

## واقع حماية المستهلك والاقتصاد الرقمي في الجزائر.

أ/د: بن زاف لبنى .

جامعة: محمد خيضر بسكرة.

Email: benzaf.nabil007@gmail.com

أ/د: احمد قايد نور الدين .

جامعة: محمد خيضر بسكرة.

Email:ahmedgaid2000@hotmail.fr

### ملخص:

إن الهدف من هذه الدراسة هو إعطاء فكرة عن واقع حماية المستهلك والاقتصاد الرقمي في الجزائر وذلك من خلال التطرق إلى التطور التاريخي لحماية المستهلك، تعريفه، مبررات حمايته، والعناصر الرئيسية للمستهلك الإلكتروني بالإضافة إلى التطرق إلى مفهوم وهيكل الاقتصاد الرقمي، متطلباته، خصائصه، والعناصر الداخلة في تشكيل الاقتصاد الرقمي.

من أهم النتائج المتوصل إليها أن المستهلك يحتاج إلى الحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي بالإضافة إلى أن المستهلك يحتاج للحماية القانونية بسبب المخاطر وقلة الأمان وكثرة المشاكل عبر الشبكة الإلكترونية فحماية المستهلك من أهم وأكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث والتفصيل وقد تم التوصل إلى أن الاقتصاد الرقمي اعتبر وسيلة حديثة للتعامل الاقتصادي المحلي والدولي فهذا الاقتصاد مبني على الفعالية والسرعة ويقوم على شبكة الانترنت في الغالب.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، المستهلك الإلكتروني، الاقتصاد الرقمي.

### Abstract:

The aim of this study is to give an idea of the reality of consumer protection and the digital economy in Algeria by addressing the historical development of consumer protection, its definition, the reasons for protecting it, the main elements of the electronic consumer, in addition to the concept and structure of the digital economy, And elements involved in shaping the digital economy.

One of the most important findings is that the consumer needs protection at the national or international level. In addition, the consumer needs legal protection due to risks, lack of security, and a lot of problems over the internet. Consumer protection is one of the most important topics that need to be discussed. To conclude that the digital economy has been considered a modern means of dealing with local and international economy. This economy is based on efficiency and speed and is mostly on the internet.

**Keywords:** consumer, consumer electronics, digital economy .

مقدمة:

ان قصور النظرية التقليدية للإلتزامات في حماية المستهلك والتطور التقني الحديث أديا إلى صدور العديد من القوانين والتشريعات الخاصة بحماية المستهلك فالتطور التكنولوجي الحديث في مجال الإتصالات والمعلومات وخصوصا في السنوات القليلة الماضية أسهم في دخول الأجهزة الإلكترونية في مجالات الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء وهو ما أثر أيضا على الطريقة التي تتم بها المعاملات والصفقات التجارية سواء من حيث الإتفاق المنشئ لها، أو من حيث طريقة الوفاء للإلتزامات القانونية المترتبة عليه فظهور التجارة الإلكترونية وما رافقها من تطور بحيث أصبحت تتم عبر شبكة الإنترنت وقد أثرت تأثيرا كبيرا على النظام القانوني للعقود التقليدية فظهر ما يسمى بالتسوق الإلكتروني عبر الحدود وما تبعه من إجراءات للوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يشكل المستهلك أحد أطرافه الأساسية في كثير من الأحيان .

ومن هنا بدأت الحاجة لحماية المستهلك في السوق الإلكترونية فالثقة في السوق الإلكترونية من أبرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية إحتياجاته الشخصية حيث أن الحماية القانونية للمستهلك تعتبر مهمة جدا بسبب أن المستهلك يمكن أن يكون طرفا ضعيفا في تلك الحالة قد يحتاج لسلمة معينة بصورة ضرورية وبالتالي يخضع لشروط غير عادية ومجحفة بحقه فالشركة البائعة تكون هي الطرف القوي في هذا العقد في مقابل المستهلك.

إن حماية المستهلك من جميع المخاطر التي قد تلحق به هو أحد مهام ومسؤوليات الدولة الحديثة وذلك من خلال سن التشريعات والقوانين كمرحلة أولى وتطبيقها على أرض الواقع من خلال الأعوان المكلفين بذلك كمرحلة ثانية وتحقيق الحماية المنشودة من طرف المشرع لكافة أطراف العلاقة الاقتصادية خاصة المستهلك كونه يمثل الحلقة الأضعف في هذه المعادلة كمرحلة ثالثة، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وقد شهد العالم عدة تغيرات وتحولات هامة في مختلف القطاعات ومن أهمها قطاع الإقتصاد الذي تأثر بصورة كبيرة فقد إنتقل من مفهومه التقليدي إلى مفهوم مختلف وهو ما يسمى بالإقتصاد الرقمي الذي يتركز أساسا على المعرفة وتقنيات المعلومات التي حلت محل رأس المال وكذا إندماجه بموجة رقمية يعد الانترنت من ابرز صورها.

ويعد الاقتصاد الرقمي توجها علميا حديثا تسعى إلى تحقيقه الدول والمجتمعات من خلال الإستفادة من معطيات العصر والتحول من إقتصاد الصناعات إلى إقتصاد المعلومات ومن إنتاج البضائع إلى إنتاج المعلومات وإيجاد إقتصاد رقمي يكون عموده الفقري شبكات الإتصالات والمعلومات والاعتماد على قوة المعلومات والمعرفة ورأس المال البشري أكثر من الاعتماد على المواد الخام والثروات الطبيعية.

فقد ساهمت شبكة الإنترنت بنموها الهائل والذي تضاعف خلالها مستخدمو الشبكة خلال فترة وجيزة في تحويل العالم إلى قرية كونية صغيرة و تنامي دور الشبكة خلالها حتى أصبحت نواة الاقتصاد الرقمي.

وقد أتى هذا النوع من الإقتصاد بعناصر عديدة تحقق فوائد في جميع مجالات الحياة الداعمة للتنمية المستدامة ومن بينها :  
التجارة الإلكترونية، التسويق الإلكتروني، الإستثمار الإلكتروني والصيرفة الإلكترونية وغيرها من التطبيقات العديدة.

ولقد طرأت تحولات كبيرة على المجتمع وعلى الإقتصاد بسبب ما شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من نمو وتكامل وتعقيد حيث أصبحت أجهزة الحاسوب والأدوات الإلكترونية قادرة على تحقيق الاتصال المباشر مع بعضها البعض بغض النظر عن تباعد المسافات بينها وهذا الاتصال والتواصل يتحقق عبر شبكات عالمية أهمها الشبكة الدولية للمعلومات الإنترنت وقد أدى تنامي استخدام الإنترنت لثورة رقمية عملت على إحداث تغيرات جوهرية في هيكل الإقتصاد وتفكيك النظم التقليدية وإرساء بنود نظام جديد هو الإقتصاد الرقمي أو اقتصاد الإنترنت أو الإقتصاد الجديد الذي نتجت عنه آثار ملموسة في مجالات عديدة كالأعمال التجارية، الإدارة العامة، التعليم، الصحة والزراعة وغيرها.

فمن خلالها أصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات الاتصال فيما بينهم من أجل إختيار المنتجات والخدمات الأنسب من خلال إجراء مقارنات الأسعار وإتخاذ قرار الشراء.

ومن هنا يأتي هذا البحث لتسليط الضوء على هذا النوع الجديد من الإقتصاد ومعرفة ما مدى إستعابه من طرف الدول العربية ومن بينها الجزائر وتسليط الضوء كذلك على مدى احتياج المستهلك للحماية القانونية بسبب المخاطر وقلة الأمان وكثرة المشاكل عبر الشبكة الإلكترونية فحماية المستهلك من أهم وأكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث والتفصيل بسبب حداثة هذا الموضوع واعتمادا على ما تقدم وجد أنه من الضروري الإجابة على التساؤل التالي: **ما هو واقع حماية المستهلك والاقتصاد الرقمي في الجزائر؟** وقصد الإلمام بمختلف تطلعات البحث سيتم التركيز على المحاور التالية :

**أولا: الإطار النظري لحماية المستهلك الإلكتروني في الجزائر.**

**1- التطور التاريخي لحماية المستهلك :** من العوامل المهمة التي ساعدت على ظهور حركة حماية المستهلك على المستوى الدولي، التطور التكنولوجي الذي أدى إلى زيادة القدرة الإنتاجية للمشروعات، مما دفع بالقائمين عليها إلى البحث عن الوسائل التي تساعدهم على تسويق منتجاتهم، وتمثل ذلك بلجوئهم إلى الدعاية والإعلان بصورة مكثفة لحث المستهلكين على الإقبال لشراء المنتجات وعليه ارتبط ظهور تشريعات حماية المستهلك بالتقدم الاقتصادي والصناعي للمجتمع، هذا التقدم أدى إلى الفصل بين مراحل ثلاث : مرحلة الإنتاج، التوزيع والاستهلاك .

وقد أولى المشرع في بداية الأمر اهتماما بمرحلتى الإنتاج والتوزيع ورعاية مصالح القائمين عليها لما لها من ثقل اجتماعي واقتصادي، أما مرحلة الاهتمام بالاستهلاك ومصالح المستهلكين فقد ظهرت في مرحلة لاحقة وكنتيجة لظهور هذه الحركة تأسست الجمعيات وبدأ كفاحها يؤتي ثماره وذلك بصدور التشريعات التي تحمي المستهلك من أرباب الإنتاج والتوزيع لتفرض التقيد بعنصر حماية المستهلك وكانت استجابة الجهات الرسمية في أمريكا و أوروبا إلى كفاح جمعيات المستهلكين بداية جدية في

التأسيس لثقافة حماية المستهلك، باعتبار أن هذه الحماية هي حماية الإنسان الذي يعتبر الثروة التي يجب الحفاظ عليها من قبل الأمم ومن ثم فإن رعايته وحمايته ضرورية، كما أن هذه الحماية لا تعد حماية تخص الدول المتقدمة دون النامية بل لها بعدها الدولي وعليه فالمجتمع الدولي ككل مطالب بتوفير هذه الحماية التي تظهر جلية من خلال المؤسسات والمواثيق الدولية المهتمة بحماية المستهلك.

✓ **ظهور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية** : تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية السبقة في الدعوة لحماية المستهلك الذي يمثل الحلقة الأضعف في المجموعة الاقتصادية.

وقد بدأت بالرسالة التي وجهها الرئيس الأمريكي "جون كيندي" إلى الكونغرس بتاريخ 15 مارس 1962م والتي حض فيها على وجوب وضع قوانين إضافية حتى تتمكن الحكومة الفيدرالية من تنفيذ التزاماتها قبل المستهلكين وتضمنت هذه الرسالة حقوق جديدة للمستهلك منها حق الأمان، والحق في الإعلام، والحق في الاختيار، والحق في إسماع صوت المستهلكين للجهات المعنية.<sup>1</sup>

حيث كان للتطور الصناعي وزيادة الإنتاج وتنوعه الأثر الكبير في ظهور حركات حماية المستهلك نظرا لشعورهم بالضعف أمام البائع والمنتج هذه الحركات أصبحت فيما بعد إتحادا عالميا، والتي ناضلت من أجل إصدار قوانين لحماية المستهلك.<sup>2</sup>

تجدر الإشارة إلى وجود قوانين سابقة تحمي المستهلك في أمريكا لكن بطريقة غير مباشرة فوجد قانون 1882م بشأن الخداع والغش ثم صدر قانون 1890م الذي ينظم صناعة الأغذية المحلية ووضع المواصفات القياسية اللازمة لحماية المستهلك وفي سنة 1927م أنشئت إدارة الأغذية والدواء وأصبحت هي المتولية تنفيذ التشريع والتي نجحت في عام 1930م في الاتصال بوزارة الصناعة لوضع المعايير الخاصة بجودة المنتجات المحلية.

والملاحظ أنه وبعد الرسالة التي وجهها الرئيس "كيندي" دأب رؤساء أمريكا ببعث رسائل مماثلة إلى الكونغرس للتأكيد على ضرورة الاهتمام والحرص على حقوق المستهلك، على غرار ما قام به الرئيس "جونسون" عام 1964م والرئيس نيكسون عام 1969م وبهذا أصبحت حركة حماية المستهلك في صلب إهتمام السياسيين في أمريكا بما لها من تأثير إقتصادي قوي وكبير بين الجمهور.

استمر هذا الحراك في التطور والتبلور ففي بداية السبعينات قامت مجموعة نشطاء حركة المستهلك بقيادة "رالف نادر" وهو من أشهر نشطاء حركة حماية المستهلك في أمريكا والعالم بإعداد قائمة موسعة لحقوق المستهلكين.<sup>3</sup>

✓ **تطور حركة حماية المستهلك في أوروبا** : عند إنشاء السوق الأوروبية بموجب معاهدة روما وذلك بتاريخ 25 مارس 1957م لم تتضمن بنودها ما يشير إلى ما يضمن حقوق المستهلكين نتيجة عدم وضوح العلاقة التي تربط بين المحترفين والمستهلكين من عدم تكافؤ ووجود طرف ضعيف وهو المستهلك، كذلك غياب جمعيات ومنظمات حماية المستهلك في تلك

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف -ميلة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

الفترة غير أن الاهتمام الأوروبي بالمستهلكين جاء مطلع عام 1972م وذلك في شبه توصية صدرت في قمة باريس لرؤساء دول وحكومات السوق حيث حدد مجلس وزراء السوق سنة 1975م برنامج لحماية المستهلكين وتم الإعلان فيه عن الحقوق الأساسية للمستهلك.

و لم تكف الدول الأوروبية تعلن عن قيام هذه المنظومة الإقليمية الاقتصادية حتى كانت الجهود تنصب على إيجاد سبل التنسيق بين دولها في سبيل حماية مواطني هذه الدول في معاملاتهم الاستهلاكية الداخلية والدولية ويبدو هذا الأمر نتيجة طبيعية للتطورات التي شهدتها كل دولة من هذه الدول على المستوى الداخلي في مجال حماية المستهلك ولقد شهدت سنوات الستينات اجتماعات ولجان عديدة تسعى إلى تحقيق التنسيق من خلال دراسة سبل تحقيقه وطرح التوصيات والقرارات الساعية لتحقيق هذا الهدف وتوالت الدراسات واللجان في السنوات التي تلت ذلك العام إلى أن تمخض عنها ما يعرف باسم ( الإعلان الأوروبي لحماية المستهلك) وذلك عام 1973.<sup>4</sup>

هذا الإعلان تضمن حقوق أساسية للمستهلك كالحق في الحماية الصحية وحماية مصالحه الاقتصادية والمالية مع الحق في التعويض والحق في الإعلام وتشجيع إنشاء الجمعيات والهيئات التي تعنى بتوجيه المستهلك وحماية حقوقه، إضافة إلى هذه الحقوق الأساسية التي أقرتها دول المجموعة الأوروبية نسقت فيما بين التشريعات والنظم الداخلية لحماية المستهلك عن طريق سن تشريعات موحدة والتي وضعت لها برنامجا خاصا سنة 1975.<sup>5</sup>

حيث قامت الدول الأوروبية بعدها بإصدار تشريعات متخصصة في مقاومة التعسف ضد المستهلك فأصدرت ألمانيا تشريع إتحادي يتعلق بمقاومة الشروط التعسفية ضد المستهلك الواردة ضمن الشروط العامة في العقود النموذجية "عقود الإذعان" وذلك بتاريخ 1976/12/09م ثم صدر في إنجلترا قانون خاص بالشروط المحففة في العقد ثم صدر القانون الفرنسي رقم 23/78 المؤرخ في 1978/10/10 تلاه في "لوكسمبورغ" صدور قانون خاص بالحماية القانونية للمستهلكين بتاريخ 1983/08/25م ثم قانون حماية المستهلك بتاريخ 1984/16/16م وفي البرتغال صدر قانون رقم 85/446 بتاريخ 1985/10/25م يهدف إلى حماية المستهلك وفي هولندا صدر قانون حماية المستهلك بتاريخ 1987/06/18 ثم في بلجيكا حيث صدر قانون تنظيم ممارسة وإعلام المستهلكين بتاريخ 1991/01/14.<sup>6</sup>

✓ **التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر** : الجزائر كغيرها من الدول تأثرت بالحراك الذي شهدته العالم في مجال حماية مصالح المستهلك والمتبع للتطور التشريعي في الجزائر يمكنه تمييز مرحلتين أساسيتين الأولى مرحلة ما قبل صدور قانون حماية المستهلك والمرحلة الثانية هي مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك.

✓ **المرحلة السابقة على صدور قانون حماية المستهلك** : لقد أدى سيادة النهج الاشتراكي الذي تبنته الجزائر بعد الاستقلال وتبني الدولة للاقتصاد الموجه إلى عدم وجود حاجة لسن قوانين وتشريعات حمائية للمستهلك باستثناء البعض منها واستمر الوضع على ما هو عليه حتى أواخر الثمانينات، ففي سنة 1962م صدر قانون أبقى على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما تعارض منها مع القوانين الوطنية.<sup>7</sup>

هذه الفترة لم تسمح للمشرع الجزائري الاقتباس من القوانين الفرنسية في مجال حماية المستهلك نظرا لعدم تبلور حركة حماية المستهلك في فرنسا نفسها كما أدى التعارض في النهج الليبرالي الذي انتهجته فرنسا مع النهج الاشتراكي الذي تبنته الجزائر هذا التعارض أمتد إلى القوانين الاقتصادية الأمر الذي لم يسمح بالاقتباس منها.

فكان المشرع الجزائري يحمي المستهلك طبقا للقواعد العامة في القانون المدني وفقا لنظريات عيوب الإرادة والعيوب الخفية فكان يوقع التزام المتدخل طبقا للمسؤولية العقدية التي يرتبها على البائع في حالة إخلاله بالتزام تعاقدي إضافة إلى إمكانية تحميله المسؤولية التقصيرية إذا كان المستهلك لا تربطه بالبائع المسؤول علاقة تعاقدية حسب ما تشترطه المادة 124 من الأمر رقم 75-58 مؤرخ في 1976/09/26 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.<sup>8</sup>

✓ **مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك :** تميزت هذه المرحلة بإصدار القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07 فيفري 1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، حيث يعتبر هذا الأخير أول نص قانوني يحمي المستهلك والذي تضمنت مواده الثلاثون المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك والتي تمحورت حول الالتزام العام بالسلامة الصحية وضرورة مطابقة المنتج للمقاييس والمواصفات القانونية، وإلزامية الضمان، وإلزامية الإعلام، وإلزامية الأمن الاقتصادي.<sup>9</sup> كما أقر للمستهلك حق التمثيل أمام القضاء من طرف جمعيات المستهلكين وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات للدفاع عن حقوق المستهلك كما منح صلاحيات للأجهزة المختصة لممارسة دور الوقاية حماية لمصالح المستهلك التي أقرها هذا القانون.<sup>10</sup>

وأعقب هذا النص جملة من النصوص التشريعية والتنظيمية كانت تصب جميعها في خانة وضع التدابير والإجراءات التي من شأنها التأكد من ضمان جودة المنتجات والخدمات للحفاظ على صحة المستهلك وسلامته وحماية مصالحه المادية والمعنوية فحماية صحة المستهلك من حماية سلامته وجودة السلع والمنتجات وكذا الخدمات من أساليب الغش والخداع عن طريق سن جملة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي حددت القواعد العامة لحماية المستهلك حيث شملت هذه النصوص شقين أساسيين، الشق الأول تضمن الأحكام المتعلقة بالمقاييس والشروط والمعايير الواجب مراعاتها واحترامها في عملية الإنتاج وعرض السلع والخدمات والشق الثاني تناول النظام القانوني للمؤسسات والمرافق التي تسهر على تأطير ومراقبة مدى احترام هذه المقاييس والمعايير والشروط من طرف المتعاملين في السوق سواء أكانوا صناعيين أو مستخدمين أو رؤساء أو تجار.<sup>11</sup>

يمكن القول أن قانون 02/89 قد لعب دورا هاما وحاسما في إيجاد حماية خاصة للمستهلك في الجزائر لسبب رئيسي وهو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه وتبني نظام اقتصاد السوق الذي يكون فيه المستهلك في خطر محدد تجاه المخاطر التي تلحقه من تزايد حجم المنتجات والخدمات وتنوعها فكان تفتن المشرع في محله إذ يكتسي أهمية بالغة من خلال سن قوانين خاصة والعمل على دعم إنشاء مختلف الهيئات والأجهزة الوطنية والمحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين والمرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها والمجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن وطب العمل وكذا شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية ومديريات المنافسة والأسعار بالولاية ومفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش وجاء بعده القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك

المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف -ميلة الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23

وقمع الغش رقم: 03/09 والمؤرخ في 25 فيفري 2009، ليضيف حماية أكبر للمستهلك لمواكبة مختلف التغيرات ويساير الحركية التشريعية الدولية التي تشهد حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك نظرا لتزايد المخاطر التي تهدد مصالحه المادية والمعنوية.<sup>12</sup>

**2- تعريف المستهلك الإلكتروني :** نقصد بمصطلح المستهلك الإلكتروني في مجال التعاملات أو التجارة الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال العلاقات التعاقدية التقليدية أن غير الفارق هو آلية التعاقد والتواصل بين الطرفين حيث يتعامل المستهلك الإلكتروني في إطار تعاملاته التجارية وهذا يعني أن للمستهلك الإلكتروني كافة الحقوق المقررة للمستهلك التقليدي.<sup>13</sup>

وقد اختلفت التعريفات بين موسع ومضيق لمصطلح المستهلك ونأخذ كمثل لهذا الإختلاف تعاريف المشرع والقضاء والفقهاء الفرنسي فقد عرف توجيه المجلس الأوروبي رقم 93/13 بتاريخ 1993/04/05 في المادة الثانية بشأن الشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلك عرف الإستهلاك بأنه تلك العقود التي تبرم التاجر والمستهلك والتي يبرمها هذا الأخير بصفة عامة لأغراضه الشخصية وليس لأغراضه التجارية أو المهنية أما التوجيه الأوروبي رقم 97/07 فقد عرف المستهلك بأنه كل شخص طبيعي يبرم عقدا من تلك العقود التي تخضع لهذا التوجيه لأغراض لا تدخل في مجال نشاطه المهني أما الفقه فقد عرف جانب منه المستهلك :بأنه الشخص الذي يبرم العقود المختلفة والمتنوعة من شراء وإيجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير ما كل 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 وإصلاحها،ومن التعريف الأخير يمكن أن نحصر شروطا ثلاث لإكتساب صفة المستهلك:<sup>14</sup>

- ✓ أن يكون من الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع والخدمات.
  - ✓ أن يكون محل الإستهلاك هو السلع أو الخدمات.
  - ✓ أن يكون الغرض من الحصول على السلعة أو الخدمة غرض شخصي وليس تجاري يعني أن ذلك مفهوم المستهلك هو ذلك الشخص الذي يستغل السلع أو الخدمة لأغراضه الشخصية دون توفير نية تحقيق في ربح إطار معاملات استهلاكية.
- فالمستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك في عملية التعاقد التقليدي مع إضافة خصوصية الوسيلة المستخدمة في التعامل ألا وهي شبكة الاتصال أي التعاقد بعد عن بعد.

**3- مبررات حماية المستهلك الإلكتروني:** إن حاجة المستهلك إلى السلع والخدمات الضرورية التي تقدم عبر شبكة الإنترنت (كالخدمات السياحية، المصرفية والتأمين، وبيع تذاكر الطيران والحجز في الفنادق، وبرامج الحاسب الآلي وغيرها) تدفعه إلى الإقبال عليها وإبرام التصرفات من خلال شبكة الإنترنت وغالبا ما يفتقد المستهلك إلى الخبرة والدراية والمعرفة في مجال تقنية تكنولوجيا المعلومات- لا سيما شبكة الإنترنت- الأمر الذي يدفعه إلى الدخول في علاقات من خلال مواقع إلكترونية وهمية وبالتالي تعرضه للاحتيال والخداع خاصة أنه الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الإنترنت.<sup>15</sup>

ومن المعروف أيضا أن المستهلك هو الطرف الأضعف في المعادلة الاقتصادية، وبالتالي كان لابد من تمكينه من الحصول على الفائدة المثلى من موارده المالية وحمايته من كل ما من شأنه الإضرار بمصالحه الاقتصادية التي تتأثر بشكل مباشر عند تخلف أي عنصر من عناصر كمقابل لها.<sup>16</sup>

وهناك أسباب تدعو أيضا إلى حماية إرادة المستهلك من أية ضغوط قد تمارس عليه وتدفعه إلى التعاقد من دون توافر رغبة حقيقية لديه للتعاقد وتدفعه إلى شراء السلعة أو الخدمة من دون أن يكون بحاجة فعلية لها كالضغوط التي تمارس من خلال الإعلانات التجارية سواء تلك التي تتم بصورة تقليدية أو عبر شبكة الإنترنت وبما تحتويه من وسائل حث على التعاقد وأساليب الإغراء والمبالغات التي تحتويها تلك الإعلانات هذه الأسباب وغيرها هي التي دعت مختلف التشريعات إلى وضع نصوص قانونية تهدف إلى حماية المستهلك سواء التقليدي أو الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.<sup>17</sup>

#### 4- العناصر الرئيسية للمستهلك الإلكتروني: تتمثل فيما يلي:<sup>18</sup>

✓ **المحدد الأول: الهدف من الاستهلاك:** وهو الدافع وراء سعي المستهلك من أجل الحصول على السلع والخدمات وذلك بغرض إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ومن ثم يكون مستهلكا كل شخص لا يمارس اختصاصا مهنيا من وراء تعاقدته سواء تم هذا التعاقد عبر الانترنت أو خارجه، وعليه فكل مهني يتعاقد خارج نطاق اختصاصه المهني يعد مستهلكا تجب له الحماية القانونية .

وقد اعتمدت محكمة العدل الأوربية هذا المحدد حيث يشترط لتمتع المستهلك بقواعد الحماية أن يكون تصرفه لغرض مستقل تماما عن حاجات نشاطه التجاري والمهني وهي بذلك تعتمد هذا التحديد بناء على مضمون وطبيعة وغرض التعاقد ليشمل بذلك حتى المهني الذي يتعاقد بعيدا عن نشاطه المهني أو التجاري .

✓ **المحدد الثاني: وهو موضوع التعاقد:** حيث يقصد به حصول المستهلك على السلع والخدمات فالفقهاء يجمع على أن موضوع تعاقد المستهلك مع المهني هو الحصول على سلعة أو خدمة من أجل استهلاكها فكل الأموال يمكن أن تكون محلا للاستهلاك إذا تم شراؤها واستعمالها لغرض غير مهني مهما كان استهلاكها قصيرا كالمنتجات الغذائية أو طويلا كالسيارات والأجهزة المنزلية أما تعاقد المستهلك من أجل الحصول على الخدمات services فهي تشمل كل الخدمات التي تقدم للمستهلك مقابل أدائه لمبلغ نقدي وقد تكون هذه الخدمات ذات طبيعة مادية مثل الخدمات التي تؤديها شركات النظافة للمستهلك أو قد تكون خدمات ذات طبيعة ثقافية كتلك التي تؤديها المكاتب الهندسية والاستشارات القانونية أو خدمات ذات طبيعة مالية كالتأمين والقرض... الخ.

**المحدد الثالث: أطراف عقد الاستهلاك:** فحتى نكون بصدد عقد استهلاك يجب أن لا يكون أحد طرفيه مستهلك والأخر مهني، فالفقهاء يجمع على أنه حتى نكون بصدد عقد استهلاك لابد وأن يكون أحد أطراف هذا العقد له صفة المستهلك حيث يؤدي وجود هذين الطرفين إلى إمكان وجود اختلال في التوازن في العلاقة العقدية مما يبرر حماية المستهلك أما العقود المتكافئة بين المستهلكين فقط فلا يوجد مبرر لهذه الحماية.

ثانيا: ماهية الاقتصاد الرقمي: مع انتشار التقنيات الحديثة في مجال تقنيات المعلومات و الاتصالات بشكل كبير و تطور الانترنت على وجه الخصوص ليشمل جميع نواحي الحياة تقريبا ومنها الحياة الاقتصادية ولقد شاع ما يصطلح عليه بالاقتصاد الرقمي أو الالكترونى الذي يعتمد على وسائل الاتصالات الحديثة وعلى الإنترنت كوسيلة أساسية لذا يطلق عليه مصطلح اقتصاد الانترنت و الذي يتسم بخصائص تميزه عن الاقتصاد القديم الصناعي.

### 1- نشأة ومفهوم الإقتصاد الرقمي:

✓ نشأة الاقتصاد الرقمي: يعود ظهور هذا النوع من الإقتصاد إلى التطورات التي شهدها الإقتصاد الجديد وهو تعبير برز مؤخرا ليفسر الظاهرة التي دخلت بالإقتصاد الأمريكي إلى دائرة الإنتاجية العالمية والنمو المتواصل بإعتبار هذا الإقتصاد أكبر إقتصاد في العالم.

وتمثل تكنولوجيا المعلومات والإتصال المحرك الأساسي للإقتصاد الأمريكي الجديد والذي أصبح يشكل بشكل كبير إقتصاد رقمي تحكمه الإتصالات وشبكة الإنترنت Internet وقد شكلت عاملا أساسيا في التحول الذي شهده الإقتصاد الأمريكي خلال السنوات الأخيرة وحققت له عائدات ضخمة وساهمت في تحقيق زيادات معتبرة في الإنتاجية وتجدد الإشارة هنا أن العوامل الهيكلية المصاحبة لظاهرة الإقتصاد الجديد والتي تأتي في قمتها الثورة التقنية المعلوماتية والتي رغم أنها بدأت كظاهرة أمريكية إلا أنها إنتقلت خلال فترة وجيزة وبدرجات متفاوتة إلى الدول المتقدمة الأخرى ولكنها لم تتضح بعد في الإقتصاديات النامية والناشئة ومنها الإقتصاديات العربية.<sup>19</sup>

✓ مفهوم الاقتصاد الرقمي: تعددت الآراء حول إيجاد تعريف موحد للاقتصاد الرقمي ولعل من أبرز ما كتب حول مفهومه مايلي: يقصد بالاقتصاد الرقمي ذلك التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال من جهة وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى بما يحقق الشفافية والفورية لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما.<sup>20</sup>

وتلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا استراتيجيا في زيادة معدلات النمو الاقتصادي و إصلاح الآليات الاقتصادية والتجارية والمالية، وبالتحديد تقوم تكنولوجيا المعلومات وأدواتها المختلفة مثل الشبكة الدولية للمعلومات Internet بتغيير أنماط الأداء الاقتصادي في المال والأعمال والتجارة والاستثمار من الشكل التقليدي إلى الشكل الفوري online بما يحقق تحسين المراكز التنافسية بعنصر الوقت أي المنافسة بالوقت.<sup>21</sup>

كما يعرف الإقتصاد الرقمي على أنه ذلك الإقتصاد المرتبط بمفهوم مجتمع المعلومات الذي يعبر عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومات الركيزة الأساسية للإقتصاد والعلاقات البشرية ككل متجسدة في بنية تحتية رقمية عالية كفاءة بتحقيق ذلك في شتى مجالات الحياة.<sup>22</sup>

وهناك تعريف آخر للإقتصاد الرقمي على أنه ذلك الإقتصاد الذي يستند على التقنية المعلوماتية الرقمية، ويوظف المعلومات والمعرفة في إدارته بوصفها المورد الجديد للثورة ومصدر إلهام للإبتكارات الجديدة.<sup>23</sup>

من خلال ما سبق ذكره نستخلص أن الإقتصاد الرقمي أو ما يسمى بالاقتصاد الإلكتروني Electronic Economy يبنى أساسا على التطور التكنولوجي والمعلوماتي الذي يزيد من فرص نمو وتطور المنتجات والخدمات خصوصا القابلة للتداول التجاري رقميا عبر الشبكات المعلوماتية، يقوم على مجموعة من الركائز أهمها : البيانات والمعلومات وتكنولوجيا ونظم المعلومات والتقدم في الاتصالات و الحواسيب Computer من معدات وبرامج وغيرها.<sup>24</sup>

ويساعد الاقتصاد الرقمي على:<sup>25</sup>

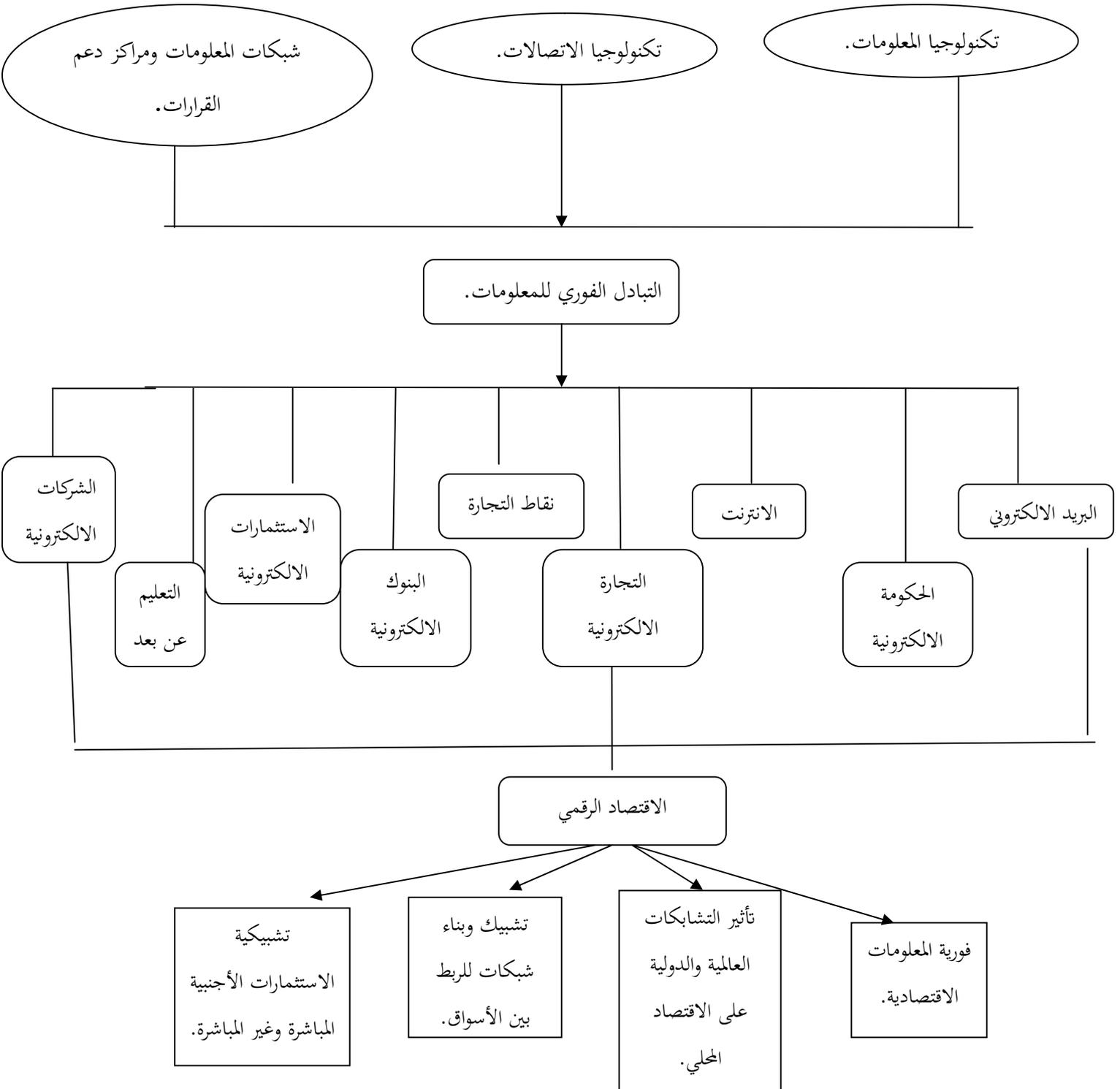
-زيادة اندماج اقتصاد الدولة في الإقتصاد العالمي

- زيادة فرص التجارة العالمية و الوصول إلى الأسواق العالمية.

- كما يحسن الاقتصاد الرقمي من العلاقات بين الموردين والمصدرين والمنافسين والمتعاملين والمستثمرين والبنوك وشركات التأمين والصناع والمنتجين والأجهزة الحكومية والجمارك والضرائب والمؤسسات الدولية وغيرها.

**2-هيكل الاقتصاد الرقمي:** يتكون الاقتصاد الرقمي من مجموعة من المؤسسات الالكترونية التي تتشابك مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية و الأخرى الدولية ،ويعتبر البريد الالكتروني ومواقع الإنترنت القاعدة العريضة لتحقيق التشابكات الاقتصادية بين المؤسسات لتنفيذ التجارة الالكترونية أي تبادل الخدمات و السلع و الأموال عبر الإنترنت أو تحويل الأموال بين البائعين و المشترين و البنوك باستخدام الأموال البلاستيكية بالبريد الالكتروني عبر الانترنت و الأدوات الالكترونية الأخرى، و يشمل الاقتصاد الرقمي أيضا تسويق العديد من المنتجات المصرفية بالجملة أو التجزئة عن طريق قنوات التوزيع الالكترونية، وهو ما يسمى بالبنوك الالكترونية يحقق ذلك بسرعة المعاملات والتجديد المستمر فيه، وتقوم شركات المساهمة الالكترونية في الاقتصاد الرقمي بتصميم موقع على شبكة الانترنت وكتالوج الكتروني للتعريف بالشركة ونشاطها وخطتها ومراكزها المالية وأسواقها وأهداف تصديرها لتحقيق الاتصال الفوري بالأسواق العالمية، وتستخدم الشركات أيضا المؤتمرات المعدة بالفيديو والمؤتمرات التليفونية لنفس الأغراض.<sup>26</sup>

والشكل رقم 01 يحدد: عناصر الاقتصاد الرقمي



المصدر: فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، مؤسسة الشباب الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 16.

3- قواعد الاقتصاد الرقمي: يعتمد الاقتصاد الرقمي على مجموعة من القواعد و الأسس التي أخذت تتطور لتفسير الظواهر

الرقمية والممارسات السائدة على نطاق واسع قدر اعتماده على تكنولوجيا المعلومات الرقمية، و تلخص هذه القواعد فيما يلي:<sup>27</sup>

✓ **قانون الأصول الرقمية:** بما أن الأصول الرقمية لا تشبه الأصول المادية ولا تستهلك عند استخدامها، فإن الشركة تستطيع أن تنشئ القيمة من استخدام هذه الأصول في عدد لا متناهي من الصفقات مما يتطلب تغيير الآلية التنافسية في مجالها . والواقع أن الشركة تتحمل تكلفة الإعداد الأول للمعلومات لتصبح التكلفة الإضافية لإعادة إنتاجها رقميا اقرب إلى الصفر، وهذا ما يعبر عن قانون تزايد العوائد في مجال الأصول الرقمية في مقابل قانون تناقص العوائد فيما يتعلق بالأصول والسلع المادية، للإشارة فإن الاقتصاد ينقسم إلى قطاعات مختلفة بعضها ينتج منتجات مادية كالأغذية، السيارات، الملابس، النفط وهذه تخضع لقانون العوائد المعروف في الاقتصاد حيث تبدأ في الارتفاع في المرحلة الأولى حتى تصل إلى مستوى معين ثم يظهر تناقص العوائد بعد ذلك المستوى أما البعض الآخر فيقدم منتجات تركز على المعلومات حيث تكون التكلفة الأولية وهي التكلفة الثابتة لتطوير البرمجية عالية جدا ولكن تكلفة إنتاج النسخ الإضافية وهي التكلفة المتغيرة منخفضة، والنتيجة هي زيادة العوائد حيث أن الربحية ترتفع بسرعة مع زيادة الإنتاج.

✓ **اقتصاديات الحجم:** إن اقتصاديات الحجم التقليدية تقوم على إنتاج الحجم الصغير الذي يتم من خلال شركات صغيرة وكلما زاد الحجم يصبح من دواعي الجدوى الاقتصادية إنجازها من قبل شركة كبيرة فتقديم الخدمة المصرفية المرتبطة بصفقات العملاء في نفس الوقت يتطلب توفير موظف مصرفي لكل صفقة للعمل عليها وإلا فإن خط الانتظار سيزداد ولكن مع الانترنت و السماح للأفراد بإجراء الصفقات أصبح بالإمكان إجراء جميع الصفقات من قبل جميع المتعاملين مع المصرف في نفس الوقت إن التكلفة المتوسطة بالعلاقة مع اقتصاديات الحجم للمنتجات المادية تميل للانخفاض مع زيادة حجم الإنتاج حتى تصل إلى مستوى معين ثم تأخذ بالزيادة لأن الحجم الأكبر سيتطلب إضافة تسهيلات أو آلات إنتاجية جديدة إلا أن هذا لا ينطبق على التكلفة الثابتة في اقتصاديات الحجم الجديدة للمنتجات الرقمية.

✓ **اقتصاديات النطاق الجديدة:** إن تقديم الخدمات عبر الأصول الرقمية، لا يوفر الخدمة للجميع في نفس الوقت و في مجال أوسوق معينة فقط بل انه يمكن من تقديم الخدمة في المجالات والأسواق المختلفة و المتباينة.

إن اقتصاديات النطاق في العصر الصناعي كانت تعمل على إنتاج عدد من المنتجات المتنوعة على آلات الخط الإنتاجي إلا أنها ظلت تعاني من ضعف التنوع و المرونة مما يحد من القدرة على الاستجابة، ولكن في العصر الرقمي فإن اقتصاديات النطاق الجديدة ذات مدى واسع في التنوع لعدد لا متناه من الزبائن ليتم الحديث عن مشروع فرد لفرد، تسويق فرد لفرد.

✓ **الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد السرعة الفائقة:** يتميز الاقتصاد الرقمي بالحركة السريعة، ووسيلته الأقمار الصناعية و البريد الإلكتروني هذه السرعة أدت إلى الحاجة إلى شركات تتسم بالمرونة في الحجم وفي التنظيم ( العلاقات الشبكية) و في المعلومات (تقاسم المعلومات الفوري) ولعل التبادل الواسع والمفتوح للمعلومات على شبكة الأعمال و الانترنت هو الذي أدى إلى إلغاء احد أسس الاقتصاد التقليدي للمعلومات القائم على المبادلة.

✓ **تكلفة المنتج الرقمي:** تتميز المنتجات الرقمية بميكل تكلفة مختلف جدا عن هيكل المنتجات المادية حيث أن إنتاج النسخة الأولى يكون في الغالب مكلفا جدا ولكن إنتاج النسخ الأخرى عنها يكون منخفضا جدا فالتكلفة الثابتة للمنتج الرقمي تكون غير مغطاة عند التوقف أو التعثر وهذا على خلاف المنتجات المادية عموما فإذا قرر شخص الاستثمار مثلا في بناء مصنع أو مكتب جديد ثم ظهرت عدم الحاجة إليه فيكون بالإمكان بيعه ولكن إذا قام الشخص بالعمل على كتاب أو فيلم فعلى الأرجح لن يكون قادرا على بيع المخطوطة أو مسح الفيلم عند عدم إكماله كما أن التكلفة المتغيرة لإنتاج المنتجات الرقمية لها سمعة خاصة حيث أن تكلفة الوحدة للنسخ الإضافية لا تزيد حتى إذا كان الحجم المنتج منها كبيرا جدا مما يعني أن للمنتجين القليل من قيود السلعة الإنتاجية خلافا للشركات المصنعة للمنتجات المادية التي إذا ازدادت مبيعات منتجاتها إلى حد معين فإن عليها أن تقوم باستثمارات كبيرة في مصنع جديد أو آلات جديدة للاستجابة للطلب.

ويلخص الجدول التالي أهم الاختلافات والفوارق بين الاقتصاد الصناعي والرقمي كما يلي:

**-مقارنة بين الاقتصاد الجديد (الرقمي) و الاقتصاد القديم (الصناعي):**

الاقتصاد القديم(الصناعي)	الاقتصاد الجديد(الرقمي)
<u>الخصائص الاقتصادية</u>	
الأسواق	متحركة
المنافسة	عالمية ومحلية
النظام	على الشبكة
<u>الكتلة الأجرية</u>	
الهدف السياسي	التكليف والتطابق وتحقيق أكبر عائد
القدرات والإمكانات	قدرات متنوعة
التعليم المطلوب	متغيرة ومتعددة الشهادة
إدارة المستخدمين	متعاونة
طبيعة التوظيف	ثابت

تهديدات وفرص		
اقتصاد القيمة المضافة إطار القارة توزيع عبر الشبكة زبائن حسب الحاجة إستراتيجية التعاون سوق قائم على الطلب العقول(الدماغ)العاملة الدفـع عن طريق الانترنت	اقتصاد المصنع إطار الدولة أكبر عدد من الزبائن إستراتيجية المنافسة سوق قائم على العرض اليد العاملة الدفـع عن طريق الشبكة القديمة للبنوك.	<u>نقاط أخرى للمقارنة بين</u> <u>الاقتصاد الرقمي والاقتصاد</u> <u>المصنع (القديم)</u>

المصدر: نجم عبود، الإدارة الالكترونية، الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات، دار المريخ، السعودية، 2004، ص.83

**4-خصائص الاقتصاد الرقمي:** هناك مجموعة من الخصائص التي ميزت الاقتصاد الجديد فصيغته بخصائص ووصفات جعلتنا نطلق عليه اقتصاد الرقمي وتمثل فيما يلي:<sup>28</sup>

- أنه اقتصاد لا يعاني من مشكلة الندرة بالمعنى التحليلي القديم بل هو اقتصاد الموارد التي يمكن استمرار زيادتها عبر الاستخدام المتزايد للمعلومات والمعرفة.

- أنه اقتصاد تتقلص فيه أهمية وتأثير الموقع من خلال الاستخدام الملائم للتكنولوجيا وأساليب الأسواق الرأسية أي عبر الوسائل والشبكات الإلكترونية بما يغير المفهوم التقليدي للأسواق.

-أنه اقتصاد يصعب فيه تطبيق القوانين الضريبية والقيود الجمركية وغير الجمركية من جانب دولة وطنية بصورة منفردة فالمعرفة والمعلومات أدت إلى زيادة الطلب على منتجاتها وفي المقابل قلصت القيود الجمركية وغير الجمركية.

-أن المنتجات التي تتضمن كثافة أعلى للمعرفة تنخفض أسعارها عن تلك التي لا تستخدم كثافة معرفية أو لا تستخدمها على الإطلاق.

- أن اقتصاد المعرفة يعني في جوهره أن قيمة المعرفة ذاتها تكون أكبر حينما تدخل في حيز التشغيل ونظم الإنتاج وبالمقابل فإن قيمتها تصبح صفراً حينما تظل حبيسة في عقول أصحابها.
  - أن مفتاح القيمة في اقتصاد المعرفة هو في مدى تنافسية رأس المال البشري.
  - أنه اقتصاد يمنح مكاناً لنظم التعليم والتدريب المستمرين لكي تتواءم خبرات العمالة مع اقتصاد المعرفة وهذا يتطلب أساليب جديدة في التفكير وفي صنع السياسات الاقتصادية.
  - أنه اقتصاد يتوقف فيه تسعير المنتج أو الخدمة على السياق الذي يتم فيه التسويق بحيث يمكن أن تكون هناك أسعار مختلفة لشعوب مختلفة وأوقات مختلفة لنفس المنتج المعرفي .
  - في هذا الاقتصاد تزايد عمليات موائمة المعرفة بنظم الشبكات والمعلومات الرقمية التي تتولى قيادة عملية الانتقال في هياكل الإنتاج وفي منظمات الأعمال.
  - كما يمكن إضافة خصائص أخرى تتمثل في :
  - المرونة والقدرة العالية على التطويع والتكيف مع المتغيرات والمستجدات الحياتية المتسارعة.
  - القدرة العالية على التجدد والتطور والتواصل الكامل مع غيره من الاقتصاديات التي أصبحت تسعى إلى الاندماج فيه.
  - القدرة على الابتكار وإيجاد وتوليد منتجات فكرية معرفية وغير معرفية جديدة مما يساعد على خلق وإيجاد المنتجات الأكثر إشباعاً وإقناعاً للمستهلك.
  - تعدد، تنوع، تجدد وتدفق مجالات خلق القيمة المضافة فيه.
  - لا توجد فواصل زمنية أو عقبات تقليدية أمام التعامل معه فهو اقتصاد مفتوح وكل متطلباته معرفية عقلية وإدارة تشغيلية ووعي كامل بأبعاد وجوانب هذا الاقتصاد.
  - ارتباطه بالذكاء، القدرة الابتكارية، الخيال والوعي الإدراكي بأهمية الاختراع، الخلق، المبادرة الذاتية والجماعية لتحقيق ما هو أفضل وأحسن وتفعيل ذلك كله بإنتاج حجم أكبر وأكثر جودة في الأداء وأفضل إتاحة في الإشباع.
- 5- أهمية الاقتصاد الرقمي:** شهدت البشرية في العقود الأخيرة تحول كبير وعميق في مسارها وهو ما أصطلح على تسميته بالمعلوماتية والتي جعلت المعرفة أساس الموارد والقوة والتقدم.

وكما كانت المجتمعات والدول المتقدمة توصف بأنها زراعية ثم صناعية فإنها اليوم توصف بأنها مجتمعات واقتصاديات المعرفة.<sup>29</sup>

وهي مرحلة اقتصادية واجتماعية هامة في تاريخ البشرية تجعل المعرفة موردا تسعى المجتمعات والدول عامة لاكتسابه وتقتضي بالضرورة إعادة صياغة المجتمعات والسياسات للتكيف معها فكما غيرت الزراعة في المجتمعات والدول والحضارات بانتقال البشرية من الصيد إلى الرعي وكما غيرت الصناعة في موازين القوى والعلاقات الدولية الاستراتيجية والاقتصادية فإن المعرفة تغير معظم المنظومات الاقتصادية والتنموية والسياسية والاستراتيجية.

إن أهمية الاقتصاد الرقمي تبرز من خلال الدور الذي تؤديه مضامينه ومعطياته وما تفرزه من تقنيات متقدمة في مختلف المجالات وتمثل الإسهامات الأساسية لمضامين اقتصاد المعرفة في ثورة المعلومات والاتصالات والاستخدام الواسع للمعرفة والعلم وتمثل أهم هذه الإسهامات فيما يلي:<sup>30</sup>

- إن المعرفة العلمية والمعرفة العملية بالذات والتي يتضمنها اقتصاد المعرفة تعتبر هي الأساس في توليد الثروة وزيادتها وتراكمها هذه الزيادة في الثروة التي ارتبط نشوء علم الاقتصاد بالبحث عن أسباب تحققها حيث أن هذا الإسهام للمعرفة وبالذات التقنية المتقدمة منها خصوصا أدى إلى أن يكون (بيل غايتس) أغنى رجل في العالم والذي ارتبطت ثروته بالحاسوب وتقنياته خلال فترة قصيرة وبعمر مبكر وأن ثالث أغنى رجل في العالم ترتبط ثروته بالاتصالات.

- الإسهام في تحسين الأداء ورفع الإنتاجية وتخفيض تكاليف الإنتاج وتحسين نوعيته من خلال استخدام الوسائل والأساليب التقنية المتقدمة التي يتضمنها اقتصاد المعرفة وما يتاح في إطاره من معرفة علمية وعملية يساندها قدر واسع من المعلومات التي تساهم في توفيرها الاتصالات وبالشكل الذي يساعد على حسن إدارة المشروعات الاقتصادية حيث أن أكثر من نصف الزيادة في إنتاجية الاقتصاد الأمريكي كانت جراء استخدام التكنولوجيا المتقدمة في المعلومات والاتصالات.

- زيادة الإنتاج والدخل الوطني وإنتاج المشروعات، والإسهام في توليد دخول الأفراد الذين ترتبط نشاطهم بما سواء بشكل مباشر أو غير مباشر وبالذات في المجالات الصناعية التي تبرز فيها صناعة أجهزة ومعدات الإلكترونيات الدقيقة وصناعة معدات الفضاء والاتصالات والصناعات البيولوجية والكيميائية وغيرها، والتي تتحقق من خلالها زيادة مهمة في إنتاج الاقتصاد الوطني ككل.

- الإسهام في توليد فرص عمل و بالذات في المجالات التي يتم فيها استخدام التقنيات المتقدمة التي يتضمنها اقتصاد المعرفة نتيجة التوسع والتنوع في النشاطات الاقتصادية التي تستخدم التقنيات المتطورة .

- يساهم اقتصاد الرقمي وتقنياته في إحداث التغيير والتحديث والتطور للنشاطات الاقتصادية وبما يساهم في توسعها ونموها بدرجة كبيرة وبشكل متسارع ومتزايد وبذلك يتم تحقيق الاستمرارية في تطور الاقتصاد ونموه .

- ساهم الاقتصاد الرقمي ومضامينه في التحفيز على التوسع في الاستثمار خاصة الاستثمار في المعرفة العلمية والعملية من أجل تكوين رأسمال معرفي يساهم بشكل مباشر في توليد إنتاج معرفي وزيادته وبشكل غير مباشر في الإنتاج الذي يستخدم التقنيات المتقدمة وذلك من خلال توفير فرص الاستثمار المربح.

- إسهام الاقتصاد الرقمي بمضامينه وتقنياته في تحقيق تغيرات هيكلية واضحة وملموسة في الاقتصاد بحيث تتضمن هذه التغيرات الهيكلية ما يلي :

- زيادة الأهمية النسبية للإنتاج المعرفي وبالذات غير الملموس أي غير المادي.

- زيادة الأهمية النسبية للاستثمار في المعرفة والذي هو استثمار وتكوين لرأس المال غير الملموس .

- زيادة الأهمية النسبية للعاملين في مجالات المعرفة المرتبطة باستخدام التقنيات المتقدمة خاصة العاملين ذوي المهارات والقدرات المتخصصة عالية المستوى .

- زيادة الأهمية النسبية للصادرات من المنتجات المعرفية وبالذات الصادرات غير المادية غير الملموسة.

- مساهمة الاقتصاد الرقمي في إيجاد نمط جديد للتخصص وتقسيم العمل الشيء الذي يؤدي بالدول المتقدمة إلى احتكار توليد التقنيات عالية التطور بالشكل الذي يؤدي إلى اعتماد الدول النامية عليها في حصولها على منتجات الاقتصاد الرقمي دون أن تساهم في توليدها بل وحتى دون أن تتوفر لها القدرة على استخدامها بكفاءة وفاعلية وهو الأمر الذي يزيد من فجوة تخلفها ونتيجة لكل ما سبق أصبحت مضامين الاقتصاد الرقمي ومعطياته وتقنياته المتقدمة والمجالات التي تولد هذه التقنيات وتستخدمها في المجالات القائدة لعملية تطور الاقتصاد ونموه والمرتبطة بثورة المعرفة وما يتصل بها من ثورة في المعلومات والاتصالات وتقنياتها الأمر الذي يجعل المعرفة العلمية والعملية قاطرة النمو الاقتصادي ومحركة في ظل الاقتصاد الرقمي.

**6- الجهات المساعدة في عملية التحول إلى الاقتصاد الرقمي:** تتطلب عملية الانتقال من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد

الرقمي مجموعة من المستلزمات الأساسية الواجب توافرها كتوفير إطار مؤسسي محدد وبنية تحتية علمية وعملية نظام قيم ومجموعة من الوسائل والأهداف التي تقوم بتوجيهه وتسهيل عملية الانتقال بحيث يسعى الجميع نحو تحقيق البيئة الملائمة وتركيب التوليفة السليمة للسياسات والإصلاحات الإدارية والهيكلية بالإضافة إلى الإرادة الحقيقية من أجل التغيير، وعليه فكل عنصر من عناصر المجتمع المدني السياسي والاقتصادي له دور محدد يجب أن يقوم به على أكمل وجه والتكامل بين هذه الأدوار والمبادرات

هو ضمان النجاح في عملية الانتقال ومن بين العناصر الفاعلة في إحداث عملية التغيير (الانتقال إلى الاقتصاد الرقمي) ما يلي:<sup>31</sup>

✓ **دور مؤسسات الدولة في عملية الانتقال:** لعل أهم مهمة للمؤسسات الحكومية اليوم هي ربط مواطنيها ومؤسساتها بالاقتصاد القائم على المعرفة والحد من التقسيمات الوطنية والإقليمية وتمكين المجتمع بصورة عامة من الاستفادة التي يتيحها الاقتصاد الجديد وتقتضي التغييرات الرامية إلى الانتقال للاقتصاد الرقمي أن تؤدي الحكومات مهامها المتمثلة في تنظيم الأسواق، حماية العاملين والمستهلكين بأسلوب متطور وباستمرار وكذلك العمل على رسم وتطبيق سياسات متكاملة وواضحة تشمل بالأخص الحالات التالية:

- بناء وتوفير الهياكل الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمختلف أشكالها وتوجهاتها من أجل توفير البيئة اللائمة لتسخيرها في كافة القطاعات بهدف تحقيق تطور اجتماعي واقتصادي.

- تنمية قدرات الموارد البشرية عن طريق إعادة النظر باستراتيجيات التعليم لتشمل تحديث البرامج وإدخال مقاييس تكنولوجيا المعلومات في التعليم بجميع المستويات.

- تشجيع الابتكار عن طريق منح تسهيلات أو دعومات مالية لمشاريع البحث والتطوير .

- تحديث الأنظمة التشريعية القضائية (خاصة الماسة بحقوق الملكية الفكرية).

- تنظيم الأنترنت والقوانين والأنظمة الأمنية الرقمية "التجارة الإلكترونية و" حماية المستهلك .

- منح حوافز اقتصادية كالإعفاءات والتخفيضات الضريبية للمشاريع ذات الصيغة الرقمية ومنح إعانات مالية في جميع مجالات الاقتصاد .

- تخفيض تكلفة خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية ومستويات الضرائب ورسوم الاستيراد المفروضة على منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخدماتها .

- إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إصلاحات الإدارة العامة.

✓ **دور المنظمات غير الحكومية في عملية التحول:** تلعب المنظمات غير الحكومية دور هام في دعم ونشر سياسات بث التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات وبالتالي فهي تساهم في عملية انتقال اقتصاديات الدول إلى اقتصاديات معرفية وذلك من خلال الأدوار التي تلعبها هاته الأخيرة والمتمثلة في :

-تسخير إمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للنهوض بأهداف التنمية الشاملة من خلال تحسين وتوعية مختلف شرائح المجتمع المدني .

- التأكد من أن يتم تبادل أفقي للخبرات والتجارب الناجمة بين مختلف المنظمات من جهة وبين ممثلي القطاع الخاص والهيئات الحكومية من ناحية أخرى .

- نقل صوت الفئات المهمشة إلى صناع القرار لإدماجهم في السياسات والبرامج والاستراتيجيات .

✓ **دور القطاع الخاص في عملية التحول:** إن عملية الانتقال من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد الرقمي تتطلب دون شك مشاركة القطاع الخاص بقوة وذلك من خلال استيعاب متطلبات هذا الأخير تبني وإدماج التكنولوجيا الجديدة في عمليات التسيير، الإنتاج والتسويق وباقي نشاطات المؤسسات الاقتصادية المختلفة.

وقد أثبت تجارب بعض المؤسسات ذلك وأصبحت تعد في مصف عالم الأعمال مثال ذلك تجربة مؤسسة "CHEVRIN" الأمريكية للصناعات البترولية ومؤسسة "SKANDIA" السويدية المختصة في مجال التأمين وغيرها من المؤسسات التي أثبتت جدارتها عند طريق تسيير فعال لمعارفها ورأس مالها الفكري.

خاتمة: مما سبق نستنتج ما يلي:

-أدت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ظهور إقتصاد جديد هو "الإقتصاد الرقمي " .

- يتميز الإقتصاد الرقمي بالعمل على نشر مجتمع المعلومات والمعرفة وتشجيع بناء الحكومات الإلكترونية وشركات المساهمة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية والإدارة الإلكترونية.

-المستهلك يحتاج إلى الحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي بالإضافة إلى أن المستهلك يحتاج للحماية القانونية بسبب المخاطر، وقلة الأمان، وكثرة المشاكل عبر الشبكة الإلكترونية.

- نجاح ونمو الإقتصاد الرقمي يعتمد على مدى قدرة المجتمعات على المشاركة في شبكات المعلومات ومواقع الإنترنت مما يساهم في تقليص الفجوة الرقمية.

- تعاني الدول العربية من تأخر ملحوظ في مجال مجتمع المعلومات .

التوصيات والمقترحات: بناء على نتائج الدراسة يمكن اقتراح التوصيات الآتية:

- لا بد على المواقع الالكترونية ضرورة معرفة ودراسة حاجات ورغبات المستهلك الجزائري من اجل إشباعها وتحديد أسواقها بدقة من اجل التمرکز وذلك حجم المؤسسة وميدان نشاطها وإمكانياتها المادية.

- ضرورة الاهتمام بالعديد من العوامل ضمن الموقع الالكتروني التي قد توجه وتحفز المستهلك على اقتناء الخدمة أو السلعة ولعل أهمها:

✓ محرركات البحث السريعة والفعالة.

✓ جعل الموقع واضح وسهل الاستخدام والاعتماد على أكثر من لغة.

✓ استخدام أدوات التصنيف والتوصية والاعتماد على التفاعلية مع المستهلكين.

✓ استخدام مزود التعليقات.

✓ إدراج روابط وسائل التواصل الاجتماعي في جميع صفحات الموقع.

✓ التحديث الدوري للموقع ونشر سياسة الخصوصية ضمنه.

- على المؤسسات الجزائرية الاعتماد على إدارة العلاقات الالكترونية للزبائن لما لها من اثر ايجابي على كل من المستهلك الذي يستطيع أن يعرف المؤسسة بحاجاته وتفضيلاته وأيضا على المؤسسة في الحصول على معلومات الزبائن واسترجاعها في الوقت الحقيقي بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- كذلك ما يجب التأكيد عليه هو الدور الفعال الذي يجب أن تلعبه الدول والحكومات في حماية الملكيات الفكرية لمؤسسات القطاع الخاص عند طريق تأمين مناخ البيئة القانونية اللازم لذلك والذي من شأنه أن يؤدي إلى كسب ثقة مؤسسات القطاع الخاص وتشخيصها على الاستثمار في المجالات المختلفة للمعرفة كالبرمجيات والتجهيزات الإلكترونية، الصناعات الصيدلانية والطبية إلخ، وعليه يجب تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص والمساهمة في الإسراع ببناء الهياكل الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويتعين أن تستند هذه الجهود على ما يلي:

✓ تعزيز حاضنات التكنولوجيا، المناطق التكنولوجية.

✓ إنشاء مؤسسات مشتركة بين القطاع العام والخاص للبحث والتطوير في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

✓ الاستثمار في المجالات الخاصة بتطوير البنية التحتية التقنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

### قائمة المراجع (الهوامش):

الهوامش:

<sup>1</sup>: محمد بوابلي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 39.

- <sup>2</sup>: فئات فوزي، نشوء حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005، ص 29.
- <sup>3</sup>: مُجَّد بُوادلي، مرجع سابق، صص 39، 40.
- <sup>4</sup>: جمال نكاس، حماية المستهلك واثرا على النظرية العامة للعقد، مجلة الحقوق، الكويت، 1989، ص 47.
- <sup>5</sup>: عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الجزائر، 2007، ص 49.
- <sup>6</sup>: علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، عين مليلة، 2000، ص 14.
- <sup>7</sup>: مُجَّد بُوادلي، مرجع سابق، ص 47.
- <sup>8</sup>: شعباني حنين، التزام التدخل بضمان سلامة المستهلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أطروحة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012، ص 08.
- <sup>9</sup>: كريم قشيري، السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك، ملتقى وطني حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، جامعة الوادي، 14/13 أفريل 2008، ص 31.
- <sup>10</sup>: مُجَّد بُوادلي، مرجع سابق، ص ص 49، 50.
- <sup>11</sup>: سليم سعداوي، حماية المستهلك الجزائري نموذجا، دار الخلدونية، الجزائر، 2009، ص ص 16، 17.
- <sup>12</sup>: علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص 15.
- <sup>13</sup>: هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت دار، النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 65.
- <sup>14</sup>: خالد دوح إبراهيم مُجَّد، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه كلية، الحقوق، جامعة الإسكندرية، 2005، ص 335.
- <sup>15</sup>: بدر، أسامة أحمد، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية. القاهرة، 2000، ص 108.
- <sup>16</sup>: عبد الباقي، عمر مُجَّد، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف. الإسكندرية، 2008، ص 44.
- <sup>17</sup>: نفس المرجع السابق، ص 45.
- <sup>18</sup>: مُجَّد مُجَّد حسن الحسني، حماية المستهلك الإلكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012، ص ص 30، 31.
- <sup>19</sup>: بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة البلدة، 2005، ص 24.
- <sup>20</sup>: فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، مؤسسة الشباب الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 11.
- <sup>21</sup>: نفس المرجع السابق، ص 12.
- <sup>22</sup>: بوشول فائزة وآخرون، واقع الإقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، جامعة سطيف، 2000، ص 121.
- <sup>23</sup>: حسن مظفر الرزو، مقومات الإقتصاد الرقمي ومدخل إلى إقتصاديات الإنترنت، مركز البحوث، الرياض، 2006، ص 13.
- <sup>24</sup>: إبراهيم بنحّي، تنمية وتطوير المنتجات والقيمة المضافة في الإقتصاد الرقمي، المؤتمر العلمي الدولي الأول، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص 3.
- <sup>25</sup>: نفس المرجع السابق، ص 4.
- <sup>26</sup>: فريد راغب النجار، مرجع سابق، ص 17.
- <sup>27</sup>: نجم عبود، الإدارة الالكترونية: الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات، دار المريخ، السعودية، 2004، ص ص 80-82.
- <sup>28</sup>: سليم جودة، تطوير التعليم ودوره في بناء اقتصاد المعرفة، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، جامعة القاهرة، 2004، ص ص 3-5.
- <sup>29</sup>: أحمد عبد الونيس، مدحت أيوب، اقتصاد المعرفة، مركز الدراسات والبحوث، القاهرة، 2006، ص 18.
- <sup>30</sup>: فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2007، ص ص 22، 23.
- <sup>31</sup>: Jean Yves : Le Guide du Knowledge Management, Concepts du Management de la Connaissance, dunod, France, 2000, pp : 15-20

### قائمة المراجع:

1. المرجع الأول: مُجدبوايلي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
2. المرجع الثاني: فتات فوزي، نشوء حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005.
3. المرجع الثالث: جمال نكاس، حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد، مجلة الحقوق، الكويت، 1989.
4. المرجع الرابع: عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الجزائر، 2007.
5. المرجع الخامس: علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، عين مليلة، 2000.
6. المرجع السادس: شعباني حنين، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أطروحة ماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012.
7. المرجع السابع: كريم قشري، السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك، ملتقى وطني حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، جامعة الوادي، 13/14 أفريل، 2008.
8. المرجع الثامن: سليم سعداوي، حماية المستهلك الجزائر نموذجاً، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.
9. المرجع التاسع: هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت دار، النهضة العربية، القاهرة، 2000.
10. المرجع العاشر: خالد دوح إبراهيم مُجد، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه كلية، الحقوق، جامعة الإسكندرية، 2005.
11. المرجع الحادي عشر: بدر أسامة أحمد، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
12. المرجع الثاني عشر: عبد الباقي عمر مُجد، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف. الإسكندرية، 2008.
13. المرجع الثالث عشر: مُجد مُجد حسن الحسني، حماية المستهلك الإلكتروني، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012.
14. المرجع الرابع عشر: بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة البليلة، 2005.
15. المرجع الخامس عشر: فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، مؤسسة الشباب الجامعية، الإسكندرية، 2004.
16. المرجع السادس عشر: بوشول فائزة وآخرون، واقع الإقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، جامعة سطيف، 2000.
17. المرجع السابع عشر: حسن مظفر الرزو، مقومات الإقتصاد الرقمي ومدخل إلى إقتصاديات الإنترنت، مركز البحوث، الرياض، 2006.
18. المرجع الثامن عشر: إبراهيم بختي، تنمية وتطوير المنتجات والقيمة المضافة في الإقتصاد الرقمي، المؤتمر العلمي الدولي الأول، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2002.
19. المرجع التاسع عشر: نجم عبود، الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية، الوظائف والمشكلات، دار المريخ، السعودية، 2004.
20. المرجع العشرون: أحمد عبد الونيس، مدحت أيوب، اقتصاد المعرفة، مركز الدراسات والبحوث، القاهرة، 2006.

21. المرجع الواحد والعشرون: فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2007.