن بعد بواسطة التقنية الاتصال الإلكتروني.

أما من ناحية الفقهية اختلف الفقهاء في تعريف العقد الإلكتروني، فمنهم من عرفه على أساس الوسيلة المستعملة للإبرام العقد، باعتبار العقد الذي يبرم بواسطة الأنترنت، وهناك من عرفه على أساس اشتراط الوسيلة السمع البصري عن بعد لكي يكتمل العقد، وبأنه يتم بنفس طريقة التعاقدية التقليدية من إيجاب وقبول لكن طريقة تكون عبر الشبكة الدولية مفتوحة لتواصل بين الأطراف عن بعد سمعي بصري (عشير ، 2022، صفحة 708).

من خلال هذه تعريفات نجد أن العقد الإلكتروني هو التقاء أطراف العقد من المستهلك ومورد الخدمة في الفضاء السيبراني عبر تقنية التحاضر عن بعد، باللفظ المعهود عليه من إيجاب وقبول.

3: التوقيع الإلكتروني

لا يكتمل العقد الإلكتروني بشكله الرسمي إلا إذا اكتملت عناصره الأساسية من خلال توقيع المستهلك الإلكتروني على العقد المبرم بينه وبين مورد الخدمة، الذي يعتبر بمثابة الرضا والموافقة بالإرادة الكاملة على بنود العقد.

التوقيع الإلكتروني أو التوثيق الإلكتروني أو الختم الإلكتروني الذي يعد من أهم المعاملات التجارية الإلكترونية، نظرا لعملية التعاقد التي تتم عن بعد، حتى تكون لها الصبغة الرسمية لا بد من التوقيع الإلكتروني الذي يعطي لها صفة الإثبات والحجية بين أطراف العقد الإلكتروني، حيث سهل إجراءات التعاقد دون عناء الانتقال إلى أي مكان، مجرد أن العملية فقط تتم بالحاسوب أو الهاتف الجوال الذكي أو اللوحة الإلكترونية، تعتبر هذه الوسيلة الأكثر تداولاً نظراً لسهولة وسرعتها.

وعرف المشرع الجزائري التوقيع الإلكتروني في قانون 15-04 (قانون رقم 15-04 ، مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق أول فبراير سنة 2015) المتعلق بالتصديق الإلكتروني في المادة الثانية هو عبارة عن بيانات في شكل إلكتروني تحتوي على رموز أو مفاتيح التشفير الخاصة، متصلة ببيانات أخرى إلكترونية، تستعمل كوسيلة لتصديق عن بعد، من قبل شخص طبيعي يحوز على بيانات خاصة بالتوقيع الإلكتروني عن طريق جهاز حاسوب أو هاتف ذكي محمل عليه تطبيقات أو برامج معدة لتوقيع الإلكتروني وتكون مرتبطة بالأنترنت.

أ- أشكال التوقيع الإلكتروني

يوجد أنواع عديدة من التصديق الإلكتروني منها:

- التوقيع باستخدام القلم الإلكتروني

هو عملية توقيع مستندات رقمية باستخدام قلم مخصص يتفاعل مع شاشة الإلكترونية أو جهاز خاص، يستخدم في التوقيع على الأجهزة اللوحية أو شاشات اللمس أو الهواتف الذكية ، وتتم العملية من خلال فتح المستند على جهاز رقمي مخصص يوقع فيه المستهلك

الإلكتروني علي العقد المبرم بينه وبين المزود الخدمة الإلكترونية، وللقلم الإلكتروني خاصية فريدة من نوعها حيث تلتقط حركة اليد بشكل دقيق وبحول التوقيع إلى شكل رقمي وتخزينه في ذاكرة الحاسوب أو إرساله عبر الأنترنت إلى جهاز آخر، ويعتبر هذا الخيار أكثر أماناً ومرونة في المعاملات التجارية، ويتمتع التوقيع بالقلم الإلكتروني بنفس القوة القانونية للتوقيع بالقلم التقليدي في العديد من البلدان مثل الجزائر، بشرط أن يتم استخدامه بتقنيات خاصة تضمن الأمان والتحقيق.

-التوقيع بالبطاقة الذكية

هو عملية توقيع إلكتروني يتم استخدام بطاقة ذكية تحتوي على شريحة إلكترونية، يتم التوقيع بالبطاقة الذكية عبر جهاز قارئ خاص لهذه البطاقة، والذي يسمح للمستهلك الإلكتروني التحقق من هويته وتنفيذ توقيعه بشكل آمن، ويكون التوقيع مصحوب بكلمة المرور أو رمز pin يدخل من قبل صاحب البطاقة لضمان أن الزبون الإلكتروني هو من يقوم بالتوقيع المصرح له.

-التوقيع باستخدام البصمة الذاتية

التوقيع بالبصمة الذاتية يعتمد على الخواص الطبيعية للأفراد نظراً للخصائص الفريدة لكل شخص حيث يتم استخدام بصمة الأصبع كوسيلة للتحقق من هوية الشخص وتوثيق معاملات التجارة الإلكترونية، وهناك عدة أنواع للبصمة الذاتية كمسح قرينة العين البشرية أو بصمة التحقق من مستوى وثيرة الصوت، وكذلك عن طريق خواص اليد البشرية، وغيرها.

-التوقيع الرقمي

هو وسيلة للتصديق والتأكد من هوية الشخص عند توقيعه على المعاملات التجارية الإلكترونية من قبل المستهلك الإلكتروني، ويعتبر التوقيع الإلكتروني أحد أنواع التوقيعات الإلكترونية المبنية على خوارزميات رياضية لضمان أن التوقيع فريد وغير قابل للتلاعب، ويتم بإنشاء زوجين من المفاتيح أحدهما خاص والآخر عام، أما الخاص فيحتفظ به بشكل سري لدى المستهلك الإلكتروني الذي يقوم بالتوقيع، أما العام فيتمكن الآخرون من التحقق من صحة التوقيع من قبل السلطات التصديق حيث مهمتها تأكد من صحة صاحب التوقيع على الوثائق الإلكترونية (حسن، 2013، صفحة 541).

اخور الثاني: الإطار القانوني لحماية المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية

باعتبار أن المستهلك آخر حلقة لتداول السلع والمنتجات، وكذلك الطرف الضعيف في سلسلة المعاملة التجارية التي يتم تسويقها إلكترونياً، يقوم بعدة عمليات من الشراء وتعاقد إلكتروني وتحويل أموال عن طريق حسابات بنكية أو حسابات خاصة للمورد الخدمة مباشرة أو دفع الفواتير وتتم العملية بواسطة بطاقة الدفع الإلكتروني، مما ينعكس سلباً على المستهلك الإلكتروني الذي يتعرض لعدة اعتداءات من إفشاء لبياناته الشخصية والغش والخداع البصري عن طريق إيهامه بجودة أو وفرة السلع والمنتجات، مما جعل المشرع يتدخل لإيقاف والحد من هذه التجاوزات الخطيرة في حق المستهلك أو الزبون الإلكتروني، بسن مجموعة من النصوص القانونية، والحرص منه على مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال.

أولاً: حماية خصوصية البيانات للمستهلك في التجارة الإلكترونية

نظراً لتطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبحت هذه الأخيرة عنصر من عناصر حرمة الحياة الخاصة بل هي حياته إن لم نبالغ، حيث دخلت الوسائل الإلكترونية حياته في جميع المجالات من خلال استعمالها في أكله وشربه وملابسه وكل ما يحتاجه عن طريق ضغط زر تكون طلبية تم توصيلها إلى غاية منزله، تكمن الحلقة بين حرمة الحياة الخاصة والتجارة الإلكترونية نتيجة انتشار الواسع للمواقع والصفحات والمنتديات الإلكترونية الخاصة بالعروض التجارية المغرية للزبون الإلكتروني، ويكمن المساس بهذه الحرمة عند إجراء المعاملات التجارية عبر الفضاء الإلكتروني حيث يتطلب القيام بعدة خطوات هامة، من أجل شراء السلعة المعروضة على المواقع الإلكترونية مما يستلزم

إدخال المعلومات الشخصية الخاصة بالمستهلك، ونجد أن بعض المواقع تشترط عند عملية التعاقد الإلكتروني الإفصاح عن جملة من البيانات الخاصة بالمستهلك لإتمام عملية البيع، ومن بينها الاسم واللقب والسن وتاريخ الميلاد ومكانه والعنوان والإقامة ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني والميول مثل لون قميص ومقاسه والعلامة التجارية، رقم بطاقة الائتمان والمهنة والحالة الاجتماعية، أي البيانات المتعلقة بالحياة الخاصة للشخص المعني، حيث تتم العملية بواسطة الحاسوب المرتبط بالإنترنت أو الهاتف المحمول الذكي المحمل عليه تطبيقات خاصة لهذا الغرض، وقد يتم أمر الإفشاء عن البيانات بطريقة مباشرة وهذا بإملاء البيانات المطلوبة من أجل إبرام العقد عبر البريد الإلكتروني الذي تتم فيه عملية تبادل معلومات المستهلك للمورد بكل حرية في نطاق واسع، بشرط أن تتم عملية التعاقد أو التصديق الإلكتروني أو تحويل الأموال بطريقة سرية بدون معرفة أطراف أخرى لا علاقة لهم بعملية البيع والشراء، إلا أن الأمر يحدث فيه تجاوزات خطيرة تمس بإفشاء تلك البيانات من طرف مورد الخدمة التي تعتبر بدرجة الأولى سرية ومبنية على أساس الثقة وهو المتعارف عليه في مجال التجارة وخصوصا في العالم السيبراني، كاستعمالها في غير الأغراض المخصصة لها أو حتى إرسالها إلى جهات أخرى دون إذن صاحبها، أو بنشرها عبر الوسائط الإلكترونية ليطلع عليها الجمهور (لدعش، 2017، صفحة 368)، ونجد أن عملية إفشاء سرية البيانات تمس بالخصوص بطاقة الدفع الإلكتروني من خلال إفشاء البيانات المتعلقة بها، حيث يقوم باستغلال البيانات وسحب جميع الأموال وكذلك إفشاء التوقيع الإلكتروني الخاص بالمستهلك الإلكتروني وإرساله إلى أشخاص آخرين عبر الوسائط الإلكترونية.

إن من أول أهداف المشرع في السن القوانين هو حماية مصلحة الطرف الضعيف، وخاصة ما يحدث في بيئة التجارة الإلكترونية من الاعتداء على البيانات الشخصية خاصة عند الدفع الإلكتروني حيث أوجب المشرع الجزائري على عاتق مورد الخدمة التزامات في المادة 26 من قانون التجارة الإلكترونية أنه عند قيام مورد الخدمة الإلكترونية بعملية جمع المعلومات التي تخص المستهلك الإلكتروني، أن يلتزم بما يأتي:

- أن تمس هذه العملية إلا المعلومات اللازمة عند إبرام العقد الإلكتروني؛
- لا يتوسع في جمع كل المعلومات المتعلقة بخصوصية المستهلك الإلكتروني، ويشكل ملفات تخص سواء الزبائن الإلكترونيين الحاليين أو المحتملين؛
- قبل بداية جمع البيانات الخاصة بهم يجب عليه طلب الموافقة المبدئية للعملية؛
- أن يقدم ضمانات تتعلق بالسرية التامة لهذه البيانات؛
- أن يطبق الأحكام القانونية والتنظيمية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

وعاقب المشرع الجزائري في القانون 04-15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني في المادة 68 كل من يقوم بالاعتداء على إفشاء سرية البيانات التوقيع الإلكتروني حيث تكون العقوبة الحبس من 03 أشهر إلى 03 سنوات، وغرامة من 1,000,000 دج إلى 5,000,000 دج، وعملية الإفشاء تكون بعدة طرق وخاصة مع تقدم التكنولوجيا بإرسال التوقيع عبر تقنية الاتساع أو المسنجر أو الفايبر إلى الغير الاطلاع عليها، وهذا اعتداء صارخ للحياة الخاصة للفرد عن طريق الفضاء الإلكتروني.

كما إن المشرع المصري في المادة 29 من قانون حماية المستهلك الزم مورد الخدمة على عدم الإفشاء المعلومات والبيانات الخاصة بالمستهلك، وفي حالة المخالفة لأحكام القانون تكون العقوبة بغرامة من 30,000 جنيه إلى 1000,000 جنيه، أو مثل قيمة المنتج.

ثانيا: حماية المستهلك من الغش التجاري الإلكتروني

قد يتعرض المستهلك الإلكتروني إلى عدة أنواع من الإعلانات المضللة والإغراءات الكاذبة في المعاملات التجارية الإلكترونية، وهذا بقيام أحد الموردين الإلكترونيين بعرض السلع والخدمات على أساس ذات جودة عالية وهي في الحقيقة عكس ذلك، أو إخفاء بعض الحقائق كانهاء تاريخ صلاحية السلع والمنتجات وعرضها على أساس تخفيضات السنة إلى غيرها، حيث يقوم الزبون الإلكتروني على هذا الأساس بطلب هذه السلعة أو الخدمة إلا أنه يتفاجأ عند التسليم أنها غير التي تم ترويج لها، ويعتبر الترويج المضلل من أكثر الجرائم التي تحدث في

المعاملات التجارية الإلكترونية، وقد عرفها المشرع الجزائري في القانون 02-04 (القانون 02-04) يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، (2010) الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية هو كل إشهار مضلل خصوصا اذا كان يتعلق بالتصريحات أو بيانات أو تسهيلات لخدمة أو سلعة أو منتج أو كمية أو وفرة أو أي عناصر تحدث التباس مع تاجر آخر متعلقة بمنتجاته أو سلعته أو خدماته أو نشاطه، أو إعلان بتوفر سلعة في المخزون وبكمية كافية وهي في الحقيقة غير متوفرة ولا يضمن الخدمات التي تم الإشهار بها نتيجة ضخامتها، و باعتبار الإعلان التجاري هو الدافع الذي من خلاله يقع المستهلك الإلكتروني ضحية للإعلانات المضللة من قبل المورد الإلكتروني الذي يتخذ جميع الطرق المضلة من أجل بيع سلعته أو منتج أو خدمة أو نشاط، وعلى هذا الأساس ألزم المشرع الجزائري في المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية على مزود الخدمة أن يكون العرض الإشهاري الإلكتروني عن طريق السمع البصري ومكتوب بشكل واضح ومفهوم للعامة يحدد من خلاله طبيعة السلع والخدمات المتوفرة والسعر وآجال التسليم والمدة الزمنية المعقولة المتعارف عليها في المعاملات التجارية، والخدمة ما بعد البيع خصوصا في مجال السيارات الجديدة التي تتطلب من المورد توفير سلعة لأن هذا نوع من السلع يعتمد بالدرجة الأولى على التغيير في قطع الغيار في فترة محددة لا تتطلب الانتظار والأعطال المتكررة التي تتطلب الإصلاح عن طريق تبديل القطعة بقطعة أخرى، وكيفية احتساب السعر اذا كانت العملية تتطلب إجراءات شحن أخرى اذا لم يكن بإمكان تحديد مسبقا، نظرا لطبيعة التجارة الإلكترونية المرنة حيث يصعب التحكم في الظروف التي تتدخل عند إيصال الطلبية للزبون، وعلى مورد الخدمة الإلكترونية أن يقدم للزبائن جميع تعريفات الأسعار الإضافية حتى يتسنى له مقارنتها بالخدمة المتحصل عليها، وموعد تسليم السلعة في الآجال المتفق عليها، وعدم دفع المسبق من قبل المستهلك إلا بعد توفر الطلبية في المخزن، وفي حالة الإخلال بهذه الالتزامات من قبل مورد الخدمة يتعرض إلى عقوبات نصت عليها المادة 39 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري حيث يعاقب بالغرامة من 50,000 دج إلى 500,000 دج، وكذلك يجوز لقضاة الموضوع أن يأمرؤا بتعليق نفاذه إلى جميع المواقع الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز 06 أشهر، وكذلك نجد أن المشرع السعودي تصدى لهذا النوع من جرائم التجارة الإلكترونية في المادة 18 من قانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث جعل لها عقوبات مالية لا تزيد عن مليون ريال سعودي وكذلك غلق الموقع الإلكتروني مع إيقاف من مزاوله قيامه بالتجارة الإلكترونية، من هذا المنطلق لا يمنع من إفادة المتهم بعقوبة الحبس على مورد الخدمة في حالة ثبوت تهمته قيامه بإيقاع ضحاياها في جريمة الإعلان الكاذب والمضلل النصوص عليها في قانون العقوبات أو قانون آخر لدى المملكة (احمد محمد عبد الله، 2023، صفحة 1823).

أما المشرع المصري في المادة 04 من قانون حماية المستهلك 181 لسنة 2018 فقد ألزم المورد الخدمات بوضع جميع المواصفات الأساسية للمنتج، البلد التي تم فيها صناعة المنتج والسعر، أو أي بيانات أخرى تطلبه اللائحة التنفيذية لهذا القانون، وتكون العقوبة في حالة الإخلال بغرامة لا تقل عن 10,000 جنيه ولا تزيد 500,000 جنيه حسب المادة 64 منه.

ثالثا: حماية المستهلك الإلكتروني في العدول عن المعاملات التجارية الإلكترونية

يتفق أغلب الفقهاء أن من أسباب حماية المستهلك الإلكتروني في العدول عن المعاملات التي يقوم بها في الفضاء الإلكتروني، هي نتيجة لنقص الخبرة لديه (عبد الرحمان، 2013، صفحة 13)، تجعله لا يستطيع التمييز بين المنتج ذو الجودة أو الرديئة مما يسبب له نوع من الاضطراب في القرارات التي يتخذها خصوصا مع كثرة الإعلانات والدعايات التي تروج للمنتجات والسلع المعروضة على المواقع الإلكترونية، وكذلك يمنح للمستهلك الإلكتروني الحماية بصفته الطرف الضعيف، حتى لا يكون مصيره الندم من خلال المغامرة في اقتناء المستلزمات من المواقع الإلكترونية، فالعدول يسمح للمستهلك الإلكتروني إعطائه مهلة إضافية للتروي والتدبر في ما يخص إبرام العقد ويعد حق العدول من النظام العام لا يمكن التنازل عنه ولا يجوز تقيده بأي شكل من الأشكال (مرغني حيزوم، 2020، صفحة 83)، لكن العدول لا يتم إلا بشرطين وهما:

1- الرضا في العدول يكون من قبل مورد الخدمة الذي يجب عليه أن يضع في الحسبان أن السلعة أو الخدمة التي يقدمها قابلة للعدول عنها من قبل المستهلك الإلكتروني عند القيام بالتعاقد الإلكتروني، حيث لم يتكلم المشرع الجزائري ولا الفرنسي عن كيفية الرضا من عدمه من قبل مورد الخدمة، لكن على المستهلك الإلكتروني أن يقوم بإجراء يعلم فيه مزود الخدمة عن قرار العدول، ومسألة تحديد العدول في المجال الإلكتروني يكون بالإثبات سواء عبر البريد الإلكتروني أو موقع مورد الخدمة الإلكتروني برسالة موصى بها أو حتى عن طريق محضر إثبات الحالة، وهذا حتى لا يتعرض المستهلك الإلكتروني إلى الوقوع في المنازعات القضائية من طرف مورد الخدمة الإلكترونية في حالة إنكار تبليغه (عبد الرحمان ، 2013، صفحة 16).

2- احترام المدة القانونية وقد حددها المشرع الجزائري بأربعة أيام حسب المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ونعتبرها غير كافية لأن بعض السلع والمنتجات تتطلب مدة زمنية أكثر لمعرفة مدى جودتها، مع إرجاع المبلغ المدفوع والنفقات الخاصة بإعادة إرسالها من قبل مزود الخدمة الإلكترونية في مدة لا تتجاوز خمسة عشر يوم من تاريخ استلامه للسلعة، وفي المقابل نجد أن المشرع المصري في المادة 21 من قانون حماية المستهلك 181 لسنة 2018 حددها بأربعة عشر يوم من استلامه للسلعة ويلتزم مورد الخدمة الإلكترونية بإرجاع المبلغ المدفوع من قبل المستهلك الإلكتروني في مدة لا تتجاوز سبعة أيام، أما المشرع الفرنسي فقد حددها بسبعة أيام في قانون المستهلك، حتى ولو كانت المدة التي حددها المشرع المصري غير كافية لكن مقارنتها بالمدة التي حددها المشرع الجزائري معقولة نوعا ما، أما من جانب استرجاع المبلغ في مدة أقصاه سبعة أيام في اعتقادنا أنها مدة منطقية والأجدر بالمشرع الجزائري أن يحدو المشرع المصري في هذه المسألة.

يجب على المستهلك الإلكتروني قراءة القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، وهذا نظرا لأن هناك سلع وخدمات لا يمكن استرجاعها أو العدول عنها نتيجة لطبيعتها، حيث نجد في قانون حماية المستهلك الفرنسي مثلا في المادة 121 استثنى في بعض العقود حق المستهلك الإلكتروني في حق العدول كالسلع والخدمات التي يتم صنعها وفق المعيار الذي حدده المستهلك الإلكتروني، أو مطالبه الشخصية، أو بحسب طبيعتها لا يمكن إعادتها لمورد الخدمة الإلكترونية المنتوجات السريعة التلف والهلاك.

رابعا: حماية المستهلك من الاحتيال الإلكتروني

من أكثر الجرائم انتشارا في الوقت الحالي جريمة الاحتيال أو كما يسميها المشرع الجزائري جريمة النصب في المادة 372 من قانون العقوبات التي تحتل المرتبة الأولى في الجرائم خاصة في المجال الرقمي، حيث وجدت بيئة خصبة سهلت الوصول إلى أعداد هائلة من الضحايا عبر الوسائط الإلكترونية خاصة الفيسبوك نظرا لاستعماله بأعداد متزايدة خاصة في الجزائر، حيث يقوم المحتال الإلكتروني بالتلاعب بعقول الضحايا بإلهامهم أن السلعة المراد بيعها موجودة ومتوفرة ذات جودة عالية وبأسعار معقولة، مع استعمال وسائل احتيالية خاصة لإيقاع ضحاياه كترويج لسلعة مقلدة تشبه المنتج الأصلي مع بيعه للمستهلك بثمن رخيص على أنها سلعة أصلية من قبل المورد الإلكتروني المحتال (سامية ، 2021، صفحة 234).

المشرع الجزائري في المادة 372 من قانون العقوبات أعطى صور للاحتيال التقليدي نقوم بإسقاطها على جريمة الاحتيال في العالم الرقمي، إن الصور الأكثر شيوعا في جريمة الاحتيال الإلكتروني هي:

1- سلطة خيالية

تكون هذه السلطة عن طريق الاحتيال على الزبائن بأن له سلطة أو وساطة من خلالها يستطيع جلب سلع غير متوفرة في الأسواق أو الخدمات خاصة، وهذا عن طريق الدفع المسبق مع توفير الخدمة بعد أسبوع أو أيام، فيقع الزبون الإلكتروني ضحية للاحتيال الإلكتروني.

2- إحدات أمل بالفوز

يقصد به تحقيق مكاسب مادية للمستهلك الإلكتروني من خلال مشاركته في المسابقة التي ينظمها المورد الخدمة الإلكتروني الوهي بالفوز بمقدية إذا اشترت من ضمن الأوائل، أو إذا شاركت هذا الإعلان عن المنتج مع الأصدقاء آخرين تتحصل على المنتج مجاني، أو غيرها من أساليب الاحتيال بالفوز.

3 - استعمال أسماء أو صفات كاذبة

تتم جريمة الاحتيال باستعمال المحتال لأسماء أو صفات غير حقيقية حتى ولو لم يصحب ذلك استعمال مناورات احتيالية، كأن ينتحل صفة الغير أو اسم بحيث يوقع ضحاياه من خلالها فتكون لتلك الادعاءات أثر في أنفسهم يجرمهم لتصديقها، لكن بشرط ألا يكون الادعاء واضح أن القائم بالاحتيال يظهر للعيان أنه يقوم بالكذب على ضحاياه بحيث يتبين حقيقة للشخص العادي (أحسن ، 2018، صفحة 314).

الاسم الكاذب إلكترونيًا يكون باستعمال مورد الخدمة المحتال الإلكتروني اسم شركة أو مؤسسة مشهورة من خلالها يوقع بضحاياه، أما الصفة الإلكترونية بادعائه أنه تاجر إلكتروني.

بما أن المشرع الجزائري ذكر في المادة 372... أو أي واقعة أخرى، من هذا المنطلق وسع المشرع الحماية إلى وسائل أخرى يلجأ إليها مورد الخدمة المحتال الإلكتروني، وبالرجوع إلى الاحتيال الإلكتروني نجد العديد من الوسائل يستخدمها المحتال للإيقاع بالزبائن الإلكترونيين، من أهمها:

4- الاحتيال عن طريق البريد الإلكتروني

وهي إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني تبدو كأنها من مصدر موثوق كالبنوك أو الشركات التجارية الكبرى، حيث تطلب من المستهلك الإلكتروني تقديم معلومات أو بيانات شخصية أو مالية مثل كلمات المرور أو أرقام الحسابات.

- الاحتيال عبر الشبكات التواصل الاجتماعي

يتم من خلال إنشاء حسابات وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي لإقناع المستخدمين بالكشف عن معلوماتهم الخاصة أو تنزيل برامج ضارة، للوصول إلى معلومات وبيانات المستهلك الإلكتروني.

بما أن المشرع الجزائري لم يورد نصوص وقواعد خاصة لجريمة الاحتيال الإلكتروني نطبق عليها القواعد العامة من خلال قانون العقوبات، حيث عاقب المشرع الجزائري على جريمة النصب أو الاحتيال في المادة 372 من قانون العقوبات من سنة إلى خمس سنوات، بالغرامة 20,000 دج إلى 100,000 دج، مع العقوبات التكميلية التي نصت عليها المادة 9 مكرر 1 الحرمان الجاني من حقوقه الوطنية والمدنية والعائلية لمدة لا تزيد عن خمس سنوات، والمنع من الإقامة لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر.

إلا أننا نجد جملة من الإرشادات يجب أن يتبعها المستهلك الإلكتروني حتى لا يقع في الاحتيال الإلكتروني التي جاءت على شكل التزامات على مورد الخدمة أن يقدمها، وقبل التعاقد على الزبون الإلكتروني أن يطلع عليها، حيث نصت عليها المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية وهذا ليس على سبيل الحصر وإنما على سبيل المثال وهي:

1- رقم التعريف الجبائي هو عبارة عن رقم تصدره مصلحة الضرائب، الذي يتوفر على جميع البيانات المتعلقة بالمورد الخدمة سواء كان شخص طبيعي أو معنوي؛

2- العناوين الخاصة لمورد الخدمة سواء الشركة التي يتم من خلالها صنع المواد أو التخزين أو المؤسسة التي تعرض خدمات أو عنوان السكن الخاص بصاحبها أو العنوان الإلكتروني الخاص بالشركة أو المؤسسة ورقم الهاتف الخاص لمورد الخدمة؛

3- رقم السجل التجاري الخاص بمورد الخدمة حتى يتبين أن الشخص الذي يتعامل معه المستهلك الإلكتروني أنه نظامي. كذلك التحقق من مصداقية الموقع خاصة تتبع التعليقات من مستهلكين إلكترونيين سابقين ومعرفة من خلالها تقييماتهم من المنتج والسلع المقدمة هل صحيح حقيقية أم وهمية.

خامسا: حماية المستهلك الإلكتروني من القرصنة الإلكترونية

حماية البيانات من القرصنة أصبح من الأمور الضرورية، وهذا نظرا لكثرة الاعتماد على استعمال تكنولوجيات المعلومات، أصبح الأشخاص عرضة لأنواع شتى من الأساليب التي يبتكرها قراصنة المواقع الإلكترونية من أفراد ومنظمات تحترف الاختراق للحصول على البيانات الشخصية لبطاقات الدفع الإلكتروني، ومن أهم طرق القرصنة نجد:

1- أسلوب التضخيم البريد الإلكتروني

يعرف بأنه إرسال العديد من الرسائل بشكل كبير ومتكرر إلى البريد الإلكتروني، مما يترتب عليه عرقلة في السير العادي للنظام المعلوماتي، وعرفه آخرون أنه إرسال المجرم لعدد كبير من الرسائل دفعة واحدة إلى البريد الإلكتروني من خلال شبكة الأنترنت، باستخدام تطبيقات خصيصا للاكتشاف عناوين البريد ثم القيام باستهداف الضحية (عبد الله بن محمد ، 2023 ، صفحة 1412).

2- أسلوب الخداع

حيث تتم العملية من خلال إنشاء مواقع وهمية عبر شبكة الأنترنت بأسماء مواقع تجارية تعرض جميع الخدمات والسلع، تبدو كالموقع الأصلي خصوصا المواقع الشهيرة كالفيسبوك والانستغرام وتويتر واليوتيوب وغيرها، وبمجرد الدخول بوضع كلمة المرور والبيانات المتعلقة بالبطاقات الدفع الإلكتروني من كلمة السر، يكون قد تم الاطلاع على جميع المعلومات ويقوم بسرقة جميع الأموال الموجودة داخل الحساب المصري.

3- أسلوب الاختراق

وهو الدخول إلى النظام المعلوماتي بطريقة غير شرعية بهدف الوصول إلى البيانات المتعلقة ببطاقة الدفع الإلكترونية للمستهلك الإلكتروني وهذا باستغلال ما يعرف بالثغرات الأمنية الموجودة داخل النظام والشبكات ويتم النفاذ من خلالها، ومن نقاط الضعف الموجودة في نظام المعلومات الأبواب الخلفية وهي عبارة حساب مستخدم مخبأ بالنظم والتطبيقات، ويرجع إليها في حالة نسيان كلمة السر، والأمر الذي يسهل من عملية القرصنة أن كلمة المرور لا تتغير أي غير قابلة لتغيير (محمد كمال ، 2021 ، صفحة 63)، وبهذا يكون هدف سهل للوصول إلى المعلومات التي تخص المستهلك سواء عبر جهازه الخاص أو المواقع والصفحات التي يقتني من خلالها حاجياته.

4- البرمجيات الخبيثة

وهو عبارة عن برنامج يتم تثبيته على جهاز المستخدم بهدف التجسس وسرقة البيانات، من أهمها: فيروسات وهي برامج ضارة تم تصميمها لتسلل إلى أنظمة الكمبيوتر أو الأجهزة الإلكترونية بهدف سرقة المعلومات الخاصة بالمستهلك الإلكتروني، كالفيرسات البيولوجية وتنقل من حاسوب إلى آخر وغالبا تقوم بتكرار نفسها بشكل تلقائي، حيث تؤدي إلى سرقة بيانات المستهلك الإلكتروني ومن أشهرها فيروس الملفات وفيروسات التمهيد وفيروسات حصان طروادة وفيروسات الفدية وفيروسات الرسائل. وكذلك الديدان هو نوع من البرمجيات الخبيثة التي تنتقل وتتكاثر بشكل مستقل عبر الشبكات أو الأنترنت دون الحاجة إلى تدخل أو تفاعل مباشر من المستخدم، وتنقل وتنتشر عبر الثغرات الأمنية في الأنظمة، وقد تصيب عدة أجهزة في وقت قصير.

جرم المشرع الجزائري فعل القرصنة في المادة 394 مكرر من قانون العقوبات الجزائري (قانون رقم 24-06 والمتضمن قانون العقوبات، 2024) حيث نص على السلوك الإجرامي من فعل الدخول والبقاء عن طريق الغش بالاستيلاء على المعلومات أو البيانات بصورة غير

مشروعة، من خلال القدرة على الحصول على كلمة السر عن طريق ملتقط الموجات الكهرومغناطيسية الصادرة من الحاسوب أو الهاتف المحمول الذكي في حالة تشغيله، وباستعمال هوائيات خاصة مرتبطة بجهاز آخر (معر ، 2021، صفحة 221)، وعاقب المشرع الجزائري عليها بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين، وبالغرامة من 60,000 دج إلى 200,000 دج، وتضاعف العقوبة إذا تم حذف أو تغيير في البيانات حيث تصبح العقوبة من سنة إلى أربع سنوات حبس، والغرامة من 120,000 دج إلى 400,000 دج. أما إذا تم الاختراق الحاسوب أو الهاتف المحمول الذكي تكون العقوبة من سنة إلى ثلاثة سنوات حبس، والغرامة 100.000 دج إلى 300.000 دج. والمادة 394 مكرر 2 نصت على كل من يقوم بتصميم برامج معدة للقرصنة النظام المعلوماتي الموجه خاصة ونحن بصدد المستهلك الإلكتروني بالعقوبة من سنة إلى خمس سنوات حبس، وبالغرامة 1,000,000 دج إلى 5,000,000 دج.

الخاتمة

وفي الأخير يعتبر حماية المستهلك الإلكتروني من المعاملات التجارية الإلكترونية من الركائز الأساسية لضمان استدامة هذه التجارة ونجاحها، مع تزايد الاعتماد على الأنترنت في عمليات الشراء والبيع تبرز الحاجة إلى تنظيم قوانين واضحة وفعالة تحمي المستهلك الإلكتروني من الممارسات غير القانونية كالغش والتلاعب بالبيانات واختراق الخصوصية، كما يتعين على موردين الخدمة الإلكترونية الالتزام بتوفير بيئة آمنة للتعاملات الإلكترونية، وضمان جودة المنتجات والخدمات المقدمة، وفي الوقت نفسه ينبغي تعزيز الوعي بين المستهلكين حول حقوقهم وسبل حماية أنفسهم من المخاطر المحتملة من خلال الجهود المشتركة بين مؤسسات الدولة والمتعاملين الاقتصاديين الإلكترونيين وزيائن الأنترنت، وهذا ببناء ثقة أكبر في التجارة الإلكترونية وتحقيق بيئة آمنة ومستدامة تساهم في نمو الاقتصاد الرقمي بشكل عادل وفعال.

وقد تم التوصل لمجموعة من النتائج والتوصيات نوردتها فيما يلي:

النتائج

- المستهلك الإلكتروني هو شخص طبيعي أو معنوي يقتني حاجياته عبر الأنترنت، عن طريق وسائل الدفع الإلكترونية من بطاقة الائتمان وغيرها، الفرق بين المستهلك التقليدي والمستهلك الإلكتروني تكمن في الوسيلة الإلكترونية.
- مورد الخدمة الإلكترونية هو شخص طبيعي أو معنوي يقدم خدمات أو نشاط أو إنتاج عبر المواقع الإلكترونية والمنشآت والصفحات عبر الفضاء السبراني.
- يعتبر المستهلك الإلكتروني الحلقة الأضعف في العلاقة التعاقدية الإلكترونية، وعليه تقع كل عمليات الاحتيال والنصب عليه.
- لا يوجد اختلاف بين المعاملة التجارية التي تتم عبر الإنترنت عن نظيرتها التقليدية، إلا في الوسيلة المستعملة التي تعتبر حجر زاوية وعليه تكمل الحماية الخاصة لهذا النوع من المعاملات.
- إن احترام الخصوصية من قبل موردين الخدمة الإلكترونية عند جمع البيانات الخاصة بالمستهلك الإلكتروني الضرورية يعزز الثقة ويساهم في زيادة الطلب على هذا نوع من المعاملات، وذلك بالتفديد بمبدأ السرية في المعاملات التجارية الإلكترونية.
- تعتبر المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية الضمانة الحقيقية للمستهلك الإلكتروني للولوج في عالم الاقتصاد الرقمي.

التوصيات

- على المشرع الجزائري أن ينص على عقوبة الاحتيال الإلكتروني بمادة صريحة دون رجوع إلى نصوص التجريم العامة المقررة بموجب المادة 372 من قانون العقوبات.
- إعطاء مدة أطول للمستهلك الإلكتروني عند العدول حتى يتسنى له الوقت الكافي للتدارك، سواء في الاختيار أو معرفة جودة المنتج.
- العمل من قبل الهيئات الخاصة بحماية المستهلك على نشر التوعية وتعليم المستهلك الإلكتروني من خلال حملات تحسيسية حول كيفية التعامل بأمان مع المعاملات التجارية الإلكترونية والتأكد من شرعية المواقع الإلكترونية وبث فيه ثقافة التبليغ.

- تعزيز ثقة المستهلك بالتجارة الإلكترونية من خلال توفير الحماية القانونية له، حتى يزداد اعتماده على المعاملات التجارية عبر الفضاء السبراني، مما يساهم في نمو الاقتصاد الرقمي.
- العمل على نشر ثقافة التسوق عبر شبكة الإنترنت، من قبل وسائل الإعلام والمجتمع المدني، بضرورة الحصول على فواتير بجميع المقتنيات التي تمت إلكترونيًا، وتشجيع على التبليغ الفوري عن أي موقع أو حساب إلكتروني وهمي، تعرضوا من خلاله إلى الاحتيال.
- ضرورة تأهيل مؤسسات أو هيئات خاصة لتحقيق في جرائم التجارة الإلكترونية، تكون على دراية تامة ما يحدث في عالم التجارة الرقمية.
- التعاون الدولي في مجال حماية بيانات المستهلك الإلكتروني من الانتهاكات التي يتعرض لها.

قائمة المراجع

1. أحسن , ب . (2018). الوجيز في القانون الجزائري الخاص . (Vol. 20) الجزائر: دار هوميه.
2. احمد محمد عبد الله، أ. (2023). الأحكام الإجرائية والموضوعية لتجارة الإلكترونية في الأنظمة السعودية ولوائحها التنفيذية. البحوث الفقهية والقانونية , 41, 1823.
3. القانون 02-04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية , (2010). غشت 15. (41) .
4. القانون 05-18، يتعلق التجارة الإلكترونية . (2018) . المؤرخ في 11 شعبان 1439 الموافق ل 10 مايو .
5. القانون رقم: 03-09 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. (المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق 25 فبراير 2009).
6. المرسوم تنفيذي رقم 251-19 ، الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني . مؤرخ في 16 شوال عام 1441 الموافق 8 يونيو سنة 2020 . (المؤرخ في 18 رجب عام 1439 الموافق 5 أبريل سنة 2018).
7. حسن , ط . (2013). التوقيع الإلكتروني في القانون الجزائري والتشريعات المقارنة . الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية. 541, 04 ,
8. سامية , أ . (2021). سامية العايب، الحماية الجزائرية للمستهلك من جريمة نصب الإلكتروني . هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية , (03)05 , 234.
9. عبد الرحمان , خ . (2013). ، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري) دراسة مقارنة . جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية , (01)27 , 13.
10. عبد الله بن محمد , أ . (2023). جرائم الاعتداء المتعمد على سلامة نظام المعلومات الإلكتروني وفقا لنظام السعودي . البحوث الفقهية والقانونية , 43, 1412.
11. عبود زرقين، و شوقي جبار . (2010). تعزيز دور التجارة الإلكترونية في تنمية الاقتصاديات العربية. 02، 149.
12. عشير , أ . (2022). النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري . الفكر القانوني والسياسي. 718, (06)02 ,
13. عماد الدين، ب . (2019). ، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية . القانون والتنمية المحلية. 128, (01)02 ,
14. قانون رقم 04-15 . مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق أول فبراير سنة 2015 . (يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين).
15. قانون رقم 06-24 والمتضمن قانون العقوبات , (2024) . أبريل 28 . (يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1966).
16. لانامي حمود , س. أ. & إبراهيم , ص. أ. (2022). الإطار القانوني لحماية المعاملات التجارية الإلكترونية في القانون الأردني والمقارن . المجلة العربية لنشر العلمي. 270-272, 42 ,
17. لدعش, س . (2017). حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت بين الواقع والضرورة . الحقوق والحريات جامعة محمد خيضر , 361, 04 ,
18. محمد كمال , أ. م . (2021). ، الحماية الجنائية لسرية المعلومات الإلكترونية . (Vol. 01) مصر: در الفكر والقانون للنشر والتوزيع.
19. مرغني حيزوم , ب . (2020). .حق المستهلك الإلكتروني في العدول . ايليزا للبحوث والدراسات. 83, (01)05 ,
20. معمر , ب . (2021). جريمة اختراق البريد الإلكتروني . الباحث الأكاديمي في العلوم القانونية والسياسية. 221, 07 ,
21. هاجد بن عبد الهادي , أ . (2022). المحافظ الإلكترونية دراسة تأصيلية تطبيقية . العلوم الإنسانية والإدارية. 04, 27 ,