

الأخطار التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني في الاقتصاد الرقمي ووسائل حمايته منها

د. عبد الرزاق حبار
جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف
a.habbar@univ-chlef.dz

أ. يمينة بوزكري
جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف
y.bouzekri@univ-chlef.dz

الملخص:

لقد ساهمت الأنترنت بشكل كبير في تطوير التجارة الإلكترونية من خلال تسريع وتسهيل إبرام مختلف المعاملات التجارية حيث إختصرت الزمان والمكان وأدت إلى تغيير عادات وأنماط الشراء من الأسلوب التقليدي إلى الشراء عبر المراكز الافتراضية. أتاح هذا التحول فرصا جديدة للمستهلكين ولكنه طرح تحديات تتطلب مزيداً من الإهتمام. إذ يواجه المستهلكون مخاطر جديدة ناجمة عن التعاقد الإلكتروني سيما تلك التي تهدد أمنهم وخصوصيتهم كما في حالة الإختراق، ونظراً لأن التطور التكنولوجي متسارع في حين لا يزال التطور التشريعي في سن القوانين والأنظمة متأخراً، لذا أصبحت هناك حاجة ملحة لتحديث هذه النصوص بحقوق قانونية جديدة تأخذ بعين الإعتبار الطفرة الإقتصادية الرقمية، وتصميم حلول عملية ملائمة والعمل على تطوير بروتوكولات للأمن يسهل إستخدامها مع بطاقات السحب والمعاملات المالية عبر الأنترنت، إضافة إلى المبادرات الموجهة نحو تثقيف المستهلكين وتمكينهم لحماية حقوقهم في عالم رقمي مفتوح وشفاف وشامل.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، الاقتصاد الرقمي، حماية المستهلك الإلكتروني .

Résumé:

L'internet a contribué de manière significative au développement du commerce électronique en accélérant et facilitant la conclusion de diverses transactions, du fait le temps et l'espace ont été clairement raccourcis. L'internet a changé les habitudes et les modes d'achat de la manière traditionnelle à l'achat par le biais des centres virtuels.

Ce changement a créé de nouvelles opportunités pour les consommateurs, mais en même temps a posé des défis qui nécessitent plus d'attention. Les consommateurs font face à de nouveaux risques découlant des contrats électroniques, en particulier ceux qui menacent leur sécurité et leur vie privée, comme dans le cas de pirate électronique, et du fait que le développement technologique a un rythme accéléré par rapport l'évolution législative (la promulgation des lois et règlements), il est devenu primordial de mettre à jour ces textes juridiques en tenant compte de l'évolution de l'économie numérique, de concevoir des solutions pratiques et d'élaborer des protocoles de sécurités en facilitant l'utilisation des cartes de retrait et les transactions financières en ligne. De plus, il est nécessaire d'encourager les initiatives visant à sensibiliser les consommateurs et leur permettre de protéger leurs droits dans un monde numérique ouvert, transparent et universel.

Mots clés: e-consommateur, commerce électronique, économie numérique, protection du consommateur électronique.

مقدمة:

يشهد العالم تطورات متعددة في العديد من الميادين ،ومن مظاهر هذا التطور الثورة التي يشهدها مجال الإتصالات والتي أدت إلى ظهور شبكة المعلومات الدولية "الأنترنت" هذه الأخيرة ساهمت في إحداث نقلة نوعية في مجال الأعمال والإقتصاد وظهرت مصطلحات عديدة وحديثة للتعبير عن هذه الثورة من بينها الإقتصاد الجديد ،الإقتصاد الرقمي، إقتصاد المعلومات ،التجارة الإلكترونية ،المستهلك الإلكتروني...إلخ.

ولا يخفى على أحد أن التجارة كانت ولا تزال أحد أكثر المجالات التي إزدهرت وإستفادت من شبكة الأنترنت بنسبة كبيرة ،ذلك لكون هذه الأخيرة زادت من سهولة إبرام المعاملات ووفرت الجهد والوقت لمختلف أطراف العلاقة،ومنه زيادة المعاملات بخلاف ماكان قبل ظهورها.

وهذا التطور العلمي والتكنولوجي الحاصل والحديث سمح بإبرام العديد من العقود الإلكترونية بسرعة وسهولة تامة والتي كان يصعب سابقا إنجازها ،مما أدى بتحول المستهلكين من المنتجات الطبيعية البسيطة إلى أشكال جديدة من المنتجات تتسم بالتعقيد والخطورة.

ونظرا لأن المعاملات الالكترونية طرفها الضعيف هو المستهلك ،مما يجعله عرضة لمخاطر مختلفة مما يستوجب البحث في مختلف الأساليب والإجراءات التي تضمن حمايته سواء من الجانب التشريعي أو التقني أو التوعوي.

وفي هذا السياق يمكن طرح الإشكالية التالية: ماهي الأخطار التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني في الإقتصاد الرقمي

وماهي الوسائل التي تضمن حمايته منها ؟

و للإحاطة بالموضوع سيتم التطرق إلى المحاور التالية :

أولا: الأخطار التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني في الإقتصاد الرقمي.

ثانيا : وسائل حماية المستهلك الإلكتروني.

أولاً: الأخطار التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني في الإقتصاد الرقمي.

قبل التطرق الى الأخطار التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني يجب التطرق الى علاقة المستهلك الإلكتروني بالإقتصاد الرقمي.

1. علاقة المستهلك الإلكتروني بالإقتصاد الرقمي:

بالطرق لمفهوم كل من الإقتصاد الرقمي، التجارة الإلكترونية، العقد الإلكتروني، الأنترنت، المستهلك الإلكتروني تتضح العلاقة القائمة بين المستهلك والإقتصاد الرقمي.

أ. الإقتصاد الرقمي:

هناك مجموعة من التعاريف للإقتصاد الرقمي منها:

هو الإقتصاد المعتمد والمبني على التعاملات الإلكترونية وتشمل شبكات الإتصال الإلكترونية مثل الأنترنت وبرمجيات الحاسوب وغيرها، حيث يتم التعامل بين الأشخاص والمنظمات عبر هذه الشبكات¹.

"الإقتصاد الرقمي هو جزء من الإقتصاد يمكن ويدير تجارة السلع والخدمات من خلال التجارة الإلكترونية على شبكة الأنترنت، وهو محرك كبير جدا للنمو²."

"الإقتصاد الرقمي هو التسمية المستخدمة للإشارة إلى الإقتصاد القائم على الأنترنت أو إقتصاد الويب. وهو الإقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أي المعلومات الرقمية، الزبائن الرقميين، الشركات الرقمية، التكنولوجيا الرقمية والمنتجات الرقمية³." من خلال التعاريف نستخلص أن التجارة الإلكترونية تشكل الركيزة الأساسية لبناء الإقتصاد الرقمي والتي نتطرق الى مختلف تعاريفها.

ب. تعريف التجارة الإلكترونية:

تعرف التجارة الإلكترونية بأنها "الخطوات التي تتم بها عمليات البيع والشراء والمبادلة للسلع والخدمات والمعلومات عبر شبكات الحاسوب⁴."

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية. وحسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاث أنواع من العمليات:

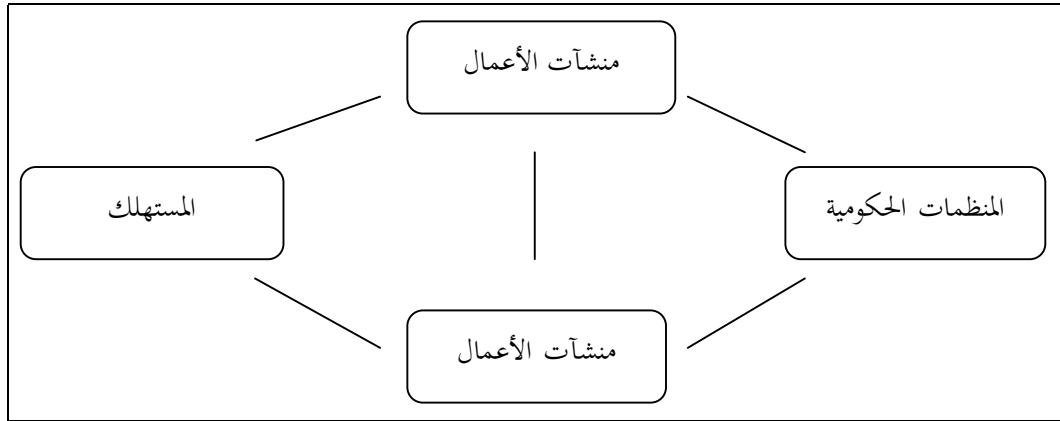
- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- عمليات تسليم المشتريات.

أما منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية فتشير إلى أن التجارة الإلكترونية "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة، هذا بالإضافة الى

شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونيا ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية⁵.

ومما سبق يمكننا أن نستخلص أن التجارة الإلكترونية هي شكل متطور من التجارة وتشمل كل الأنشطة التجارية وإبرام الصفقات والعقود التي تتم بين المتعاملين الإقتصاديين سواء أفراد أو مؤسسات أو حكومات بإستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعبر شبكة الأنترنت سواء تمت على المستوى المحلي أو الدولي.

شكل رقم 01: فئات التجارة الإلكترونية



المصدر: بشير العلق، التسويق في عصر الأنترنت والإقتصاد الرقمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية، الأردن، 2006، ص 270.

ت. مفهوم العقد الإلكتروني:

يتطلب تحديد مفهوم العقد الإلكتروني التطرق الى تعريف العقد الإلكتروني وخصائصه.

- تعريف العقد الإلكتروني:

يعرف العقد الإلكتروني بأنه "إتفاق يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة الإتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة مرئية بفضل التفاعل بين الموجب والقابل"⁶.

كما عرف جانب من الفقه الأمريكي العقد الإلكتروني بأنه "ذلك العقد الذي ينطوي على تبادل للرسائل بين البائع والمشتري والتي تكون قائمة على صيغ معدة سلفاً ومعالجة إلكترونياً، وتنشئ إلزاماً تعاقدياً"⁷.

- خصائص العقد الإلكتروني:

من خلال تعريف العقد الإلكتروني يمكن أن نستخلص جملة من الخصائص تتعلق بهذا العقد والتي تجعل منه عقدا متميزا من العقود التقليدية نذكر منها:

- يتم إبرام العقد الإلكتروني دون تواجد مادي للأطراف أي لا يجتمعهما مجلس حقيقي للعقد لأن التعاقد يتم عن بعد بوسائل إتصال إلكترونية، وبالتالي يجتمعهم بذلك مجلس عقد حكمي إفتراضي.

- يرم العقد بإستخدام الوسائط الإلكترونية ،حيث يتم إبرامه عبر شبكة إتصالات إلكترونية ،الشيء الذي أدى إلى إختفاء الكتابة التقليدية لتحل محلها الكتابة الإلكترونية.
- يخضع هذا العقد للقواعد الخاصة بحماية المستهلك بإعتباره الطرف الضعيف في العقد عن طريق إحاطة المستهلك بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج وسعره وبكافة الشروط المحددة أو المعفية من المسؤولية .
- العقد الإلكتروني يتسم غالبا بالطابع الدولي فهو عقد يبرم بين طرف في دولة وطرف آخر في دولة أخرى.
- عقد تكون وسائل الدفع فيه إلكترونية التي تحل محل النقود العادية منها البطاقات النقدية،الأوراق التجارية الإلكترونية كالشيك الإلكتروني،السند الأذني الإلكتروني،الكمبيالة الإلكترونية... إلخ⁸.
- من حيث الإثبات :العقد الإلكتروني يتم إثباته عبر المستند الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني.
- من حيث التنفيذ :يتميز العقد الإلكتروني عن العقد التقليدي أنه يمكن إبرامه وتنفيذه عبر شبكة الأنترنت دون حاجة إلى وجود مادي خارجي مثلا:الكتب ،الإستشارات الطبية يتم تسليمها إلكترونيا.
- العقد الإلكتروني عقد مقترن بحق العدول نظرا لأن المستهلك في العقد الإلكتروني ليس لديه إمكانية الفعلية لمعاينة السلع والإلمام بخصائص الخدمة قبل إبرام العقد ،لأن التعاقد يتم عن بعد .

ث. المستهلك الإلكتروني :

- يعرف المستهلك الإلكتروني بأنه " ذلك الشخص الذي يبرم عقود إلكترونية مختلفة من شراء وإيجار وقرض وإنفاق وغيرها من العقود بغرض توفير ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يكون الغرض من ذلك هو إعادة تسويقها ودون أن تتوافر لديه الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها"⁹.
- وفي المقابل عرف الفقه المستهلك الإلكتروني بأنه "ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع أو الخدمات من المعني لغير الأغراض التجارية ويستلمه ماديا أو حكما ، سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الإتصال الإلكترونية"¹⁰.
- من التعريفين يمكن القول أن المستهلك الإلكتروني هو كل من يتعاقد بواسطة وسائل الإتصال الحديثة للحصول على السلع والخدمات لإستعمالها خارج نطاق مهنته.
- وهناك خمسة مراحل للإستهلاك الإلكتروني:
- التعرف على المشكلة.
 - البحث عن المعلومات عن طريق الآليات الداخلية والخارجية.
 - تقييم البدائل.
 - إختيار /شراء.
 - سلوك ما بعد الشراء¹¹.

إن انتشار الأنترنت غير الأساليب والمفاهيم لقطاع الأعمال وكان بلا شك الأداة الأكثر تأثيرا في النشاط التجاري، بحيث يعتبر الأنترنت الفضاء الرقمي للتجارة الإلكترونية.

ج. تعريف الأنترنت (internet):

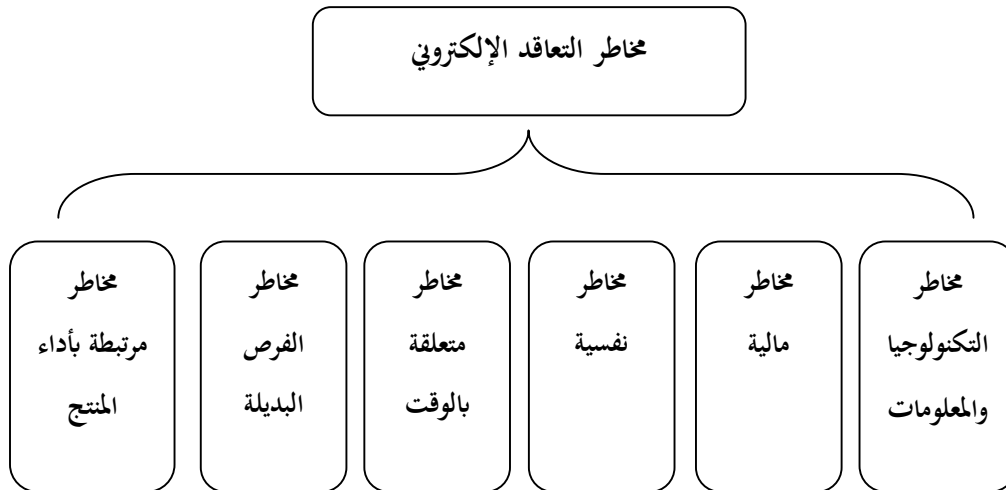
هي كلمة مختزلة للعبارة Interconnexion network وتعني الربط بين الشبكات. وتعرف الأنترنت على أنها شبكة إتصال عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات الفرعية وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والأحجام في العالم¹²، حيث ترتبط ببعضها البعض عبر خطوط الإتصال، سواء كانت هاتفا أو خطوطا متخصصة أو عبر الأقمار الاصطناعية.

مما سبق يمكن القول أن التجارة الإلكترونية هي المحرك الرئيسي للإقتصاد الرقمي ضمن عالم إفتراضي تشكل فيه الأنترنت الفضاء الرقمي الذي تتم فيه مختلف المعاملات والعقود الإلكترونية ويمثل المستهلك الإلكتروني أحد طرفي هذه العقود .

2. المخاطر التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني عند التعامل بالعقود الإلكترونية :

مما لا شك فيه أن المستهلكين يتعرضون لمخاطر مختلفة عند قيامهم بالسلوك الشرائي، وتتفاوت نوعية تلك المخاطر بناء على مجموعة من العوامل، أهمها طبيعة المنتج (سلعة أو خدمة)، طبيعة المستهلك، ومدى توفر المعلومات . يقصد بالخطر "عدم التأكد بحدوث خسارة ما"¹³. وفي موضوعنا هذا يمكن القول أن المخاطر هي النتائج السلبية غير المؤكدة و المحتملة جراء إبرام العقود الإلكترونية، وهي تشكل عائقا كبيرا أمام المستهلكين عبر الأنترنت وعليه فإن حماية المستهلك عبر الأنترنت يبدأ عبر تحديد المخاطر التي يمكن أن تنجم عن إستعمال التجارة الإلكترونية. وأهمها مايلي:

الشكل رقم 02: مختلف المخاطر التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني:



المصدر: من إعداد الباحثان بناء على معلومات من الموقع:

<http://www.alukah.net/culture/0/78647/#ixzz4mMZZERop>

- مخاطر التكنولوجيا و المعلومات:

وهي المخاطر المتعلقة بأمن المعلومات، وتشمل مخاطر إستخدام معلومات مضللة وغير دقيقة وغير ملائمة في إتخاذ القرارات. أو تخريب البرامج عن طريق إرسال فيروسات لجهاز الكمبيوتر، والتعرض غير المشروع للمعلومات الشخصية حيث يقوم قراصنة الأنترنت بإستخدام شفرة مراكز المعلومات أو كلمة السر pass word¹⁴. ومن أشهر التهديدات :

- **البرمجيات الخبيثة وتعطيل الخدمة (malware):** هي إختصار لكلمتين هما: "malicious software" والبرمجية الماكرة أو الخبيثة هي برمجية تضمينها أو إدراجها عمدا في نظام الحاسوب لأغراض ضارة. فقد تستخدم لعرقلة تشغيل الحاسوب، جمع معلومات حساسة، أو الوصول إلى أنظمة الكمبيوتر الخاصة، وعندما يتم تثبيت البرمجية الخبيثة فقد يكون من الصعب جدا إزالتها، ومن أمثلتها الفيروسات وأحصنة طروادة.

- **إستغلال الثغرات:** ويسمى أيضا الهجوم دون إنتظار zero day attack وهو عبارة عن إستغلال نقاط الضعف في برمجيات وثغراتها الأمنية خاصة غير المعروفة منها للعامة أو حتى مطوريها في شن هجمات إلكترونية. وغالبا ما يتم إستغلال هذه الثغرات بل وتشاركها ما بين القراصنة (hackers) قبل أن تكتشفها الجهات المطورة للبرمجيات المصابة.

- **إستهداف الهواتف الذكية:** بعد أن أصبحت الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية هي الطريقة الشائعة للمستخدمين للإتصال بالأنترنت والتواصل مع بعضهم البعض ودخول الكثير من العملاء على حساباتهم المصرفية أو إجراء عمليات البيع والشراء من خلال الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، بدأ القراصنة والمهاجمون يركزون إهتمامهم على إختراق هذه الأجهزة ،

- **الرسائل المزيفة عبر وسائل الإتصال المختلفة (الإستدراج الإلكتروني):** إن الإستدراج هو هجوم على هوية شخص قد يكون عميلا لأحد المصارف (سرقة الهوية) فغرض المهاجم هو الحصول على البيانات الشخصية بإستخدام تقنيات مختلفة كالمواقع الوهمية والرسائل الإلكترونية المزيفة¹⁵.

- المخاطر المالية:

يتعرض المستهلك عند تعامله التجاري عبر الأنترنت الى خطر سرقة هويته أو معلومات بطاقته الائتمانية (السرقة المالية) بوصول طرف ثالث غير مصرح به إليها¹⁶، عن طريق إختراق المواقع أو القرصنة، أو إنشاء موقع وهمي على الأنترنت لا وجود له على الإطلاق. فيمكن لبعض البنوك الإلكترونية التي لا وجود لها في الواقع والتي يقتصر وجودها على العالم الافتراضي الإلكتروني على الأنترنت التغيرير ببعض العملاء الذين يقومون بإيداع أموالهم لدى هذا المصرف الوهمي نتيجة إعلانات مغرية¹⁷.

- المخاطر النفسية:

نتيجة للتعرض للغش التجاري، والإحتيال عن طريق الأنترنت، قد يصاب المستهلك بمشاكل نفسية، وعدم ثقة بأي تعامل أو تسوق من الأنترنت، فالإختبار الخاطيء للمنتج سيؤثر سلبا في نفسية المستهلك، ويتعلق بالإحباط النفسي، وخيبة أمله.

- المخاطر المرتبطة بأداء المنتج:

عدم مطابقة المنتج للفوائد والمنافع المتوقعة منه، وبالمواصفات والجودة المتفق عليها، وتشكل خسارة يمكن أن يتحملها المستهلك .

- المخاطر المتعلقة بالوقت:

وهو الوقت المستنفذ لشراء المنتج عبر الأنترنت، والوقت الضائع نتيجة للإختيار الخاطئ، وتشير إلى احتمالية إستغراق تنفيذ طلب الشراء عبر الأنترنت وقتًا طويلاً يمثل خسارة من وجهة نظر المستهلك.

- مخاطر الفرص البديلة:

وهي المخاطر الناتجة عن إتخاذ قرار معين من جانب المستهلك، قد يؤدي إلى فقدان القدرة على الحصول على شيء آخر يفضل أن يفعله، وضياع فرص التسوق عبر المنافذ الأخرى من خارج الشبكة، والتي قد تمثل بدائل أفضل¹⁸.

ثانيا: وسائل حماية المستهلك الإلكتروني :

نظرا للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ولوقاية المستهلك الإلكتروني من مخاطرها حتى لا يكون ضحية لنزعتة الاستهلاكية وجب تسطير آليات لإعادة التوازن في العلاقة الاستهلاكية بما يرفع الضرر والخطر عنه .

1. مفهوم حماية المستهلك الإلكتروني :

ونقصد بها "حفظ حقوق المستهلك الإلكتروني وضمان حصوله عليها"، ذلك أن حماية المستهلك تتضمن الإقرار بوجود حقوق يجب أن تبذل كل الجهود لتأمين الإستفادة منها بإعتباره الطرف الضعيف في العقد إضافة الى كون التعاقد يتم عن بعد¹⁹.

2. طبيعة الحماية التي ينبغي أن يحاط بها المستهلك الإلكتروني:

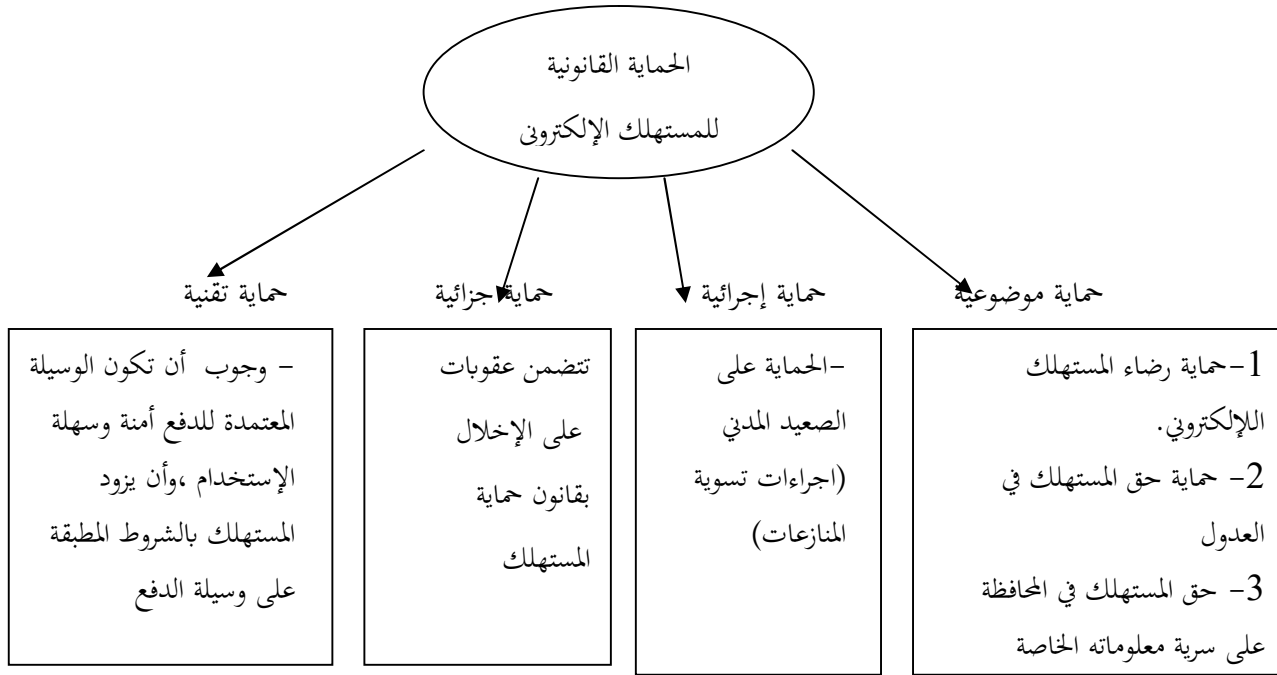
إن أساليب الغش والخداع التي يتعرض لها المستهلكون يوميا سواء كان ذلك من قبل منظمات الأعمال التي تقوم بالتحايل على المستهلك أو من قبل قراصنة الأنترنت الذين يستهدفون بيانات المستهلكين الشخصية ومعلوماتهم الإئتمانية يستدعي البحث في نوع الحماية التي يجب أن تحاط بالمستهلك الإلكتروني. والتي نختصرها في النقاط التالية:

- الحفاظ على البيانات الشخصية وخصوصية المستهلك.
- الحماية من مواقع التجارة الإلكترونية التي تطلب معلومات شخصية مقابل الحصول على منتج مجاني مثل الدراسات، الإحصاءات، الكتب أو غيرها.
- الحماية عند الموافقة الإلكترونية على الحقوق والواجبات التي يصادق عليها المستهلك وبأغلب الأحيان بدون حتى قراءتها.
- حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني من عمليات الإختلاس بعد شراء الخدمة أو المنتج عبر الأنترنت.
- حماية المستهلك من شراء منتجات ممنوعة في الأسواق عبر الأنترنت.

- حماية المستهلك من محاولات الغش والتزوير عبر البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية المزيفة التي تنتحل شخصيات مصارف وشركات بطاقة إئتمان بغية الحصول على كلمات مرور المستهلك التي تؤدي بعد ذلك إلى الإستيلاء على حسابات وأموال المستهلك وبياناته الشخصية وإبتزازه مادياً²⁰.

وتتخذ الحماية القانونية للمستهلك مظاهر وأساليب متعددة سواء من الناحية الإجرائية أو التنظيمية، أو الإدارية أو الجنائية أو المدنية.

شكل رقم: 3 : مختلف أنواع الحماية التي يجب إحاطتها بالمستهلك الإلكتروني:



المصدر: من إعداد الباحثان بناء على معلومات من (بحث مقدم الى الندوة العلمية حول حماية المستهلك العربي بين الواقع وأليات التطبيق - المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية-جامعة الدول العربية 2014).

حيث أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة ضمن قرارها رقم 39/248 الصادر في 9 أبريل 1985 مبادئ عامة لحقوق المستهلك أوصت دول العالم بالأخذ بما عند إقرار أي تشريعات تهدف إلى حماية المستهلك في الحقوق الثمانية وهي: الحق في الصحة، والحق في توفير المعلومات والبيانات الصحيحة الكافية عن المنتجات، والحق في الإختيار الحر لمنتجات سليمة، والحق في صون الكرامة الشخصية، الحق في الحصول على المعرفة، الحق في المشاركة في الجمعيات والمؤسسات المعنية بحماية حقوق المستهلك، الحق في التقاضي والحق في الحصول على تعويض مناسب لما أصابه من أضرار²¹.

3. وسائل حماية المستهلك من أخطار التجارة الإلكترونية:

أ. خلق بيئة تشريعية:

من أجل إرساء أسس مناخ الثقة الرقمية لمجتمع المعلومات والإقتصاد الرقمي يجب إتخاذ العديد من الإجراءات سيما فيما يتعلق بوجود تشريع متكامل لحماية المستهلك يضمن تحقيق حماية فعالة لحقوقه وإجراءات مبسطة وغير مكلفة للحصول على هذه الحقوق. وكذلك وجود منظومة من الأجهزة الرقابية تضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية²²، والتأكد من الإلتزامات المطلوبة التالية:

- وضوح الإعلان الإلكتروني: أي الإلتزام بتقديم معلومات كافية عن السلعة أو الخدمة المراد التعاقد بشأنها وأن لا يتضمن بيانات تضلل المستهلك بهدف غشه وخداعه²³.

- إلتزام البائع بضمان العيوب الخفية في المبيع: الحق في رد المبيع مع إستعادة الثمن، الاحتفاظ بالمبيع والرجوع بنقصان الثمن، الحق في إستبدال السلعة... إلخ.

ب. تفعيل أساليب توعية وتحسيس المستهلك:

عن طريق الإرشاد والتوجيه بما يكفل حمايته وصيانة حقوقه، وفي هذا الإطار يبرز الترويج كأحد أقوى هذه الأساليب تأثيرا في تحقيق هدف نشر الوعي والثقافة بين المستهلكين²⁴. وفي سبيل تحقيق هذا الدور التحسيس والإعلامي ينبغي القيام بطبع دوريات من الصحف أو المجلات أو النشرات الأسبوعية أو الشهرية وتوزيعها على المستهلكين أو عن طريق الإذاعة والتلفزيون أو الأنترنت بالإضافة الى عقد الندوات وإلقاء المحاضرات²⁵. وبما أن تصور الأمن والخصوصية يقوم على أساس معرفة المستهلك فعادة ما تستند معرفة المستهلكين على الإفراط في الثقة وبالتالي معايرة هذه المعرفة "تطابق بين الثقة والدقة" للمستهلك وهو أمر ضروري لشراء آمن عبر الانترنت²⁶.

جدول رقم 1: العوامل التي تدعم الثقة وتحد من المخاطر المدركة للمستهلك الإلكتروني

العامل	محدداته
بناء الثقة	مدى الكفاءة في تلبية أمر الشراء يساهم في بناء ثقة المستهلك وتعتبر مؤشرا على الرضا.
الخصوصية والأمان	تعتبر من المحددات الأساسية في الثقة بالمواقع الإلكترونية التي توفر درجة عالية من الأمان والسرية إذ يتطلب استخدام برامج خاصة للحماية وتقنين أليات لتأمين عمليات الدفع الإلكتروني.
العلامة التجارية	تعتبر مؤشرا هاما على الجودة والصدق اللذين يساهمان في بناء الثقة
المعلومات	يمكن أن تعزز كمية و نوعية و توقيت المعلومات المقدمة للمستهلك من البدائل أو الإختيارات الصحيحة في قرار الشراء مما يؤدي الى درجة مرتفعة من الثقة بالموقع
الخبرة السابقة	تساهم المعلومات الخاصة بالتفاعلات والخبرات السابقة في بناء ثقة المستهلك بالبائع
خصائص الموقع على الشبكة	تتضمن المحتوى والتصميم ووظائف الموقع ويجب أن تكون جذابة وحديثة تشجع الإستمرار في زيارة الموقع.

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على معلومات من الموقع:

<http://www.alukah.net/culture/0/78647/#ixzz4mMa1y2if>

ت. إستخدام برامج وتقنيات أمن المعلومات:

أمن المعلومات هو عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والإدارية التي يتم إستخدامها لمنع الإستخدام غير المصرح وسوء الإستغلال وإستعادة المعلومات الإلكترونية ونظم الإتصالات والمعلومات التي تحتويها بهدف ضمان توافر وإستمرارية عمل نظم المعلومات وتأمين حماية وسرية وخصوصية البيانات الشخصية وحماية المواطنين من المخاطر²⁷.

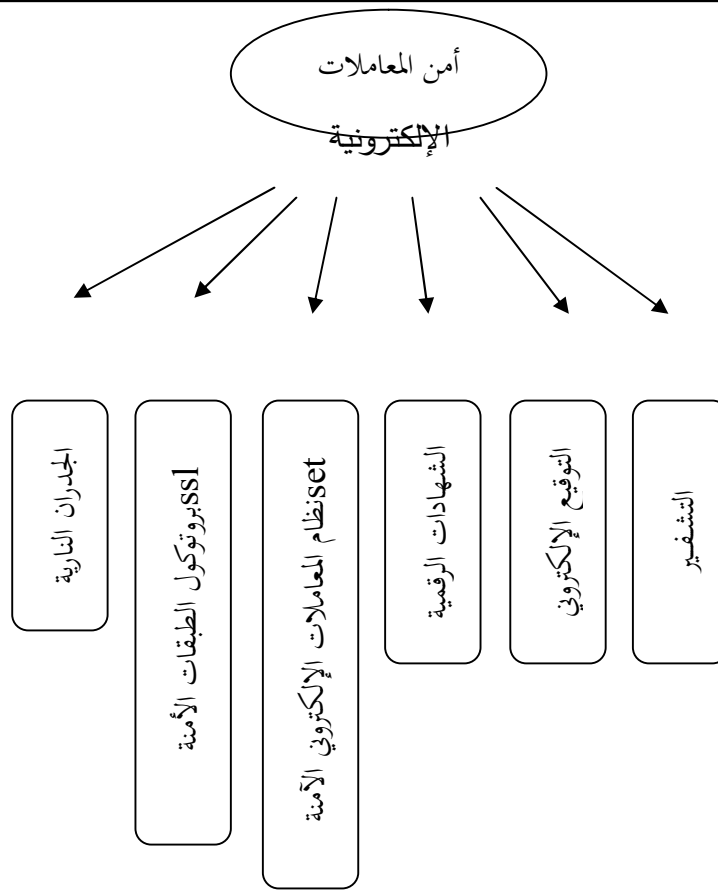
-التشفير الإلكتروني للبيانات:

يجعل التشفير سرقة هذه المعلومات أكثر صعوبة مما كانت عليه في إعدادات الهاتف التقليدية على أفراد عديمي الضمير في فتح ملفات وإستخدامها لتحقيق مكاسب شخصية لهم²⁸. وتعتبر تقنيات التشفير من أبرز الوسائل المستخدمة في مجال توفير الحماية للمستهلك ونقصد بالتشفير "ترميز البيانات كي يتعذر قراءتها من أي شخص لديه كلمة مرور لفك شفرة تلك البيانات".

-التوقيع الإلكتروني:

ويتخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها ويكون له طابع متفرد يسمح بتحديد الشخص الموقع وبميزه عن غيره. ومن صوره التوقيع الرقمي، التوقيع بالقلم الإلكتروني، التوقيع بالضغط على مربع الموافقة، التوقيع بإستخدام بطاقات الإئتمان المقرنة بالرقم السري pin²⁹.

الشكل رقم 4: أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة لضمان النقل الآمن للمعلومات:



المصدر: من إعداد الباحثان بناء على معلومات من مذكرة (سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2011 ص 81-94).

-الشهادات الرقمية:

هي عبارة عن شهادة إلكترونية صادرة عن كيان مستقل معترف به دوليا يدعى "هيئة الاعتماد" وتقوم هذه الهيئة بإثبات أن صاحب الرسالة أو المعاملة الإلكترونية هو الشخص ذاته المحدد بهذه الرسالة، وتتضمن مجموعة من البيانات والمعلومات الإلكترونية والتي قامت هيئة المواصفات القياسية العالمية (ISO) بتحديد كالاتي:

- بيانات عن المرسل تحدد هويته
- نسخة من المفتاح العام للمرسل
- رقم تسلسلي للشهادة وتاريخ إنتهاء صلاحيتها
- التوقيع الرقمي للمرسل.

-نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة:هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للإئتمان كفيزا (visa) وماستر كارد (master card) ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية (الإئتمانية)، حيث يعمل على تحقيق مجموعة من الأهداف منها :

- تأمين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير.

- المعلومات المحولة تكون كاملة وغير قابلة لأي تغيير أو نقصان بفضل إستخدام التوقيع الإلكتروني.
- تحديد هوية صاحب البطاقة والتاجر ، فالشهادات الإلكترونية تضيفي الكثير من الشرعية والموثوقية على الطرفين وتدل أن البنك قد تحقق من شخصيتهما.

-بروتوكول الطبقات الأمنة ssl:

هو بروتوكول تشفير رزم البيانات ويعمل ضمن متصفحات الويب (web browser) من أجل منع إعتراض البيانات والمعلومات التي يجري إرسالها عبر الأنترنت في أي نقطة أثناء إنتقال هذه البيانات والمعلومات.

-الجدران النارية:

هي عبارة عن برمجيات هدفها الأساسي تأمين الحماية لمعلومات الشركة والقضاء على كل عمليات الإختراق والتدمير التي تتعرض لها ملفات خوادم الويب ، من خلال إقامة حاجز بين شبكة الأنترنت والشبكة الداخلية للمؤسسة ،ليقوم هذا الحاجز بتصفية وفحص كل عمليات الدخول والخروج إلى الشبكة لمنع دخول المستخدمين غير المصرح لهم وغير المسجلين ولتجنب خطر الفيروسات والبرامج الدخيلة³⁰.

خاتمة:

لقد فرضت التجارة الإلكترونية نفسها لتحديث ثورة جديدة في نطاق أنظمة التجارة، فعبير شبكة الأنترنت أصبح كل شيء قابلاً للشراء ببساطة بواسطة أي حاسب آلي متصلاً بالشبكة وفي أي مكان كان، وأضحت مختلف المنتجات المحلية والعالمية تتدفق على المستهلك وبذلك فتحت شبكة الأنترنت أفقاً رحباً طليقة من القيود لا تعترف بالحدود أمام ممارسات جديدة للإستهلاك. إن هذا النمط الجديد من المعاملات التجارية خلق عدة مخاطر تهدد و بشكل أكبر أمن وخصوصية المستهلك وهي في تزايد وتنوع مستمر كلما تطورت التكنولوجيا.

توصلنا في هذه الورقة البحثية إلى عرض مختلف المخاطر التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني ومن أهمها:

- مخاطر التكنولوجيا و المعلومات، كالتعرض للفيروسات، القرصنة أو إختراق المواقع لجمع معلومات حساسة.
 - المخاطر المالية (السرقه المالية) وتتمثل في سرقة معلومات البطاقات الائتمانية أو إيداع أموال لدى بنوك وهمية على الأنترنت.
 - مخاطر نفسية وتتمثل في الإحباط وعدم الثقة نتيجة للتعرض للغش والإحتيال عن طريق الأنترنت.
 - مخاطر مرتبطة بأداء المنتج، وتتمثل في عدم مطابقة المنتج للمواصفات والجودة المتفق عليها.
 - مخاطر ناتجة عن إتخاذ قرار خاطئ و ضياع فرص التسوق عبر المنافذ الأخرى (مخاطر الفرص البديلة).
- ولحماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني ، وجب إعادة النظر في الآليات لضمان حماية وإستحداث وسائل حماية تتوافق مع المخاطر الجديدة وذلك من خلال:

- خلق بيئة قانونية وتشريعية و منظومة رقابية تضمن حماية فعالة لحقوقه.
- الإرشاد والتوجيه والتوعية بما يكفل حمايته وصيانة حقوقه.
- إبتكار أو تطوير تقنيات وبرمجيات للحفاظ على أمن وخصوصية المستهلك الإلكتروني كالتشفير وغيرها.

التوصيات والمقترحات:

- إعداد وإصدار قانون للتجارة الإلكترونية بإعتبارها أصبحت تشكل رقماً في التجارة العالمية ووضع الضوابط والقواعد لحماية المستهلك وكافة الأطراف المتعاملة.
- إنشاء أنظمة فنية لتأمين سرية المعاملات الإلكترونية تواكب التطور التكنولوجي المتسارع.
- تعاون مالي وفني من قبل المنظمات الدولية.
- إصدار قانون الجرائم الإلكترونية لحماية المستهلك الإلكتروني.

قائمة المراجع (الهوامش):

¹ محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، التجارة الإلكترونية، دار الحامد، ط1، الأردن، 2009، ص40.

² The Digital Economy 2012. Unclassified. DAF/COMP(2012)22

<http://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf> P23.

³ نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الاستراتيجية، الوظائف والمشكلات دار المرجع للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة السعودية 2004، ص 88.

⁴ محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، مرجع سبق ذكره، ص 24.

⁵ السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 34.

⁶ أسامة أبو الحسن مجاهد، التعاقد عبر الأنترنت، دار الكتب القانونية، مصر 2005، ص 39.

⁷ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 11، 12.

⁸ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، مرجع نفسه، ص 74، 80.

⁹ نوري منير، قورين حاج قويدر، مداخله بعنوان "حماية المستهلك في ظل المعاملات الإلكترونية، الملتقى الوطني الخامس أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك المنعقد يومي 05 و 06 ديسمبر 2012، كلية الحقوق، جامعة حسنية بن بوعلي الشلف، ص 3.

¹⁰ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 28.

¹¹ Anthony D. Miyazaki and Ana Fernandez. Consumer Perceptions of Privacy and Security Risks for Online Shopping. Jason Langsner. CCTP 736-01 Paper Three October 28, 2006 Fred Volk. p3

¹² سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 97.

¹³ جورج ريدجا، مبادئ إدارة الخطر والتأمين، دار المريخ، الإسكندرية، 2006، ص 5.

¹⁴ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 16.

¹⁵ تقرير صندوق النقد العربي حول سلامة وأمن المعلومات المصرفية الإلكترونية، رقم: 72-2017، ص 9.

¹⁶ Anthony D. Miyazaki and Ana Fernandez..op cit..p3

¹⁷ خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 141.

¹⁸ أحمد السيد كردي المخاطر المدركة لدى المستهلك في التسوق عبر الإنترنت، مقال منشور عبر الموقع :

<http://www.alukah.net/culture/0/78647/#ixzz4mMZZERop>

¹⁹ جبلو جميلة، حماية المستهلك في العقود الإلكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 10 - المجلد 01-2014، ص 162.

²⁰ <http://nna-leb.gov.lb/ar/show-news/274020> (14/07/2017 a 17.11)

²¹ خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 34 و 36.

²² خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مرجع نفسه، ص 35.

²³ طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت، دراسة مقارنة، كلية الحقوق - الجامعة العربية الأمريكية 2013، ص 7.

²⁴ خلوي نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، مذكرة ماجستير في القانون، تيزي وزو، 2013، ص 123.

²⁵ بختة دندان ،دور جمعيات حماية المستهلك ،مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع "،المركز الجامعي طاهر مولاي ،سعيدة يوم 22 و23 افريل 2008،ص40.

²⁶ Anthony D. Miyazaki and Ana Fernandez..op cit.p3.

²⁷ تقرير صندوق النقد العربي ،مرجع سبق ذكره ،ص10-11.

²⁸ Anthony D. Miyazaki and Ana Fernandez. Op cit.p2.

²⁹ خالد ممدوح إبراهيم ،الحكومة الإلكترونية ،الدار الجامعية ،مصر 2008،ص 117.

³⁰ سمية ديمش ،التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر،مذكرة ماجستير،جامعة منتوري قسنطينة،2011، ص94.