

آليات حماية مستهلك الخدمة السياحية الالكترونية في الجزائر Mechanisms for Protecting Consumers of Electronic Tourism Services in Algeria

* بن جواد مسعود

جامعة الجزائر 3- الجزائر

drbendjouad@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/06/30

تاريخ القبول: 2023/05/14

تاريخ الاستلام: 2023/02/02

المستخلص:

لقد وفرت المعاملات السياحية الالكترونية العديد من المزايا بالنسبة للمستهلك الالكتروني مثل تلك الخدمات التي تقدمها المصارف تمثل إحدى أهم مكونات التقدم الاقتصادي التي تتماشى مع التقدم التكنولوجي الكبير، حيث دأب على المصارف تبني أحدث التقنيات لتوفير الخدمات السياحية الإلكترونية لعملائها، لكن قد ترافق تلك المعاملات السياحية الإلكترونية موجات كبيرة من أشكال الاعتداءات والاحتيال مما يؤثر بشكل واسع على توجه المستهلك، وقد يوقعه في مغالطة تضر بمصالحه لذلك تهدف هذه الورقة البحثية في البحث عن كيفية مساهمة تبادل المعلومات الكترونيا والتعاون بين البنوك الجزائرية في حماية المستهلك المستفيد من هذه الخدمة.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الالكتروني، المعاملات السياحية الالكترونية، وسائل الدفع الالكتروني، الخدمة السياحية، قانون حماية المستهلك.

Abstract:

Electronic tourism transactions have provided numerous advantages for the electronic consumer, such as the services offered by banks, which represent one of the most important components of economic progress that aligns with significant technological advancement. Banks have consistently adopted the latest technologies to provide electronic tourism services to their clients. However, these electronic tourism transactions may be accompanied by large waves of various forms of attacks and fraud, which can significantly impact consumer behavior and may lead to misconceptions that harm their interests. Therefore, this research paper aims to explore how the electronic exchange of information and cooperation among Algerian banks can protect consumers benefiting from this service.

Keywords: Electronic consumer, electronic tourism transactions, electronic payment methods, tourism service, consumer protection law.

JEL Classification Codes : D12; Z30; E42; L83

1. المقدمة:

في ظل التطور الرقمي، والمعلوماتي الذي يشهده العالم اليوم عرفت العمليات التعاقدية الالكترونية مجموعة من التغيرات في نظامها حيث كان للتقدم الإلكتروني الدور الكبير والسريع على عملية ربط العالم بشبكات إلكترونية ويمكن المستهلك من عملية الدفع الإلكتروني عن طريق الحاسب بدون جهد.

لقد رافقت هذه التطورات موجات كبيرة من أشكال الاعتداءات و الاحتيال، الأمر الذي تسبب في ظهور نوع من الخلل في تلك العمليات ومن هنا تبرز حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد الإلكتروني و توفير حماية تشمل جميع المنتجات والخدمات المقدمة له لم يكن في السابق هناك أي اهتمام تشريعي فيما يتعلق بحماية المستهلك من الناحية القانونية والالتزام بالإعلام في مجال معاملات التجارة الإلكترونية، ذلك لأن اتصال الأسواق الإلكترونية مع الزبائن بشكل مباشر يفرض عليها التعرف على المستهلك وفهم سلوكه وخصوصا في تجارة التجزئة الإلكترونية. وبما أن التعاقد يتم في فضاء إلكتروني، سوف يجعل المستهلك الإلكتروني غير قادر على معاينة السلع للتأكد من صلاحيتها بالشكل المطلوب، الأمر الذي يدفعه على العمل لإيجاد طريقة مناسبة والقواعد القانونية الملائمة من أجل حماية من أجل إتمام هذا التعاقد بالشكل المناسب عبر شبكة الانترنت

1.1. التصور النظري ومشكلة الدراسة:

لقد ساهم انطلاق المعاملات السياحية الإلكترونية في العالم في انخفاض تكاليفه وازدياد قدرته على توسيع السوق، حيث أكدت بعض الدراسات أنه بسبب الانتشار العالمي لشبكة الانترنت أدى إلى توسيع الأسواق المحلية لها وزيادة حصتها السوقية على الساحة العالمية، من هذا المنطلق يمكن طرح التساؤل التالي :

- ما هي سبل تفعيل التجربة الجزائرية في مجال المعاملات السياحية الالكترونية، ومن ثم حماية مستهلك هذه الخدمة ؟

وتقودنا هذه الإشكالية إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التي سنحاول الإجابة عنها من خلال دراستنا لهذا الموضوع.

وتندرج ضمن هذا التساؤل الجوهري التساؤلات الفرعية التالية :

- ما هي المكاسب المتحققة من جراء استخدام المعاملات السياحية الالكترونية عبر الانترنت ؟
- كيف تساهم تبادل المعلومات الكترونيا والتعاون بين البنوك الجزائرية في حماية المستهلك المستفيد من هذه الخدمة ؟
- ما طبيعة العلاقة التي تربط بين المعاملات السياحية الالكترونية التي يقدمها البنك للمستهلك الإلكتروني وزيادة التعامل بالبطاقات الالكترونية ؟

1.2. الأهمية العلمية للدراسة:

نظرا للتطور الحاصل في مجال الاقتصاد الرقمي والبيع الإلكتروني، تكمن أهمية الدراسة في توضيح ما يلي:

- تحديد وتوضيح التطورات الحاصلة في المعاملات السياحية العالمية.

- الوقوف على التقنيات والوسائل والأنظمة الحديثة التي تحقق رضا المستهلك الالكتروني، والأهم السبل الكفيلة بحمايته.
- الوقوف على التحديات المتعلقة بيئة المعاملات السياحية الإلكترونية في الجزائر.
- تحليل واقع الجهاز المصرفي الجزائري من خلال ضرورة تطبيق مفهوم المعاملات السياحية الالكترونية في المؤسسات الخدمية والإنتاجية.

1.3. الأهداف النظرية والتطبيقية للدراسة:

تهدف هذه الدراسة، إلى التعرف على طبيعة التطورات العالمية الاقتصادية المعاصرة في مجال الصيرفة الالكترونية ومن ثم إمكانية تحديد المخاطر المحتملة وإظهار حاجة المستهلك للحماية في المعاملات السياحية الالكترونية وفي كافة مراحل عقد البيع الإلكتروني وكذا التعرف على حقوقه، بالإضافة إلى الكشف عن مدى حاجة المستهلك للإعلام اللاحق لإبرام العقد الإلكتروني، ومن ثم وضع مقترحات لحماية المستهلك من مخاطر تلك المعاملات الإلكترونية.

1.4. فرضيات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على فرضيات رئيسة هدفت بصفة أساسية إلى معرفة أثر المعاملات السياحية الالكترونية على جودة الخدمات المقدمة للمستهلك من خلال التعامل بشبكة الانترنت. وقد تم صياغة الفرضيات التالية:

- **الفرضية الأولى:** نجاح بعض المعاملات السياحية الالكترونية مرهون بتطبيق تقنيات الاتصال الحديثة على مستوى البنوك.
- **الفرضية الثانية:** زيادة أرباح البنوك الجزائرية مرتبط بتبني التقنيات الحديثة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مع المستهلك الالكتروني في إطار توفير الحماية اللازمة له.
- **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة طردية بين زيادة حجم المعاملات السياحية الالكترونية التي يقدمها البنك للمستهلك الالكتروني ويظهر ذلك جليا من خلال زيادة التعامل بالبطاقات الالكترونية.

1.5. **المنهج والأدوات المستخدمة:** اقتضت طبيعة البحث التعامل مع عدة مناهج متكاملة ومتناسقة من أجل الإلمام بمحاور الدراسة فقد تم الاعتماد على:

- **المنهج الوصفي التحليلي:** والذي تم الاستعانة به كأسلوب مناسب لوصف واستعراض الإطار النظري للتطورات السياحية الحديثة والبنوك الشاملة ووظائفها واستنباط أهم انعكاساتها على أداء وأعمال البنوك والإحاطة بكل جوانب مختلف المفاهيم المقدمة في الدراسة حول المعاملات السياحية الالكترونية بما فيها البطاقات البنكية.
- **المنهج التاريخي:** لاستعراض أهم التطورات التي الحاصلة على مستوى المستهلك البنوك الالكترونية

1.6. السياق النظري للدراسات السابقة:

- دراسة Ghalem Abdallah عام 2011 بعنوان :

Les défis de la monnaie électronique pour la banque centrale et sa politique monétaire

تطرق الباحث إلى دراسة المعاملات الالكترونية عبر البنوك وطريقة تسوية المعاملات الالكترونية مع المستهلك الالكتروني والتحديات التي تواجه البنوك الوطنية في هذا الشأن بالإضافة إلى دراسة الآثار المحتملة للنقود الالكترونية والمخاطر المنتظرة من وراء استخدامها عبر البنوك الالكترونية واستشراف مستقبل البنوك المركزية في ظل التوسع في استخدامها.⁽¹⁾

— دراسة TEBIB Hana عام 2013 بعنوان :

La monétique et le e-citoyen en Algérie durant la période 2005-2013 » : la contrainte culturelle Cas des clients de la banque extérieure d'Algérie et la banque de l'Agriculture et du Développement Rural

تطرق الباحث إلى دراسة البنوك الالكترونية وطريقة تعاملها مع المستهلك الالكتروني بالإضافة إلى الفعاليات ذات الصلة بالبيئة الالكترونية وتوصل الباحث إلى أن المعاملات السياحية الالكترونية هي عبارة عن مجموعة من السلسلة الارتباطية بين المستهلك الالكتروني والبنك الالكتروني وقد خلص الباحث إلى مجموعة من المقترحات من أجل تفعيل المستهلك الخدمات الالكترونية في الجزائر.⁽²⁾

— دراسة HADID Noufyele , MERBOUHI Samir عام 2017 بعنوان :

LE PAIEMENT ELECTRONIQUE EN ALGERIE : DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS

حيث حاول الباحث من خلال دراسته توضيح أثر اعتماد نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر، وأهم التحديات والمخاطر التي ستنتج عن استعمال هذه التكنولوجيا، لأن هذا التحول نحو تقنيات الدفع الإلكتروني سوف يترتب عنه لا محالة آثار سلبية. حقيقة إن اللجوء لاستعمال هذه التكنولوجيا سوف يوفر فرص جد هائلة، لكن في المقابل فإنه من شأنها خلق أخطار لا يستهان بها يمكن أن يترتب عنها تهديدات مباشرة على ممتلكات الأشخاص والمؤسسات، خاصة إذا ما أستغل ذكاء المجرم في غاية أخرى غير التي تم تسطيرها.⁽³⁾

1.7. حدود الدراسة :

— الحدود المكانية للبحث؛ تقتصر على دراسة الاقتصاد الوطني من حيث الخدمات السياحية الإلكترونية.

— الحدود الزمنية للبحث؛ تقتصر الدراسة الزمانية على دراسة نشأة التعاملات السياحية الالكترونية العالمية على التي

شهدتها التحولات العالمية كبرى إلى غاية عام آخر بيانات متاحة لعام 2013

2. المراجعات الفكرية للمفاهيم المتعلقة بالمستهلك الالكتروني والعقود المرتبطة به:

2.1. مفهوم حماية المستهلك.

إن المتتبع لكلمة استهلاك يجد أنها مأخوذة من الفعل هلك و لدى نلاحظ أن كلمة استهلاك تأتي بمعنى النفاد والتغيير و لتبديل . وقانونا نجد أن القانون لا يهتك بفعل الاستهلاك بحد ذاته وإنما يهتم بتصرف الشخص القانوني للحصول على الشيء أو السلعة. والمستهلك هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بمعنى استعمال أو استخدام مال عام أو خاص وهذا التعريف شمل بعض الأشخاص الذين يتصرفون لغرض مهني أعطاهم صفة المستهلك.

لقد عرف المستهلك بأنه هو أي مواطن أو مواطنة يقتني مواد استهلاكية بمختلف أنواعها بهدف التغذية أو استخدامها في التنظيف أو اللباس أو لغرض منزلي أو شخصي أو للاستفادة من خدماتها (المأجورة وغير المجورة) في مجال: النقل

المياه الكهرباء الصحة التربية التعليم الثقافة الإعلام الترفيه السياحة وكذلك الذي يستفيد من خدمات أصحاب المهن المختلفة.(4)

أما التعريف القانوني بحسب ما ورد في القوانين المنظمة لحماية المستهلك نجد أن البعض قد توسع في المفهوم والبعض الآخر قد ضيق من المفهوم، فعلى سبيل المثال ذهب المشرع المصري في قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006 إلى تعريف المستهلك بأنه "كل شخص تقدم إليه إحدى المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية، أو العائلية، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص" و عرف المشرع العراقي المستهلك في قانون حماية المستهلك رقم 1 لسنة 2010 بأنه "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو خدمة بقصد الإفادة منها" وعُرفَ المستهلك في القانون الاتحادي بدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 24 لسنة 2006 في شأن حماية المستهلك بأنه "كل من يحصل على سلعة أو خدمة - بمقابل أو بدون مقابل - إشباعا لحاجاته الشخصية أو حاجات الآخرين" وهنا أراد المشرع أن يشمل كل خدمة أو سلعة سواء تمت بمقابل أو بدون مقابل وهذا توسع في مفهوم المستهلك، كما ذهب المشرع العماني إلى ذات التعاريف السابقة إذ أنه قد عرف المستهلك في قانون حماية المستهلك رقم 2014/66 بأنه "كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل على سلعة أو يتلقى خدمة بمقابل أو بدون مقابل". وخلاصة تلك التعاريف أن وصف المستهلك ينطبق على كل من يرغب في الحصول على خدمة أو سلعة وذلك لإشباع رغباته وحاجاته الشخصية أو رغبات وحاجات الغير، وهنا نجد أن التعاريف القانونية لم تتوسع بشكل كبير في وضع التعريف وإنما قصر وحدد من أجل تحديد مفهوم المستهلك بلا لبس أو غموض.(5)

تتعدد التعريفات الخاصة بحماية المستهلك، ومن أبرز هذه التعريفات أن حماية المستهلك هي الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظمات بالدولة نحو توفير السلع أو تقديم الخدمات للمستهلك بأقل تكلفة مادية وجسمانية ونفسية من خلال المتغيرات البيئية السائدة بالدولة.

ويرى البعض أن حماية المستهلك هي مجموعة القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك، وكذلك ضمان حصوله على حقوقه.

ويذكر تعريف آخر أن حماية المستهلك تعني الإجراءات اللازمة لحماية كل شخص يسعى للحصول على سلعة أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية.

إن حركة حماية المستهلك جاءت نتيجة الفشل والقصور في تطبيق كل من المفهوم الحديث للتسويق والمفهوم الاجتماعي للتسويق.

إن الحماية في العملية الاستهلاكية تأتي لمعالجة ضعف المستهلك وتوفير أوضاعه فالمستهلك مند القديم كان عرضة لأخطار الغش في السلع بالرغم من النطاق الضيق لاحتياجاته الحياتية وتعاملاته الاستهلاكية، وعلى هذا فان حماية المستهلك بمنظور المعطيات الحديثة المتعلقة بالعملية الاستهلاكية يقصد بها رعاية المستهلك ومعاونته في الحصول على ما يلزمه من مواد وخدمات، وذلك بأسعار معقولة في كل الأوقات وتحت كافة الظروف مع دفع أي أخطار وعوامل من شأنها الإضرار بمصالحه أو تؤدي إلى خداعه وتضليله، أي أن حماية المستهلك بوجه عام يرتبط بضمان حقوقه في مجال العملية الاستهلاكية

من خلال وسائل مناسبة تكفل إيجاد التوازن التعاقدي بين المستهلك والطرف الآخر في عقد الاستهلاك. ويقوم مفهوم حماية المستهلك على ثلاثة محاور رئيسية: (6)

- المحور الرقابي الذي يضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية العالمية، وتقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني الممثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك، والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك للتدليس والغش التجاري والتضليل بكافة صوره وأشكاله.
- المحور التشريعي، وهو القائم على أساس إعادة النظر في التشريع القائم من أجل إيجاد مظلة حماية لكافة حقوق المستهلك.
- المحور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك، وهو الذي يقوم عليه رفع وعي المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته، بما يرشد قراراته ويوجهه إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية.

وقانون حماية المستهلك يجب أن تكون فاعليته بفاعلية الجمعيات التي تتبنى حماية المستهلك، ومن يلاحظ فاعلية ودور جمعية المستهلك يدرك معها ما مدى فاعلية قانون حماية المستهلك!! وهذا القانون يكرر نفسه مع عدد من التشريعات الموجودة، مثل قوانين التمويل والغش والتدليس، أمّا جديد القانون فهو أن المستهلك تحقق له المقاضاة أمام المحاكم والقضاء، ورغم أهمية هذه النقطة نجدها غير مفعلة، ولا يمكن أن تكون كذلك بسبب الروتين والإجراءات المعقدة التي تتطلبها المحاكم، هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا توجد خلف المستهلك جمعيات قوية تدافع عن المستهلك أو تنوب عنه في مقاضاة الميسئين والمخالفين لمواد القانون، والمشكلة الأبرز في هذه المسألة أنه لا توجد أي جهة تدفع للمستهلك تكاليف الدعاوي القضائية، ما يجعل المستهلك يتجنب الدخول في دوامة القضاء لأنه في الغالب ربما تكون التكاليف أكثر بكثير من المخالفة المرتكبة بحقه.

2.2. التطور الحديث في شبكة الإنترنت والخدمات السياحية الالكترونية:

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.

ولذلك فإن شبكة الإنترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، وتتألف من الآلاف من أجهزة الحاسوب المتصلة معاً بشبكة الإنترنت، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة. ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعاً علمياً يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية، غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتجسد في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدائية، مما ينبغي أن يؤثر على الوصف

القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت مقارنة بالبيع الذي يتم في موطن ومحل إقامة المستهلك، ويتمثل ذلك في عدم قدرة المستهلك على معاينة المبيع بطريقة حقيقية، أو الالتقاء مع المزود في مجلس عقدي تقليدي.⁽⁷⁾

2.3. بعض صور الحماية الجنائية للمستهلك في عقود الخدمات السياحية الالكترونية:

تمتاز هذه الصور باعتبارها حماية متكاملة للمستهلك في عقود البيع من خلال الانترنت و بصفة خاصة في الأحوال التالية:⁽⁸⁾

- تجريم فعل الدخول غير المشروع إلى مواقع التجارة الالكترونية والحصول على بيانات المستهلك،
 - إمكانية معاقبة الجاني عند إتلاف بيانات المستهلك بالعقوبة المقررة للإتلاف العمدي للمنقولات بعد التسليم للبيانات و المعلومات باعتبارها من الأموال المنقولة،
 - حماية وسائل الدفع الالكتروني من التعدي عليها إلى مجال التجارة الالكترونية،
 - التعدي على بيانات البطاقة الائتمانية التي تخص المستهلك،
 - تزوير المحررات الالكترونية التي يكون المستهلك طرفا فيها.
- وعليه ، فإننا نجد تشريعات التجارة الالكترونية تضمنت نصوصا قاطعة في شأن تجريم أفعال بعينها بهدف حماية مصلحة المستهلك في عقد التجارة الالكترونية.

2.3.1. الصلة بين التعاقد الإلكتروني وحماية المستهلك: يعرف العقد الإلكتروني على أنه اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب

بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة مرئية تتيح إمكانية التفاعل بين الموجب والقابل¹، وتم تعريفه كذلك بأنه عبارة عن عقد يتم إبرامه عبر وسائل الكترونية، أو هو ذلك العقد الذي يتم عبر شبكات الانترنت ويتم عن بعد مع تمتعه بخصائص مختلفة عن التي تتمتع بها العقود التقليدية. ويعرف كذلك على أنه هو عقد يتحقق بإيجاب وقبول مثل العقود العادية التي تبرم وتوقع كتابة، غير أن الإيجاب والقبول يتحقق بوسيلة إلكترونية دون حاجة إلى مستند مكتوب ومن أمثلة ذلك أن يرسل الموجب عرضه إلى الطرف الآخر بطريق البريد الإلكتروني الذي قد يكون فردا أو شخصا اعتباريا ويقوم من يوجه إليه الإيجاب بالتوقيع عليه إلكترونيا بما يفيد القبول ويعيده للمرسل ثانية، ومن ثم ينعقد العقد بهذه الطريقة وتكون له قوته القانونية.

ويستوي في هذا القبول أن يتم في شكل رسالة منفصلة ترسل إلى صاحب الإيجاب أو أن ترسل في ذات المستند الذي يتضمن الإيجاب، ويتحقق ذلك بقيام من وجه إليه الإيجاب بالضغط على أحد الأيقونات في صفحة المستند والتي يتضمن معنى القبول، وذلك عقب بيان شروط العقد أو أن يقوم بوضع توقيع إلكتروني في خانة معينة ويقوم بإعادة المستند ثانية إلى الموجب، وهذا العقد يعد نوع خاص من الاتفاق. كما نصت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي رقم 97-07 الصادر في 20 ماي 1997 عن البرلمان الأوروبي والمتعلق بالتعاقد عن بعد وحماية المستهلكين في هذا المجال، بأنه يقصد بالتعاقد عن بعد: "كل عقد يتعلق بالبضائع أو الخدمات أبرم بين مورد ومستهلك في نطاق نظام بيع أو تقديم الخدمات عن بعد نظمه المورد الذي يستخدم لهذا العقد تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد لإبرام العقد أو تنفيذه."

أما المستهلك في مجال التعاقد الإلكتروني فهو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء و أيجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوفر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء, وهناك صلة وثيقة بين فكرة العقد الإلكتروني وحماية المستهلك فإذا كانت عليه الأخذ بتطبيقات العقد الإلكتروني كالتوقيع والسجلات الإلكترونية هو تسهيل التعامل وسرعة إنجازه, فإن هذه الاعتبارات لا يجب أن تتجاوز حقوق المستهلك وحمايته من الغش والخداع والتي قد تترتب كنتيجة لإتمام التصرفات من خلال الوسائل الإلكترونية.

وقد وجد في هذا الإطار العديد من الاتفاقيات مثل إرشادات حماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية تقرير أعدته منظمة التجارة الإلكترونية والتنمية في ديسمبر سنة 1999 وأتبعته بتقريرين آخرين:

- الأول ينص على إحصاء قوانين وأنظمة حماية المستهلكين المطبقة في مجال التجارة الإلكترونية,
- أما الثاني فهو التقرير الأول للحكومة والقطاع الخاص عن مبادرات تشجيع وتنفيذ إرشادات حماية المستهلك في مجال العقود المبرمة عن بعد والتجارة الإلكترونية في مارس سنة 2001.

وكذلك اهتم التوجيه الأوروبي الصادر عن البرلمان الأوروبي بحماية المستهلك في هذا النوع من العقود، سواء فيما يتعلق بإبرام العقد أو تنفيذه، وهو ما ظهر جليا عند التشريعات الأوربية التي أخذت بهذا التوجيه ومنها المشرع الفرنسي عندما أصدر المرسوم 741-2001 الخاص بتنظيم التعاقد عن بعد وأدخل هذه النصوص القانونية في قانون الاستهلاك.⁽⁹⁾

2.3.2. الالتزام قبل التعاقد بالإعلام محل تطبيق حتمي في نطاق الخدمات السياحية الإلكترونية: أظهر التقدم

العلمي والتكنولوجي وسائل عديدة للاتصال تجمع المهني بالمستهلك، وأنواع كثيرة من السلع و المنتجات يتفاوت علم المستهلك و درايته الفنية بها، خاصة منها المعقدة تقنيا، و أمام الخبرة المتواضعة للمستهلك العادي مقارنة بالمهني المتخصص وجب على هذا الأخير وصف المنتج وبيان كيفية استخدامه و التحذير من مخاطره. وإن كان هذا الالتزام عاما يخص كل عقود الاستهلاك فيتسع نطاقه وتعظم أهميته في عقود الاستهلاك الإلكترونية، لأن التعاقد يتم عن بعد دون التقاء حقيقي بين طرفيه، ودون تمكن المستهلك من تفحص المبيع محل التعاقد، مما يولد شعور بعدم الثقة ما بين المستهلك والمهني، وبالتالي تلح ضرورة تبصر الإرادة بكافة الأبعاد المستقبلية للتعهدات المبرمة بالوسائل الإلكترونية بشكل أعمق وأدق فيما إذا تمت بالوسائل التقليدية، وهو ما أكدته التوجيهات الدولية و الإقليمية والتشريعات الحديثة للعقود عن بعد و التجارة الإلكترونية و كذا قوانين الاستهلاك الخاصة بحماية المستهلك، بهدف استعادة الثقة و تعزيزها باعتماد تنظيم صارم لهذا النوع من العقود. ففي العقود المبرمة عبر الانترنت يجب تضمين جميع المعلومات الخاصة بالعقد في العرض قبل التعاقد، وهو في جميع الأنظمة القانونية التزام يقع على عاتق المهني لصالح المستهلك. وباعتبار أن العقد الإلكتروني من العقود المبرمة عن بعد، حاول التوجيه الأوروبي رقم 7/97 الصادر في 20 مايو 1997 بشأن حماية المستهلكين في العقود عن بعد، إضافة مستوى معين من التكافؤ في الحماية بين المستهلك الإلكتروني ونظيره في التعاقد عن بعد بصورته التقليدية، فالدفاع عن الطرف الأضعف هو المنطلق الأساسي الذي اعتمدته نصوص التوجيه، وذلك

بإتاحة وتمكين المستهلك الإلكتروني من جميع المعلومات عن العقد، وهو شرط حاسم لا غنى عنه لصحة موافقته الحرة و المستنيرة. كما ترك التوجيه الأوروبي رقم 31/ 2000 الصادر في 8 جوان 2000 ويتعلق ببعض الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية في السوق الداخلي، للدول الأعضاء مهمة صياغة قوانين وطنية تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني، وتتضمن أحكام تعزز تنمية العقود التي تبرم عبر الشبكة، وأوجب التوجيه على الدول الأعضاء أن تضمن بوجه خاص أن النظام القانوني الذي يحكم عملية التعاقد لا يمنع استخدام العقود الإلكترونية، و لا يؤدي إلى حرمان و عدم ترتيب الأثر القانوني لصلاحيتها على أساس أنها تبرم إلكترونياً.⁽¹⁰⁾

2.3.3. حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت عند تنفيذ العقد: لعل أن أغلب العقود التي تتم بين المهني أو المزود والمستهلك سواء تقليدية أو الكترونية هي عقود بيع وشراء تنصب على السلع أو تقديم الخدمات، حيث يكون هدف المستهلك من تلك العقود الحصول على منفعة الشيء المراد شراؤه أو الانتفاع به، وبالرجوع إلى النصوص القانونية التي نظمت عقد البيع نلاحظ أنها ألقت على عاتق البائع العديد من الالتزامات التي تشكل في الوقت نفسه ضمانات للمستهلك، وهي مقرر في عقود البيع كقاعدة عامة وبغض النظر عن آلية إبرامها، ومن بين هذه الضمانات، ضمان العيوب الخفية و ضمان عدم التعرض والاستحقاق و ضمان حق المستهلك في العدول أو الرجوع عن العقد. وهذه الضمانات سنتناولها من خلال المطالب التالية:⁽¹¹⁾

- **حق المستهلك بضمن العيوب الخفية:** من الضمانات التي وفرها المشرع للمستهلك في عقود البيع سواء أكانت تقليدية أم الكترونية التزام البائع بضمن العيوب الخفية في المبيع، ويعد هذا الضمان وسيلة فعالة لحماية المستهلك من العيوب التي قد توجد في المبيع وتنازل من صلاحيته للانتفاع به على نحو تخالف الغرض من التعاقد، ولذلك اهتمت مختلف التشريعات المقارنة بتنظيم أحكام هذا الضمان

- **حق المستهلك بضمن عدم التعرض والاستحقاق:** يلتزم المهني أو المزود في التعاقد عبر شبكة الإنترنت بالامتناع عن القيام بأي عمل من شأنه أن يؤدي إلى عرقلة المستهلك من الانتفاع بالمبيع أو الخدمة وفقاً للغاية المرجوة منهما، وهذا يتطلب تمكينه من الانتفاع به بطريقة هادئة ومستقرة فلا يتعرض للمستهلك شخصياً ولا يسمح للغير بالتعرض له وهذا الالتزام يتفق وطبيعة الالتزام الذي يقع على عاتق البائع المنصوص عليه في القواعد العامة المنظمة لعقد البيع.

3. الاتجاهات الحديثة لتطوير المعاملات السياحية الإلكترونية في الجزائر وحماية المستهلك:

3.1. واقع الخدمات السياحية الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري:

رغم التطورات التي عرفت وسائل الدفع الإلكترونية في العالم و توسع نطاق إستخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن إلا أن الجزائر بقيت في منأى عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية قد قطعت أشواط كبيرة في هذا المجال. وقد لوحظ أن أضعف نسبة سجلت هي في استخدام البطاقات الائتمانية 21.7 % نظرا لقلّة استخدامها في التعامل البنكي واحتلال مكائها التحويلات البنكية بنسبة 28% والتي هي السبيل الوحيد للدفع بالشبكة لأولئك الذين لا يملكون بطاقات ائتمانية، وحصلت الصكوك والدفع الفوري عند التسليم

على نفس النسبة، 25% كما بينت الإحصائيات أن 8,45% من المشاركين يملكون بطاقات ائتمانية، حصلوا عليها من داخل وخارج القطر، والنسبة الكبرى من المشاركين لا يمتلكون البطاقة الائتمانية بنسبة 91,55% و تجدر الإشارة إلى أن البطاقة من نوع فيزا Visa في الصدارة بنسبة 7,4% من مجموع البطاقات الائتمانية تليها بطاقة ماستركارد MasterCard بنسبة 1,4% ورغم ذلك فهناك ما نسبته 29,29% لا يستخدمونها على الشبكة خوفا من القرصنة، وهذا دليل على أن مشكل الأمن لازال قائما في التحويلات عن طريق الإنترنت.⁽¹²⁾

3.2. دور المعاملات السياحية الإلكترونية في تطوير خدمات المستهلك الإلكتروني في الجزائر:

3.2.1. تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية: دخل نظام المقاصة الإلكترونية في الإنتاج في ماي 2006

بمقاصة الشيكات، وقد تم إدخال أدوات الدفع الأخرى تدريجيا. وخلال سنة 2007 أنجز هذا النظام ما يقارب 07 مليون عملية دفع بمبلغ إجمالي يقدر ب 5452 مليار دينار. إن المبالغ المدينة والدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج بهذا النظام قرضا ودينا في الوقت نفسه وفي حسابات المشاركين تعمل على أساس مبدأ «الكل أو لاشيء» وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية، وعلى الراغب أن يعيد العملية في الوقت لاحق.

3.2.2. حسابات التسوية: إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات

التسوية، التي تنقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين، والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر، والتسويات التي تتم عن طريق النظام حيث تم بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي. وبعد التأكد الآلي من وجود مخزون كاف في حساب المشارك المعني، يطبق في هذا مبدأ « أول من يدخل أول من يخرج » مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات المبنية فيما يلي: الأولوية الأولى: عمليات بنك الجزائر. الأولوية الثانية: المبالغ المخصصة للمقاصة. الأولوية الثالثة: أوامر مستعجلة بطبيعتها.⁽¹³⁾

3.2.3. المعاملات السياحية الإلكترونية في الجزائر: لقد بدأت عملية الربط مع شبكة الانترنت في شهر مارس

1994 و تم ذلك عن طريق مركز البحث و الإعلام العلمي و التقني (CERIST) التابع لوزارة التعليم العالي 1. في البداية تم ربط الجزائر عن طريق ايطاليا في مشروع ساهمت فيه منظمة اليونسكو يسمى بريناف (RINAF) وكانت سرعة الارتباط ضعيفة جدا آنذاك حيث لم تتجاوز 9.6 ko. و في سنة 1998 ازدادت هذه السرعة إلى ميغابايت في الثانية و تم استعمال الأقمار الاصطناعية لربط الجزائر بواشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية. وفي شهر مارس من سنة 1999 وصلت سرعة الانترنت بالجزائر إلى 2 ميغابايت في الثانية و تم إنشاء أكثر من 30 خط هاتفي جديد من خلال نقاط الوصول المنتشرة عبر التراب الوطني (- سطيف - ورقلة - وهران - تلمسان) و المرتبطة كلها بنقطة خروج وحيدة على مستوى الجزائر العاصمة. كان عدد الجهات المشتركة في الانترنت سنة 1996 فقط 130 وارتفع إلى 800 سنة 1999، أما بالنسبة لعدد المشتركين فقد وصل إلى 3500 مشترك مما يعطينا في المتوسط حوالي 180000 مستعمل للانترنت على أساس 50 مستعمل لكل مشترك

قررت الجزائر سنة 2000 تحرير سوق مزودي خدمة الانترنت وأصدرت لذلك الغرض القوانين التي تحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت، و بموجب هذا التوجه الجديد منحت 65 رخصة حتى سنة 2001 للخواص بغرض تقديم خدمات الانترنت إلا أن جلهم لم يدخل بعد في الخدمة لأسباب عديدة، لهذا حاولت وزارة الاتصالات الجزائرية أن تنفذ العديد من المشروعات لتدعيم وتوسيع البنى التحتية والاتصالات عبر الأقمار الاصطناعية و منها مشروع شبكتين عن طريق الساتلين Inmarsat و Vsat مما يسمح من دون شك بتقوية عمليات ربط المواقع و المشتركين بشبكة الانترنت، كما وفرت وزارة الاتصالات خط اتصال أساسي (Backbone) من الألياف البصرية قدرته 34 ميغابايت في الثانية قابل للتوسعة لغاية 144 ميغابايت في الثانية؛ و أقامت وزارة الاتصالات أيضا شبكة تابعة لها لتقديم خدمة الانترنت تستهدف كافة ولايات الجزائر تفوق سعتها 100000 خط و يتوقع أن يشترك فيها 100000 مشترك. ⁽¹⁴⁾ والجدول التالي يبين إصدار البطاقات و التعاملات السياحية الالكترونية التي تمت من خلالها

الجدول رقم (01): إصدار البطاقات و التعاملات السياحية الالكترونية التي تمت من خلالها

السنوات	عدد الباقات البنكية المتعامل بها	التعاملات البنكية الالكترونية (مليون دولار)
2007	139.056	10.113
2008	334.946	146.876
2009	55.793	485.906
2010	339374	1914451
2011	596558	2615168
2012	979333	3765580
2013	850008	6446974

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

-www.satim-dz.com/chifres-cles.html

- بيانات صندوق النقد الدولي -

3.3. مظاهر المعاملات السياحية الإلكترونية في القانون الخاص الجزائري:

ينقسم القانون إلى فرعين أساسيين، قانون عام وقانون خاص، فالقانون العام هو مجموعة من القواعد القانونية التي تنظم علاقة الدولة بغيرها من الدول، وهذا ما يعرف بالقانون الدولي العام، أو ما ينظم علاقة الدولة بمؤسساتها الإدارية أو علاقة الدولة بالأفراد، بحث تظهر الدولة دائما بمظهر السادة والسلطة. أما القانون الخاص، فهو مجموعة القواعد القانونية التي تنظم علاقة الأفراد فيما بينهم مجردين من السلطة والسيادة، ويعتبر القانون المدني الشريعة العامة لفروع القانون الخاص، بحث أنه المرجع والأصل فيما لا ينص فيه في فروع القانون الخاص الأخرى. وإلى جانب القانون المدني، لدينا القانون التجاري الذي يحكم طائفة من الأشخاص وهي طائفة التجار، ينظم مجموعة من الأعمال وهي الأعمال التجارية، وهذا ما نصت عليه المادة الأولى والمادة الأولى مكرر من القانون التجاري الجزائري . وخلال العشر سنوات الأخيرة، جاء المشرع

الجزائري بمعاملات إلكترونية حديثة إلى جانب المعاملات التقليدية التي كانت سائدة من قبل في القانون الخاص الجزائري.⁽¹⁵⁾

يعتبر القانون 03-15 المتضمن الموافقة في الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويتضح ذلك من خلال المادة 69 التي تضمن نصها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل " و يتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الانتقال من وسائل الدفع الكلاسيكية إلى وسائل دفع حديثة إلكترونية.

وبعد ذلك وبصدور الأمر 05-06 المؤرخ بتاريخ 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب وفي المادة الثالثة استعمل صراحة مصطلح " وسائل الدفع الإلكتروني " حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب. وبذلك انتقل المشرع من مصطلح مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل الوارد في نص المادة (69) إلى مصطلح أكثر دقة المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني الوارد في النص 03 من الأمر المذكور. وبموجب القانون رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 أضاف فقرة ثالثة للمادة 414 في وفاء السفتجة نص على " .. يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما " ولقد تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى المادة 502 بمناسبة تقديم الشيك للوفاء. كما أضاف المشرع بموجب القانون 05-02 المؤرخ بـ 06 فيفري 2005 باب رابع إلى الكتاب الرابع من القانون التجاري والمعنون بالسندات التجارية، الفصل الثالث منه يتضمن بطاقات السحب والدفع وذلك في المادة 543 مكرر 23. أما عن الطبيعة القانونية لهذه البطاقات، فلقد اعتبرها المشرع الجزائري أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية وهي السفتجة والشيك والسند لأمر.

يتضح مما تقدم، بأن المشرع الجزائري استحدث نظام الوفاء الإلكتروني في المعاملات التجارية لمفهومه الواسع ويتضح ذلك من خلال نص المادة 69 من قانون النقد والقرض وذلك من خلال عبارة " ... مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل " ⁽¹⁶⁾

3.4. سبل تفعيل المعاملات السياحية الإلكترونية في الجزائر:

3.4.1. إقامة نظام RTGS: إن إمكانية إنجاز هذا النظام تتمثل في التزام السلطات العمومية والسلطات النقدية بإنشاء

ورشات عمل لتنظيم اجتماعات مع المشرفين على الانجاز و تحسيس المشاركين من المصارف والمؤسسات المالية، ويتطلب دعم تقني من الخبراء الذي يتمتعون بخبرة واسعة في المصارف المركزية الأجنبية، ودعم مالي في من البنك العالمي لإقامة وحدة ناشطة لتسيير المشروع وإقامة شبكة اتصال بين جهاز المقاصة الإلكترونية، وشركة ساتيم، وإقامة شبكة اتصال بين المصارف وبنك الجزائر، وإقامة شبكة اتصال مع جهاز المحاسبة العامة لبنك الجزائر.

3.4.2. تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية: دخل نظام المقاصة الإلكترونية في الإنتاج في ماي 2006 بمقاصة

الشيكات، وقد تم إدخال أدوات الدفع الأخرى تدريجيا. وخلال سنة 2007 أنجز هذا النظام ما يقارب 07 مليون عملية دفع بمبلغ إجمالي يقدر بـ 5452 مليار دينار إن المبالغ المدينة والدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية

تعالج بهذا النظام قرضا ودينا في الوقت نفسه و تعمل على أساس مبدأ «الكل أو لا شيء»، وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية، وعلى الراغب أن يعيد العملية في الوقت لاحق.

3.4.3. حسابات التسوية: إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات التسوية، التي تنقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية، التي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر، التي تتم عن طريق النظام. وبعد التأكد الآلي من وجود مخزون كاف في حساب المشارك المعني، يطبق في هذا مبدأ "أول من يدخل أول من يخرج" مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات.⁽¹⁷⁾

4. الخاتمة:

بازدياد اتجاه العديد من الشركات والمؤسسات البنكية نحو تطوير معاملاتها السياحية عبر الانترنت من خلال توسيع قاعدة العملاء المحليين والدوليين نتيجة إمكانية الدخول اللحظي والدائم، فالمعاملات السياحية الإلكترونية تعتبر فضاء متاح للجميع وعلى مدار الساعة طوال السنة كل هذا أدى إلى زيادة الفرص أمام البنوك لإشباع رغبات واحتياجات المستهلك الإلكتروني

كل هذه التحديات والتطورات الجديدة وازدياد الأنشطة التسويقية على مستوى البنوك، فرضت على الجزائر بأن تنتهج سياسة التحول أو الانتقال والتكيف مع التطورات الاقتصادية العالمية وبالأخص الجهاز المصرفي الجزائري، إن هذا الفكر المعاصر للمعاملات الإلكترونية البنكية والذي يؤكد على ضرورة العمل على إشباع رغبات المستهلكين، وذلك من خلال قيام تلك البنوك بالوقوف على تلك الرغبات، وترجمتها في شكل سلع وخدمات ثم التأكد من المستوى المطلوب من الإشباع بعد عملية الاستهلاك أو الاستخدام الأفضل للسلع والخدمات أو ما يسمى بالخدمات ما بعد البيع مما ينعكس في النهاية على تحقيق أهداف هذه البنوك واستمرارها في السوق الإلكترونية، إلا أن هذا لن يتحقق إلا بحماية المستهلك الإلكتروني كقضية ومسؤولية اجتماعية.

4.1. اختبار فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** يكمن نجاح المعاملات السياحية الإلكترونية في إجراء العمليات السياحية بشكل إلكتروني والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها، وبالتالي فهي تقوم بتقديم خدمات للعملاء من موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها. وبتكاليف منخفضة وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان المعاملات السياحية الإلكترونية وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

- **الفرضية الثانية:** أوضحت نتائج البحث بأنه لازالت بعض البنوك الجزائري بعيدة كل البعد في استخدام تفعيل المتميز للمعاملات السياحية الإلكترونية، ولا زالت حتى الآن تتبع الأسلوب التقليدي في تفعيل تلك الخدمات البنكية الإلكترونية دون مراعاة التطورات الحديثة التي طرأت على الساحة العالمية في مجال الخدمات البنكية. وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية

- **الفرضية الثالثة:** وفي ظل التطور الهائل في تقنيات تكنولوجيايات الإعلام والاتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات وترافق ذلك مع استثمارا لانتترنت في ميدان النشاط البنكي الإلكتروني ضمن مفاهيم المعاملات الالكترونية، وإدارة الخدمات السياحية. فقد أصبح استخدام البطاقات الالكترونية المحدد الاستراتيجي للنجاح في قطاعات الأعمال والمال على مستوى البنوك في ظل ذلك كله ، تطور مفهوم الخدمات السياحية ، وفوق ذلك تطور مفهوم العمل البنكي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات المستهلك الإلكتروني إلى القيام بالخدمات المالية والتسويقية. ليتزايد في الوقت نفسه التعامل بالبطاقات الالكترونية، وهذا ما يثبت صحة

الفرضية الثالثة

4.2. نتائج الدراسة:

- مع هذا التطور الهائل في تكنولوجيايات الإعلام والاتصال هناك مخاطرة من تعرض المعاملات السياحية الإلكترونية أو من تعرض بيانات البطاقة الالكترونية للسرقة.
- توفر المعاملات السياحية الالكترونية العديد من المزايا منها الوصول إلى الأسواق العالمية وانخفاض التكلفة وإمكانية الوصول المباشر إلى العملاء.
- ضعف البنية التحتية في الاقتصاد الوطني وغياب التشريعات القانونية التي تنظم العمليات السياحية الالكترونية تعد سببا رئيسيا في عدم إتاحة الفرصة لإبراز الصفات الشخصية في عمليات الترويج.
- عدم وجود ثقافة لدى المستهلك الإلكتروني في الجزائر لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والمعاملات السياحية الالكترونية، وافتقار البنوك التجارية بالجزائر إلى ثقافة البنوك الالكترونية منفتحة على العالم الخارجي.
- الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة لإتمام عملية الشراء والبيع في مجال المعاملات السياحية الالكترونية وحماية المستهلك الإلكتروني.

4.3. توصيات الدراسة:

- على البنوك الالكترونية القيام بتوفير البيئة الآمنة لإدخال البيانات لتشجيع المستهلك الإلكتروني على الإقبال على الشراء عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بها مع توفير الحماية الكافية له.
- الاستعانة بخبراء في مجال المعاملات السياحية الالكترونية في ظل التعامل مع آليات السوق مع العمل على مواكبة التجديد و التطوير المستمر في استخدام علم البنوك الالكترونية في بيئة الاقتصاد الرقمي.
- العمل على نشر ثقافة المعاملات السياحية الالكترونية بين مختلف العملاء في الجزائر مع محاولة التنسيق بين الجهاز الإرشادي والأجهزة المعنية بالعمليات السياحية الالكترونية.
- توعية مختلف العملاء في الجزائر بقلّة الإرباح نتيجة استخدامهم الطرق التقليدية في مجال المصارف الالكترونية.
- القيام بإعداد المادة الإعلامية والدعائية للمنتج والخدمات السياحية الالكترونية عن طريق برامج الفيديو

4.4. الهوامش والمراجع:

- (1) - Ghalem Abdallah, Les défis de la monnaie électronique pour la banque centrale et sa politique monétaire, revue des Sciences Humaines No 21, Université Mohamed Khider Biskra 2011 , P 23
- (2) - TEBIB Hana , La monétique et le e-citoyen en Algérie durant la période 2005-2013 : la contrainte culturelle Cas des clients de la banque extérieure d'Algérie et la banque de l'Agriculture et du Développement Rural , revue des Sciences Humaines No :34, Université Mohamed Khider Biskra 2014 , P 95
- (3) - MERBOUHI Samir HADID Noufyele , LE PAIEMENT ELECTRONIQUE EN ALGERIE :DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS, REVUE NOUVELLE ECONOMIE N°:16, Université DE KHEMIS MILIANA- ALGERIE , P 19.
- (4) - أحمد السيد طه كردى ، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، جامعة بنها - كلية التجارة ، ص 18
- (5) - <https://roohalqanon.blogspot.com/2015/08/blog-post.html>
- (6) - أحمد السيد طه كردى، مرجع سابق ، ص 18
- (7) - عبدالله ذيب عبدالله محمود حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة النجاح الوطنية 2009 ، ص 30
- (8) - حداد العيد، الحماية المدنية و الجنائية للمستهلك عبر شبكة الانترنت ، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر المغاربي الأول حول المعلوماتية و القانون أكاديمية الدراسات العليا طرابلس ليبيا أكتوبر 2009، ص 13
- (9) - زروق يوسف، حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني- دراسة مقارنة، مجلة دفاتر السياسة والقانون العدد 09/ 2013 جامعة الجلفة ، ص 135.
- (10) - خليف ملايم، الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، مجلة دفاتر السياسة والقانون العدد 04/ 2011 ، جامعة ورقلة، ص 208
- (11) - طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت " دراسة مقارنة"، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث مجلد (0) العدد (0)، كلية الحقوق-الجامعة العربية الأمريكية، ص ص 73-75.
- (12) - بلعاش ميادة و بن اسماعين حياة، مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية ، العدد 17 جامعة بسكرة 2014 ، ص 80
- (13) - عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات السياحية الإلكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية العدد 8-2012 ، ص 21.
- (14) - سمحي منال، لتسويق الإلكتروني و شروط تفعيله في الجزائر دراسة حالة اتصالات الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة وهران 2015 ، ص 155
- (15) - ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية، المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا جامعة طرابلس 2009 ، ص 08
- (16) - مرجع سابق ، ص 14
- (17) - عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات السياحية الإلكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية العدد 8-2012 ، ص 20.