

سبل ووسائل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي في التشريع الجزائري.

## Ways and means of protecting the electronic consumer from the risks of the digital economy in Algerian legislation.

مسكين حنان

كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة سعيدة

[meskinehan1991@gmail.com](mailto:meskinehan1991@gmail.com)

مخلوف مخلوف\*

كلية الحقوق جامعة عين تموشنت

[makhlouf.makhlouf@univ-temouchent.edu.dz](mailto:makhlouf.makhlouf@univ-temouchent.edu.dz)

تاريخ النشر: 30-01-2026

تاريخ القبول: 02-07-2025

تاريخ الإيداع: 20/04/2025

### ملخص:

أثار التعاقد عبر الإنترنت الكثير من الإشكالات والتساؤلات القانونية، والتي لعل من أهمها ما تعلق بحماية المستهلك الإلكتروني باعتباره الحلقة الأضعف في العقود الاستهلاكية، وذلك مقارنة بالمهني أو المحترف، ومن ناحية أخرى كثر استخدام وسائل الغش والتحايل في مثل هذه المعاملات مما استدعى سن نظام قانوني متكامل يهدف بالأساس إلى حماية المستهلك وترقية وعيه حول موضوع الاستهلاك الرقمي.

ومن هذا المنطلق يأتي هذا المقال بغرض التعرض إلى أحد أهم الجوانب المتعلقة بموضوع الاستهلاك والمستهلك، وسبل حماية هذا الأخير في ظل تطور توجهاته وسلوكياته نحو التسوق والاستهلاك عن طريق الأسواق والمتاجر الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني؛ حماية المستهلك؛ التجارة الإلكترونية؛ المعاملات التجارية الإلكترونية؛ مخاطر الاقتصاد الرقمي.

### Abstract:

Online contracting has raised numerous legal issues and concerns, perhaps the most significant of which relates to the protection of the electronic consumer, who is considered the weakest link in consumer contracts, compared to professional or expert contracts. Furthermore, the widespread use of fraudulent and deceptive means in such transactions has necessitated the enactment of a comprehensive legal system aimed primarily at protecting the consumer and raising their awareness of the subject of consumerism.

Based on this, this article aims to address one aspect related to the consumer and ways to protect them in light of the evolution of their attitudes and behaviors toward shopping and consumption via online markets and stores.

**Keywords:** E-consumer; consumer protection; e-commerce; e-commerce transactions; digital economy risks.

\* مخلوف مخلوف

## مقدمة:

لقد عمدت جل التشريعات العالمية إلى توفير حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني، وهذا كله مواكبة للأوضاع التعاقدية المستحدثة، والتي شهدتها الأزمنة الأخيرة مسايرة بذلك أيضا التطور التقني و التكنولوجيا الذي مس جل القطاعات والميادين وعلى وجه الخصوص منها ميدان المعاملات المالية، فظهور فكرة التجارة الإلكترونية وما رافقها من مواضيع أخرى كالعقود الإلكترونية، و بطاقات الدفع الإلكترونية الممغنطة، والتوقيع والمصادقة الإلكترونيين، كله أثر تأثيرا كبيرا ومباشرا على النظام القانوني للعقود التقليدية المألوفة في نطاق المعاملات، فظهر ما يسمى بالتسويق والتسوق الإلكتروني الافتراضي عبر الحدود والدول، وما تبع هذا الأخير من إجراءات تهدف للوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه في غالب الحالات، ولكن على الرغم من التسهيلات التي توفرها طرق التعاقد الإلكتروني إلا أنها تنطوي على عدد من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المستهلك كالغش أو التدليس والتحايل أو النصب عليه و تضليله، وغيرها من الأخطار التي تحتاج إلى أن يحى منها المستهلك الإلكتروني قانونا حتى لا تضيق حقوقه أو يكون ضحية جرائم معينة.

ومن هذا المنطلق برزت الحاجة لحماية المستهلك في السوق الإلكترونية التي تنشأ في فضاء لامادي، فعنصر الثقة في السوق الإلكترونية يعد من أهم المتطلبات التي يحتاجها المستهلك في سبيل تلبية حاجياته الشخصية وإشباعها، بحيث أن الحماية القانونية اللازم توفيرها للمستهلك الإلكتروني في جميع مراحل إبرامه للعقد الإلكتروني سواء تعلق الأمر بمرحلة أو فترة ما قبل التعاقد، أو أثناء الإبرام، وحتى في مرحلة تنفيذ هذا العقد تعتبر جد مهمة، خاصة وأن المستهلك كما أسلفنا الذكر قد يكون طرفا ضعيفا في هذه العلاقة، ففي مثل هذه الحالة قد يكون محتاجا لسلعة محددة بصفة مستعجلة، فيجد نفسه خاضعا لشروط مجحفة في حقه، فالبائع أو المورد الإلكتروني شخصا طبيعيا كان أم شركة عادة ما يكون هو الطرف القوي في هذه العلاقة في مقابل أو مواجهة المستهلك.

ولما كان من الضروري والواجب توفير حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني- باعتباره الطرف الضعيف- بسبب ما قد يصادفه من مخاطر غير مألوفة بالنسبة له في عملية تسوقه عبر شبكة الإنترنت، فقد سعت العديد من التشريعات إلى محاولة حمايته وضمان سلامته، وكذا سلامة أمواله، وذلك من خلال إقرار مجموعة من النصوص القانونية التي وعلى اختلاف مستوياتها إلى أنها تتفق من حيث الهدف وهو كفالة الحد الأدنى من حقوقه وضمان حاجاته الشخصية بأفضل شروط ممكنة من الناحيتين الاقتصادية والقانونية، وفي المقابل تركت بعض التشريعات الأخرى أمر هذه الحماية للقواعد العامة المقررة في ظل المعاملات العادية، والتي لا تتماشى بتاتا مع الوسط الرقمي والمستهلك الإلكتروني على حد سواء، من هنا يمكن طرح الإشكالية التالية: ماهي مختلف الوسائل التي يمكن من خلالها حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى محورين أساسيين نعالج في الأول منهما: المستهلك الإلكتروني ومخاطر تطبيقات الاقتصاد الرقمي، والثاني: وسائل وطرق حمايته من مخاطر الاقتصاد الرقمي.

## المحور الأول – المستهلك الإلكتروني ومخاطر تطبيقات الاقتصاد الرقمي.

نظرا لاتساع عدد مستخدمي شبكة الإنترنت على مستوى العالم وتطور عقود التجارة الإلكترونية أصبحت فكرة حماية المستهلك الإلكتروني أكثر ضرورة وذو أولوية مطلقة، ونالت الكثير من الاهتمام على مختلف المستويات الوطنية منها والدولية، وتنبتق الأهمية العملية من توفير حماية للمستهلك الإلكتروني من فكرة اعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية أو الحلقة الأضعف فيها، وذلك من ناحيتين المعرفية وحتى الاقتصادية، فالرغبة الجشعة في تحقيق الأرباح بسرعة ووفرة دفعت الكثير من التجار أو المنتجين و حتى الموردين و مقدمي الخدمات لإتباع طرق غير مشروعة لغرض الثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة، ومن هذا الموقف تظهر أهمية التعريف بالمستهلك الذي نسعى لتوفير حماية قانونية له.

وعليه فمن خلال هذا المحور سنسلط الضوء على الإطار المفاهيمي لكل من المستهلك العادي و الإلكتروني لنعرج بعد ذلك إلى أهم المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها هذا الأخير جراء تطبيقات الاقتصاد الرقمي.

### أولاً – الإطار المفاهيمي حول حماية المستهلك الإلكتروني.

لم تضع معظم التشريعات المقارنة مفهوما خاصا للمستهلك الإلكتروني، وذلك لعدم وجود فرق بينه وبين المستهلك العادي من حيث شخص المستهلك والهدف من التعاقد، إلا أن الفرق فقط بالوسيلة التي استخدمها كل منهما للتعاقد وخصوصية الحماية للعقد الإلكتروني المبرم، حيث أن هذا النوع من التعاقد يتم عن بعد، وبالتالي فإن الحماية المقررة له يجب أن تتمتع بطبيعة وقواعد خاصة عن تلك المقررة في التعاملات الأخرى.

وعليه يمكن تعريف المستهلك الإلكتروني على أنه: " ذلك الشخص الذي يبرم عقود الكترونية واردة إما على شراء أو إيجار أو قرض و انتفاع وغيرها، الهدف منها توفير ما يكون في حاجة إليه من سلع أو منتجات وخدمات لسد حاجياته الشخصية أو حاجات من يعلوهم من أفراد عائلته دون أن يكون القصد من وراء ذلك إعادة تسويقها، وأيضا دون أن تتوفر لديه الخبرة الفنية والتقنية لمعالجة هذه الأشياء أو إصلاحها".<sup>(1)</sup>

كما يمكن تعريف المستهلك المتعاقد عن بعد على أنه: «المستهلك الذي يقوم بإبرام عقد مع مورد بشأن سلعة أو خدمة في إطار نظام بيع أو تقديم خدمات عن بعد من قبل هذا الأخير الذي عادة ما يستعمل تقنيات الاتصال أو التواصل عن بعد بغرض إبرام العقد عن بعد بمعنى إنشاءه، والمستهلك في هذا المعنى كما سبقت إليه الإشارة هو ذاته المستهلك في العقود التقليدية غير أنه فقط يتعامل مع وسائط الإلكترونية». <sup>(2)</sup>

أما على الصعيد القانوني وعلى الرغم من الأهمية العملية والعلمية من تحديد مصطلح المستهلك الإلكتروني، إلا أن جل التشريعات المتخصصة في موضوع التجارة والمعاملات الإلكترونية في أغلب دول العالم قد جانبته التعرض له.

وعلى غرار التشريعات المقارنة تطرق مشرنا الوطني إلى وضع تعريف للمستهلك الإلكتروني الظاهر جليا في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال نص المادة 03/06 منه التي نصت على أن المقصود الحقيقي

(1)- أحمد السيد طه كردي، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية، جامعة بنها، مصر، 2011، ص 09.

(2)- فانت حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص 129.

بالمستهلك الإلكتروني كل شخص طبيعي كان أم معنوي يقتني أو يشتري سواء بمقابل أو بالمجان سلعة أو خدمة بواسطة أدوات الاتصال الإلكتروني من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام أو الاستهلاك النهائي بمعنى الافناء في كل الحالات،<sup>(1)</sup> كما أن المشرع الجزائري أيضا و من خلال نص المادة 02 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أنه وفي إطار تحديد نطاق تطبيق هذا القانون نصت على شمولية تطبيق أحكامه على كل سلعة أو خدمة معروضة للبيع أو مقدمة لغرض الاستهلاك، و أيضا على كل متدخل أو كما يطلق عليه أيضا بالمهني أو المحترف في تشريعات متفرقة وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك<sup>(2)</sup>، فنص هذه المادة بهذا الوجه من الإطلاق لم يحدد طبيعة الوسيلة المعتمدة في العرض للاستهلاك هل هي وسائل عرض عادية تقليدية أم حديثة الكترونية، لذا فالحكم هنا يحتمل الوسيلتين التقليديتين أو الإلكترونية.

### ثانيا - مبررات حماية المستهلك في ميدان التجارة الإلكترونية.

نظرا لتوسع نطاق استخدام الأنترنت في إبرام العقود والمعاملات الإلكترونية عبر كل أرجاء العالم، إضافة إلى خصوصية هذا الفضاء الافتراضي الذي تبرم فيه مثل هذه المعاملات، فإن مسألة حماية الطرف الضعيف في هذه العلاقات و هو عادة المستهلك الإلكتروني بدأ يتبلور مفهومها على صعيد مختلف التشريعات القانونية الوطنية منها والدولية، ولكن هذه الحماية ظهرت نتيجة مقتضيات عديدة منها ما يعود للطبيعة التقنية للوسط الذي تبرم فيه هذه المعاملات، ومنها مقتضيات قانونية.<sup>(3)</sup>

ومن خلال هذه الجزئية سنفصل في أهم الأسباب التي أدت إلى الاهتمام بحماية المستهلك الإلكتروني والمتمثلة في:

#### **1- مقتضيات حماية المستهلك الإلكتروني التقنية.**

والمتمثلة أساسا في:

أ- التطور المعاصر لشبكة الإنترنت: تعد شبكة الانترنت من أحدث وأهم نتائج التقدم التقني الرقمي والتكنولوجي التي تعتمد بالأساس على تفاعل المستهلك مع جهاز الكمبيوتر، فعبثا يمكن الوصول إلى الكثير من السلع والخدمات بطريقة مرنة وسلسة وغير مكلفة، ويشكل التطور التقني الحالي في هذا الجانب واقعا علميا متميزا يأتي كل يوم بالجديد مما يستحب من وراءه أن يساهم في تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية.<sup>(4)</sup>

إلا أن لهذا التطور التقني آثار سلبية لا يمكن تجاهلها تتمثل بالأساس في قهر المستهلك وارغامه على ما يخالف رغبته استجابة منه لاحتياجاته، الأمر الذي يجب أن يؤثر في تغيير الوصف القانوني لعقود التجارة الإلكترونية المبرمة

(1)- المادة 06/3 من القانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، عدد 28 صادرة في 16 ماي 2018.

(2)- المادة 02 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، العدد 15 الصادرة في 08 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج ر، العدد 35، الصادرة في 13 يونيو 2018.

(3) - عزوز سعدي، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، مجلة آفاق البحوث والدراسات، العدد 02، المجلد 02، جوان 2018، ص 261.

(4) - طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية المفاهيم - التحديات - التجارب - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، ط 01 الدار الجامعية،

مصر، 2003، ص 36.

عبر شبكة الإنترنت مقارنة بالبيع المادية العادية التي تتم في أوساط واقعية، ويتمثل وجه الاختلاف هنا في عدم إمكانية المستهلك من معاينة المبيع بطريقة حسية أو الاجتماع مع المزود أو المورد الذي يعد الطرف الآخر في العلاقة في مجلس تعاقدى موحد.

ب- تزايد الحاجة إلى الخدمات الإلكترونية: فحاجة المستهلك أصبحت في الوقت الراهن ملحة إلى الخدمات الإلكترونية، و وجه الميزة في ذلك أنها توفر عدد كبير من عروض المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية وبأسعار معقولة بسبب كثرتها وتنوعها من جهة و كثرة المواقع الإلكترونية التجارية وتعددتها، ومن ثمة زيادة المنافسة بين هذه المواقع وأصحابها من المتعاملين الاقتصاديين على تقديم الأفضل والمناسب للمستهلك، ودون أن ننسى أيضا الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع التي توفرها هذه المواقع، وفي هذا السياق فإننا نؤكد على أنه قد لا توجد اختلافات جوهرية فيما بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، فأهمية الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر شبكة الإنترنت وجودتها وأيضاً سرعتها تساهمان من إقبال جمهور المستهلكين على مثل هكذا خدمات، وتجعل منها موضوع طلب العديد من المستهلكين، ومن هنا برزت الحاجة والدافع لمحاولة إيجاد ضمان حماية كفيلة للمستهلك الإلكتروني.

ت- العوز المعلوماتي والتقني للمستهلك حول موضوع التجارة الإلكترونية: ويتجلى ذلك في عدم معرفته المتقدمة أو المستنيرة بتقنيات الاتصال عن بعد، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجهه عند التعمق في هذه الشبكة، ومثال ذلك فيما يواجهه من عدم استيعابه ومعرفته لما يعاينه أمامه على الشاشة الصغيرة، كما أن عدم معرفته بأصول هذه الشبكة وتفاصيلها قد يؤدي به في غالب الأحيان إلى وقوعه في شرك حيل وخداع وقرصنة محترفي الانترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.<sup>(1)</sup>

## 2-مبررات توفير الحماية القانونية للمستهلك:

إن أهم المبررات التي دفعت إلى وجوب توفير حماية قانونية فعالة للمستهلك الإلكتروني يمكن ردها إلى قصور النصوص القانونية السارية المفعول عن توفير حماية اللازمة للمستهلك الإلكتروني، فباطلنا على جملة النصوص والقواعد التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك العادي بموجب القانون رقم 03-09 و كذا النصوص التنظيمية المطبقة له، يمكننا القول بأنه وإن كانت هذه القواعد على درجة عالية من الأهمية في حماية المستهلك التقليدي، فإنها قد لا تصلح لحماية المستهلك الإلكتروني الذي يبرم تعاقداته في طبيعة تقنية لكونها تتسم بخصوصيات تميزها عن المعاملات التقليدية ، أين المستهلك التقليدي بالمهي وجها لوجه ويتم التعاقد بشكل مادي وملموس، عكس المستهلك الإلكتروني الذي يبرم تعاقدات بدون الحضور المادي للمتعاقد من جهة، ودون إمكانية معاينة السلعة أو خدمة بشكل ملموس، مما يجعله داي للحصول على ضمان أكبر وتبصير أعمق بمحل التعاقد حتى يكون على بينة بما هو مقدم عليه.<sup>(2)</sup>

(1) -بشار طلال موسى، مشكلات التعاقد عبر الانترنت، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2004، ص 16-17.

(2) - ليندة بومحراث، فاعلية القانون رقم 03-09 في حماية المستهلك الجزائري في الألفية الثالثة، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، المجلد 03، العدد 2012، ص 376.

كما ونجد أن المشرع الجزائري وإن كان قد أشار في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 إلى تقنيات الاتصال عن بعد وإمكانية استعمالها في التعاقد.<sup>(1)</sup> غير أنه يبرز جانب النقص في عدم تنظيمه لكيفية إبرام العقود بهذه الوسيلة، وعدم تنظيمه أيضا لأساليب إعلام المستهلك الإلكتروني عن طريق هذه الوسائل، كما لم يتناول مسألة الضمان هل يتم استبدال شهادات الضمان الورقية بشهادات ضمان الإلكترونية<sup>(2)</sup> وغيرها من المسائل التي لم تشير إليها النصوص القانونية الحالية التي قلنا أنها لا تستجيب لمعايير توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل ضرورة التحول نحو الاقتصاد الرقمي.

وتجدر الإشارة إلى أن المركز القانوني للمستهلك في علاقته بالتاجر هو أساس فكرة إحاطته بالحماية القانونية، فالتاجر المحترف أقوى اقتصاديا ومعرفيا خلافا للمستهلك الذي يعاني من الافتقار للمعلومات، فهذا التفاوت بين الطرفين يجعل من المستهلك في موقف للضعيف وعلاقته بالطرف الآخر غير متوازنة.

وبناء على ما سبق فإن خصوصية هذه البيئة التي من خلالها يتم التعاقد تجعل من الوسائل التقليدية لحماية المستهلك ولاسيما تلك التي أفرزتها القواعد العامة، كالقواعد الخاصة بعيوب الإرادة وضمان العيوب الخفية قاصرة على تحقيق الهدف من الحماية وتحقيق التوازن المطلوب في العلاقة بين الطرفين، فيكون مبررا لتدخل المشرع من خلال وضع آليات قانونية لإعادة التوازن إلى العلاقة التعاقدية، ومنع تضرر المستهلك جراء استغلال المحترف لمركزه الأقوى في علاقتهما القانونية.<sup>(3)</sup>

### ثالثا - المخاطر الناجمة عن تطبيقات الاقتصاد الرقمي.

قبل التعرض إلى أهم ما قد يصادف المستهلك من المخاطر والمشاكل في ظل الاقتصاد الرقمي لابد من الإشارة إلى أبرز هذه التطبيقات التي ارتبط مفهومها بالاقتصاد الجديد.

1- أهم تطبيقات الاقتصاد الرقمي: يتصل الاقتصاد الرقمي الحديث بالعديد من التطبيقات التي حققت ولا زالت تحقق فوائد في جميع مجالات الحياة الداعمة للتنمية ومنها:

- أ- التجارة الإلكترونية: وتعرف على أنها: "جميع التعاملات التعاقدية التجارية التي تتم بين شخصين أو أكثر باستخدام وسائل الاتصال الإلكترونية المعروفة ومنها شبكة الانترنت"، وعرفها المشرع الجزائري أيضا من خلال المادة 01/06 من قانون التجارة الإلكترونية على أنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع عن طريق الاتصالات، وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني".
- ب- التسويق الإلكتروني: ويعرف على أنه: "الاستخدام الأدق والمثالي للتقنيات الرقمية الحديثة بما فيها تقنيات المعلومات والاتصالات لهدف تفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات"،<sup>(4)</sup> ومن هنا يظهر

(1) المادة 22/03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ، العدد 58، الصادرة في 18 نوفمبر 2013.

(2) - ليندة بومحراث، المرجع السابق، ص 377.

(3) - إبراهيم حمود مهنا، مبررات حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، مجلة جامعة تكريت للحقوق، المجلد 03، العدد 02 الجزء 01، 2019، ص 62-63.

(4) - سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان، 2001، ص 57.

لنا جليا أن مفهوم التسويق الإلكتروني مرتبط بشكل مباشر بمفهوم التجارة الإلكترونية إذ يعد أدواتها التي من خلالها يتمكن المستهلك الإلكتروني من الوصول على مختلف المعلومات والخدمات التي يحتاجها في تسوقه، والتي توفر له القدر اللازم من المعرفة المتقدمة حول موضوع الشراء ليتمكن في الأخير من اتخاذ قرار الشراء الصحيح.

ت- الاستثمار الإلكتروني: يعرف على أنه ذلك الشكل من أشكال الاستثمار التقني والمعرفي الحديث الذي يقوم بشكل مباشر على تكنولوجيات الاعلام والاتصال لتداول وتبادل المعلومات المالية والاستثمارية الإلكترونية بطريقة فورية، ما يسهم في تجاوز مخاطر الاستثمار المرتقبة كما يقوي مصداقية المعلومة المالية والاستثمارية ويقلل من عاملي التكلفة والوقت في إنجاز الصفقات الاستثمارية، كما تستخدم الانترنت أيضا في التعرف على المؤشرات الاقتصادية العالمية والمحلية<sup>1</sup>.

## 2- المخاطر التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني في الاقتصاد الرقمي.

يتعرض المستهلك الإلكتروني لمخاطر مختلفة عند قيامه بالشراء عن طريق الانترنت، وتتفاوت تلك المخاطر بناء على مجموعة من العوامل، أهمها طبيعة المنتج (سلعة أم خدمة) طبيعة المستهلك الإلكتروني في حد ذاته، ومدى توافر المعلومات، وغيرها.

وعليه يمكن تقسيم المخاطر التي يواجهها المستهلك الإلكتروني إلى صنفين: مخاطر الغش والاحتيال، ومخاطر الاختراق الإلكتروني.

أ- مخاطر الغش والاحتيال: إن طرق الغش والاحتيال في إطار معاملات التجارة الإلكترونية كثيرة ومتعددة ومبتكرة ويمكن ذكر أبرزها فيما يلي:

✓ الترويج لسلعة مقلدة شبيهة بمنتج أصلي: حيث يقوم البائع بعرض منتجات شبيهة بعلامة تجارية معينة ذات جودة عالية، لكن المستهلك يستلم منتج ليس بنفس العلامة أو مقلد ولا يقدم خدمة تضاهي العلامة الأصلية.

✓ انخفاض جودة السلعة: حيث من الصعب تحديد جودة السلعة في التجارة الإلكترونية بدقة، وبالتالي هامش الاختلاف في تحديد جودة السلعة يكون كبير، كذلك إمكانية الحصول على بضاعة مختلفة عما تم الاتفاق عليه.

✓ الدعاية المضللة: يلجأ البائع في بعض المواقف وفي سبيل الترويج لمنتجاته إلى وسيلة الدعاية المضللة، والتي عادة ما تنطوي على مغالطات إعلامية بهدف تحقيق أكبر قدر من الأرباح على حساب المستهلك الذي انخدع من هذه الدعاية.

✓ المواقع الوهمية: حيث يقوم بعض المحتالين بإنشاء مواقع على شبكة الانترنت تقليدا لمواقع كبرى الشركات التجارية، حيث يظهر للمستهلك وكأنه الموقع الأصلي للشركة، ويتم تعديل البيانات.

ب- مخاطر الاختراق الإلكتروني: وهي المخاطر التي قد تنشأ عن استعمال المستهلك للتكنولوجيا فتتعدد هذه المخاطر بشكل لا يمكن معه حصرها، وسنركز من خلال هذا العرض على عمليات الاختراق التي ترتبط بسرية

(1) -فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، مؤسسة الشباب الجامعية، الاسكندرية، مصر 2004، ص 300.

معلومات بطاقات الدفع الإلكتروني للمستهلك، والوصول إلى الملفات التي تحتوي معلومات البطاقات الإلكترونية على خادم المواقع، ويتم الاختراق من طرف أطراف محترفة، ومن خلال جملة من الأساليب نذكرها على سبيل المثال: <sup>(1)</sup>

✓ أسلوب الرسائل الإلكترونية: حيث يقوم القراصنة بصفتهم الجهات المصدرة لبطاقات الدفع الإلكتروني بإرسال رسائل الإلكترونيّة إلى مختلف مستعملي البريد الإلكتروني يطلبون فيها من المستقبلين تجديد معلوماتهم الخاصة كالاسم والعنوان، ومعلومات البطاقة وإرسالها ليتم الحصول على رقم البطاقة ثم اختراق رقمها السري واستعمالها بطريقة غير مشروعة.

✓ أسلوب التجسس: حيث يقوم قراصنة الكمبيوتر باستخدام مجموعة من البرامج تمكنهم من الوصول والاطلاع على بعض أو كل المعلومات والبيانات الخاصة بالشركات التجارية والمؤسسات الناشطة في حقل الانترنت، من أجل الحصول على المعلومات المرتبطة ببطاقات الدفع التي استخدمت عبر الشبكة.

ترتبا لما سبق بيانه يتضح لنا أن ضرورة توفير الحماية القانونية الكفيلة للمستهلك الإلكتروني تكمن في كونه الجانب الأضعف في العلاقة الاستهلاكية، بينما المهنيون أو المحترفون فهم يحتكرون عادة مركز القوة في جل هذه العلاقات نتيجة لما لهم من معرفة تقنية متقدمة سواء بالمنتج أو حتى باستعمال الوسائل و الوسائط الإلكترونية في التعاقد والترويج، وأيضا لأنه في المعاملات الإلكترونية يكون التعاقد في غالب المعاملات إن لم نقل كلها عن بعد، وإضافة إلى ذلك فإنه لا يكون المنتج محل التعاقد خدمة كان أم سلعة بين يدي المستهلك موقنا بوجودها وتوافرها بمواصفاتها المطلوبة والمختارة من قبله، ونظرا أيضا للعدد اللامحدود من المخاطر الرقمية التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية التي تتم عبر الانترنت في جميع أطوارها، ولتجنب المستهلك من سوء ما يقتنيه من سلع وخدمات وكذلك من احتمالية وقوعه كضحية لرغبته الاستهلاكية الخالصة.

لذلك فإنه يستوجب الأمر على المشرع أن يخص موضوع حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية بآليات قانونية فعالة تستجيب لتطلعاته يكون الهدف المبدئي منها تعزيز فرصة إعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يحسن من المركز القانوني والمالي للمستهلك، وليس ذلك على المستوى الوطني فقط بل أن المعاملات الإلكترونية ونظرا لأبعادها الدولية أو العالمية فإنها لا تعرف الحدود والقيود، ومن ثم فهي تمتد لتشمل كافة أنحاء المعمورة مما يستدعي التوجه نحو توحيد قواعد قانونية دولية تعمل على محاولة التنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين، و توسيع مجال الحماية القانونية للمستهلك فبدل ما تبقى وطنية تصبح أو تصير دولية، ومن هنا تظهر أهمية التعريف بالمستهلك والعملية الاستهلاكية قبل أن نمر إلى ما هي الضمانات الواجب توفيرها له <sup>(2)</sup>

(1)- يحيوي محمد، بطاقات الدفع الإلكتروني وتحديات الأمن المعلومات، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول الاتجاهات الحديثة لإدارة السيولة وعصرته ووسائل الدفع العوائق والتحديات، المنعقد بجامعة الجليلي بونعامة خميس مليانة، الجزائر يومي 20-21 أبريل 2016، ص 08.

(2)- أحمد السيد كردي، حماية المستهلك الإلكتروني

لمزيد من المعلومات راجع الموقع الإلكتروني التالي:

[edkordy/posts/275121http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/275121](http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/275121)

## رابعاً – عوائق ضمان حماية المستهلك الإلكتروني.

من العوائق الأساسية لضمان حقوق المستهلك الإلكتروني في الجزائر ما يلي:

- 1- حادثة موضوع التجارة الإلكترونية في الجزائر إذ مازالت في طورها الأول، زيادة إلى ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- 2- محدودية أدوات الأمان والسلامة التي يوفرها التعامل الإلكتروني خاصة وأن جل التعاملات التجارية الإلكترونية تشمل الإدلاء بأرقام البطاقات الائتمانية أو حتى بعض البيانات الشخصية، وهذا ما يجعلها عرضة للسرقة من طرف بعض قراصنة المواقع، وهو الأمر الذي سبب عزوفاً في الاقدام على مثل هذه المعاملات نتيجة تخوف العملاء من هذه الظاهرة.
- 3- عدم وجود تجمعات معتمدة لدراسة أبعاد أسواق التجارة الإلكترونية في الجزائر وكيفية الاستفادة منها بما يلاءم الاقتصاد الجزائري، إضافة إلى غياب بيئة تشريعية وقانونية واضحة المعالم.
- 4- غياب التوعية لدى جمهور المستهلكين حول مخاطر التعامل الإلكتروني، وفي بعض الأحيان حتى الفئات المتعلمة فتكون ضحية للتحايلات التي ينصّبها رواد المواقع.
- 5- قلة أعداد بطاقات الائتمان وندرة التعامل بها لدى المستهلكين الجزائريين، إذ يوجد عدد كبير من الناس لا يمتلك حساب في البنك ولا بطاقة إئتمان.
- 6- عدم ثقة المستهلكين بالباعة الذين لا يرونهم، الذين يفضلون معاينة السلعة وتحسسها قبل إتمام عملية الشراء، وهذا بسبب تخوف ونقص الخبرة لدى المستخدمين، فثقافة التسويق والتجارة الإلكترونية لم تنتشر بعد بين الناس.<sup>(1)</sup>

## المحور الثاني – وسائل وسبل حماية المستهلك من مخاطر الاقتصاد الرقمي.

بما أن المستهلك هو أهم طرف في المعاملات التجارية وثقته تعتبر أساس هذه المعاملات، فإنه يجب التفكير في وسائل وأنظمة تحمي المستهلك الجزائري لتفادي شعوره بعدم الأمان في التعامل في التجارة الإلكترونية، فالمخاطر التي تعترض المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية تتجاوز بكثير حجم الخطر المتوقع أن يصيبه في عقود التجارة التقليدية العادية، لأن مجال التجارة الإلكترونية من جهة أوسع وأشمل، ومن جهة أخرى افتراضي ولا مادي، ومن أهم هذه الوسائل نذكر ما يلي:

### أولاً – الوسائل الإدارية الموجهة لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي.

وتتمثل في قيام هيكل الإدارة الوصية بعدة مهام اتجه موضوع أمن وسلامة المعلومات وذلك ما يمكن حصره في الرقابة والإشراف على أمن المعلومات، ومن بين هذه المهام نذكر:<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> - [https://bouhoo.blogspot.com/2014/04/blog-post\\_321.html](https://bouhoo.blogspot.com/2014/04/blog-post_321.html) 2021-06-22

<sup>(2)</sup> - بوزكري جيلالي، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وآفاق، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال والتسويق،

قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 1، 2015-2016، ص 154-155.

1- السياسية الأمنية المثقفة: وذلك من خلال ما تتيحه من خصائص تقنية النص التشريعي المعروفة لدى مصممي ومعتدي صفحات الويب فهي تشكل أحد أهم وأمن الطرق المتاحة في توفير أقصى درجة من أمن وسلامة المعلومات الالكترونية المتداولة.

2- توفر أمن البيانات: ويطبق ذلك بتوزيع مجموعة من السلطات والصلاحيات حسب الهيكل التنظيمي الداخلي بما يضمن زيادة فعالية المستوى الأمني، و درء أشكال الجرائم والاعتداءات الرقمية، و ذلك بوضع آلية يتم من خلالها النسخ الاحتياطي وتأمين وسائط الحفظ الخارجية بما يكفل أمنها وتحديثها، ويجب صياغة الضوابط المنظمة لعمليات التشغيل وللمبرمج قواعد البيانات ومدراءها، وإدارة الشبكات وخطوط الاتصال وعمليات الإدخال والإخراج والضوابط الأمنية، ولبناء وتشغيل البرامج التطبيقية.

3- توفير قسم متخصص بأمن المعلومات: في هذا الشأن تقوم عادة المؤسسات الكبرى بتعيين مديرا يرأس أمن نظم المعلومات يرتبط بالإدارة العليا ارتباطا مباشرا نظرا لأهمية دوره الرقابي وأهمية التقارير التي يعدها أو يجريها، ويرأس المدير فريقا من المتخصصين والتقنيين في مجال أمن المعلومات من التقنيين ذوي المعرفة المتقدمة في مجال معالجة البيانات والبرمجة حسب نظم التشغيل واللغات المعتمدة في البرمجة و حتى قواعد البيانات المستعملة داخل المؤسسة، والذين يكونون مدربين على عملية التنسيق الأمني كما يحوزون القدرة الكافية والكفيلة في التعامل مع مختلف وأشكال الجرائم والتجريم المعلوماتي التي تطل أو تقع على زبائنها، والحالات الطارئة فيها.

**ثانيا - الوسائل التقنية لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي:** وتتمثل في جملة الإجراءات والتدابير الفنية التي تتبعها مختلف المؤسسات لحماية معلوماتها ومعلومات زبائنها، وأهمها ما يلي:

1- تقنية طبقات الفتحات الآمنة(SSL): والمقصود بذلك برنامج به بروتوكول تشفير وترميز متخصص في عملية نقل وتحويل البيانات والمعلومات المشفرة بسهولة بين جهازين عبر شبكة الإنترنت بطريقة آمنة ومحصنة، بحيث لا يمكن لأي كان من الأشخاص قراءتها أو التعرف على محتواها غير المرسل والمرسل إليه، وتبلغ درجة التشفير فيها مستويات متقدمة، بحيث أنه من الصعب جدا فكها، وهي تختلف عن بقية طرق التشفير الأخرى التي تهدف إلى خلق نوع من الحماية والخصوصية في شيء واحد ألا وهو عدم الطلب من مرسل البيانات اتخاذ أي خطوات لتشفير المعلومات المراد حمايتها وكل الذي يفعله المستخدم.

2- الحركات المالية الآمنة: تشبه إلى حد كبير(SSL) في استناده إلى التشفير والتوقيعات الرقمية، ويستخدم هذا البروتوكول برمجيات تدعى برمجيات المحافظة الالكترونية، وهذه المحافظة تتضمن رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية الخاصة به التي يحصل عليها من البنك الذي يتعامل معه، وعند القيام بتحويلات مالية عبر الانترنت فإن كلا من المزود وحامل البطاقة الشهادة الرقمية يتاح له التحقق من هوية الآخر وأثناء إجراء الحركات المالية فلا يمكن مشاهدة رقم البطاقة الائتمانية لهذا الزبون.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> صارع كريمة، كريالي بغداد، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، 2013.

3- التشفير: يعرف التشفير بأنه تحويل المعلومات إلى رموز غير مفهومة ودون معنى لغير صاحبها، وذلك كله بهدف منع الباقي من الأشخاص غير المرخص لهم من الاطلاع على تلك المعلومات، وتتمثل عملية التشفير في تحويل النص العادي إلى نص مشفر غير مفهوم، وذلك باستخدام مفاتيح تستند إلى صيغ رياضية معقدة لا يسهل تركيبها ولا فهمها، فهي عبارة عن خوارزميات معقدة وتعتمد قوة وفعالية التشفير على أساسيين: أولاً: الخوارزمية ثانياً: طول المفتاح

4- التوقيع الرقمي: يعتمد التوقيع الرقمي على تحويل المعلومات داخل أوساط آمنة وسرية، فهو يعتبر كختم الهوية التي تلازم الرسالة عبر الانترنت، ويستخدم عادة بغرض التأكد من أن الرسالة قد وردت من مصدرها الأصلي دون أن تعرضها لأي شكل من أشكال التغيير أو التحويل أثناء عملية نقلها، بحيث يستخدم المرسل المفتاح الخاص لتوقيع الوثيقة الكترونياً.

وقد عرف المشرع الجزائري التوقيع الإلكتروني من خلال نص المادة 16/02 من القانون رقم 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين على أنه: "بيانات في شكل الكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقياً ببيانات الكترونية أخرى، ستعمل كوسيلة توثيق"<sup>(1)</sup>

5- الشهادة الرقمية: وهي عبارة عن وثائق رقمية تستعمل لإثبات هوية المستخدمين عبر الانترنت، يتولى عملية إصدارها جهة إدارية موثوق فيها تسمى سلطة إصدار الشهادات الرقمية، تتضمن كل شهادة رقمية على معلومات هامة ترتبط بمالكها فقط وبالسلطة صاحبة الإصدار.

### ثالثاً- الوسائل القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي.

ترتبط مسألة نجاح ظاهرة الاقتصاد الرقمي في الجزائر أو حتى في غيرها من بلدان العالم الأخرى مباشرة بمدى أو مقدار الثقة التي تربط جمهور المستهلكين مع المهنيين من أشخاص طبيعية أو مؤسسات الأعمال وشركات في هذا النمط من الاقتصاد، كما أن مجموع المخاطر التي تحدد بالمستهلك الماسة بأمنه وسلامته الجسمانية، وحتى مركزه المالي والمتمثلة في الجرائم الإلكترونية بأشكالها والتي أصبح عدوانها يتخطى حدود الإقليمية للدول يعد أكبر تهديد لهذا الثقة. وعليه أصبح من الهام جداً السعي نحو المحاولة الجادة لإيجاد بيئة قانونية منظمة ومركزة تسعى لضمان حماية حقوق ومصالح المستهلك، وعدم الاكتفاء بما جاءت به القوانين المطبقة التي أصبحت في الوقت الراهن قوانين تقليدية على الرغم من ما أضيف لها تعديلات وتنقيحات، بل يجب تحت هذا الظرف التوجه نحو وضع قانون مستقل ينظم المعاملات المرتبطة بمفهوم الاقتصاد الرقمي الجديد بما فيها التجارة الإلكترونية وتوفير الحماية القانونية اللازمة للمستهلك الإلكتروني في ظل نفاذ هذا النمط الحديث من الاقتصاد.

واستناداً على ما تقدم بيانه فإن مسألة توفير الحماية القانونية للمستهلك في الدول أصبحت حالياً مرجعاً تشريعياً مهماً في شتى مجالات، وذلك ما يعكس التطور التكنولوجي والاجتماعي الذي وصلت إليه، وتعتبر الجرائم من بين

<sup>(1)</sup> - المادة 16/02 من القانون رقم 04-15 مؤرخ في 01 فيفري 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج ر، عدد 06.

هذه الدول التي تسعى إلى ملائمة نصوصها التشريعية وقوانينها الخاصة بحماية المستهلك من المخاطر والجرائم الالكترونية التي تمسه، غير أن هذه المساعي الحالية تعتبر غير كافية لتوفير الحماية القانونية المثلّي للمستهلك.<sup>(1)</sup> ومن أبرز هذه القوانين نذكر على سبيل المثال:

- 01- القانون رقم 04-09 المؤرخ في 05 أوت 2009 المتعلق بالقواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها.
- 02- القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر، عدد 28 الصادرة في 16 ماي 2018.
- 03- القانون رقم 04-15 المؤرخ في 01 فيفري 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، ج ر، عدد 06، الصادرة بتاريخ 10 فيفري 2015.
- 04- القانون رقم 04-18 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بتحديد القواعد العامة بالبريد والاتصالات الالكترونية.

### الخاتمة:

ترتبا لما سبق يتبين لنا أن الاقتصاد الرقمي يقر فرص عديدة ومتنوعة، لكنه أيضا يثير تحديات أمام المستهلكين تتطلب العمل بجدية على المساهمة في وضع فهم عالمي مشترك لمخاطر الاقتصاد الرقمي، والاعتراف بأن الهجمات السيبرانية لا تعرف الحدود، وأن الانتهاكات المتعلقة بالخصوصية والأمن تضعف الثقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فنظرا للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية الإلكترونية، ونظرا لكون المستهلك الإلكتروني لا تتوفر له الإمكانية الحسية أو المادية لمعاينة السلع و التحقق من الأداء الجيد للخدمات قبل إبرام العقد الإلكتروني، فوجب القول بضرورة خلق آليات لحماية المستهلك الإلكتروني يكون الهدف منها توفير حد أدنى من الحماية للمستهلك. كما تبين لنا من خلال هذه الدراسة وجود جملة من التحديات الواجب التصدي لها لإنجاح وتطوير الاقتصاد الرقمي خاصة في دولتنا، وبالتالي تطوير واستحداث الوسائل المناسبة لحماية المستهلك الإلكتروني والتي نذكرها في شكل توصيات ومقترحات أهمها:

- 01- توفير البنية التحتية الالكترونية وتكنولوجية اللازمة لاستخدام تطبيقات الاقتصاد الرقمي وكذا جانب إبرام المعاملات الالكترونية، مع استحداث هيكل إداري يتولى بكافة المسائل التقنية والرقمية المتاحة في سبيل المعاملات الرقمية، خاصة في ظل صدور قانون التوقيع الإلكتروني الذي تضمنت أحكامه إنشاء هيئة تتكفل بإصدار التوقيع الإلكتروني وكذا القيام بمهمة المصادقة الالكترونية.
- 02- ضرورة العمل على نشر وتنبيه وتوعية المستهلك الإلكتروني الجزائري بمفهوم الخداع التسويقي في الإعلانات التجارية عبر الشبكات، وذلك من خلال عرض نماذج الممارسات الإعلامية الخادعة لزيادة قدرة المستهلك الإلكتروني على تمييز هذا النوع من الخداع، وبالتالي توعية ونشر ثقافة المعاملات الالكترونية لدى المستهلكين والتجار.
- 03- وجوب إلمام المستهلك الإلكتروني بكافة جوانب الصفقة الالكترونية قبل القبول على إبرامها و تقديم بياناته الشخصية والائتمانية.

<sup>(1)</sup> -واقد يوسف، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص قانون التعاون الدولي، كلية الحقوق،

مدرسة دكتوراه للعلوم القانونية والسياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2001-2012، ص 182.

- 04- ضرورة الحرص على ضمان سلامة وأمن المعاملات الالكترونية عبر سن تشريعات قانونية والعمل على تطويرها وتجديدها كلما اقتضى الأمر ذلك تماشيا والوضع القائم في ظل بيئة الاقتصاد الرقمي.
- 05- ضرورة تفعيل دور الجهات التوعوية خاصة جمعيات حماية المستهلك حول مخاطر الاقتصاد الرقمي وذلك من خلال تحسيس المستهلكين بوجوب اتباع قواعد الحيطة والحذر قبل الاقدام على أي معاملة الكترونية.

## قائمة المصادر والمراجع:

### قائمة المصادر:

#### 01- القوانين:

- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد 15 الصادرة في 08 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 ج ر، العدد 35، الصادرة في 13 يونيو 2018.
- القانون رقم 04-15 المؤرخ في 01 فيفري 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، ج ر، عدد 06، الصادرة بتاريخ 10 فيفري 2015.
- القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر، عدد 28، الصادرة في 16 ماي 2018.
- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر، العدد 58، الصادرة في 18 نوفمبر 2013.

### قائمة المراجع:

#### 01- الكتب:

- 01- أحمد السيد طه كردي، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية جامعة بنها، مصر، 2011.
- 02- بشار طلال موسى، مشكلات التعاقد عبر الانترنت، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط 1، 2004.
- 03- سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الالكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر عمان، 2001.
- 04- طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية المفاهيم - التحديات - التجارب - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، مصر، 2003.
- 05- فتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012.
- 06- فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي، مؤسسة الشباب الجامعية الإسكندرية، مصر، 2004.

## 2- أطروحات ورسائل الجامعية

- 01- بوزكري جيلالي، الإدارة الالكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وآفاق، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال والتسويق، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر1، 2015-2016.
- 02- صارع كريمة، كريالي بغداد، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، 2013-2014.
- 03- واقد يوسف، النظام القانوني للدفع الالكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، فرع القانون العام تخصص قانون التعاون الدولي كلية الحقوق، مدرسة دكتوراه للعلوم القانونية والسياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011-2012.

## 3-المجلات:

- 01- إبراهيم حمود مهنا، مبررات حماية المستهلك في التجارة الالكترونية، مجلة جامعة تكريت للحقوق المجلد03، العدد02، الجزء01، 2019.
- 02- عزوز سعيدي، مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الالكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، مجلة آفاق البحوث والدراسات، العدد02، المجلد02، جوان2018.
- 03- ليندة بومحراث، فاعلية القانون رقم 09-03 في حماية المستهلك الجزائري في الألفية الثالثة مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة المجلد03، العدد2012، 6.
- 04- يحياوي محمد، بطاقات الدفع الالكتروني وتحديات الأمن المعلومات، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول الاتجاهات الحديثة لإدارة السيولة وعصره ووسائل الدفع العوائق والتحديات، المنعقد بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، الجزائر يومي 20-21 أفريل 2016.

## 5-المواقع الالكترونية:

<http://kenanaonline.com/users/ahm-edkordy/posts/275121>

[https://bouhoot.blogspot.com/2014/04/blog-post\\_321.html](https://bouhoot.blogspot.com/2014/04/blog-post_321.html)