



جامعة عبد الرحمان ميرة – بجاية-
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص



التجارة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص المهن القانونية والقضائية

تحت إشراف الأستاذ
- أسياخ سمير

من إعداد الطالبين
- بولجبال عبد اللطيف محمد رشيد
- باكلي راجح

أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ: سلاماني الفضيل، أستاذ محاضر قسم "أ"، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية----- رئيسا
الأستاذ: أسياخ سمير، أستاذ محاضر قسم "أ"، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية----- مشرفا ومقررا
الأستاذ: مخالفة كريم، أستاذ محاضر قسم "أ"، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية----- ممتحنا

السنة الجامعية: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ تَعَالَى:

﴿ وَقُلْ رَبِّ أَدْخِلْنِي مُدْخَلَ صِدْقٍ
وَأَخْرِجْنِي مُخْرَجَ صِدْقٍ وَأَجْعَلْ لِي مِنْ
لَدُنكَ سُلْطَانًا نَّصِيرًا ﴾

شُكْرٌ وَتَقْدِيرٌ

نشكر الله سبحانه وتعالى أولاً ونحمده كثيراً على أن يَسِّرَ لنا أمرنا
في القيام بهذا العمل.

كما نتقدم بأسمى آيات الشكر والإمتنان والتقدير

إلى اللذين حملوا رسالة العلم والمعرفة

ولا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتوجه بالشكر الجزيل والإمتنان الكبير

إلى الأستاذ المشرف "أسيخ سمير" على تولّيه الإشراف على هذه المذكرة

وعلى كل ملاحظاته القيّمة

وجزاه الله عن ذلك كل خير،

كما لا يفوتنا في هذا المقام أن نتقدم بالشكر الخاص إلى الأساتذة الكرام بشكل عام

ويطيب لنا تقديم خالص الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول

فحص وتدقيق هذه المذكرة.

وإلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل وكل من ساعدنا على إتمامه،

وإلى كل من خصّنا بنصيحة أو دعاء.

نسأل الله أن يحفظهم وأن يجازيهم خيراً.

عبد اللطيف محمد رشيد، راجح-


الْأَهْدَاءُ

إلى من قال فيهم المولى تبارك وتعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم:
﴿وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حُسْنًا وَإِنْ جَاهَدَاكَ لِتُشْرِكَ بِي مَا
لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ فَلَا تُطِعْهُمَا إِلَيَّ مَرْجِعُكُمْ فَأُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ
تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾﴾

سورة العنكبوت، الآية 08

إلى كل من

أمي ... أبي ... إخوتي

أحيا معهم الحاضر ... وأستشرف بهم المستقبل

إلى من كانوا ملاذي وملجئي، إلى من تدوقت معهم أجمل اللحظات

إلى عائلتي الصغيرة

وكذا لا أنس أحبائي وأصدقائي

إلى من أتمنى أن أذكرهم ... إذا ذكروني

إلى من أتمنى أن تبقى صورهم ... في عيوني

أهدي عملي هذا

عبد اللطيف محمد رشيد، راجح - 

قائمة المختصرات

قائمة المخصصات

أولاً: باللغة العربية

ج.ر.ج.ج: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

ج: جزء.

د.ب.ن: دون بلد النشر.

د.س.ن: دون سنة النشر.

د.ط: دون طبعة.

ط: طبعة.

ص.ص: من الصفحة إلى الصفحة.

ص: صفحة.

ق.إ.ج.ج: قانون الإجراءات الجزائرية الجزائري.

ق.م.ج: القانون المدني الجزائري.

ثانياً: باللغة الفرنسية

CERIST : Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique

EDHEC : Ecole Des Hautes Etudes Commerciales.

Ibid : Même Référence Précédemment Cite.

N° : Numéro.

OMPI : Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle

Op-Cit : Ouvrage Précédemment Cite.

P : Page.

PP : de Page à la Page.

مقدمتہ

صاحب ثورة المعلومات ظهور أشكال جديدة للاتصال والتعامل، من أبرزها الحاسوب الذي أدى ظهوره وانتشاره إلى إحداث تحول جذري في حياة الإنسانية، حيث قيل أن العالم على أبواب حضارة جديدة ومختلفة تماما، تكون الغلبة فيها لمجتمع المعلومات، كبديل للمجتمع الصناعي الذي تميزت به البلدان المتقدمة، حيث أصبحنا نعيش في البدايات الأولى لعصر الاقتصاد الرقمي الذي يعد توجهها عالميا حديثا، تسعى إلى تحقيقه الدول والمجتمعات من خلال الاستفادة من معطيات العصر والتحول من اقتصاد الصناعات إلى اقتصاد المعلومات، ومن إنتاج البضائع إلى إنتاج المعلومات وتخزين المعطيات، وإيجاد اقتصاد رقمي يكون عموده الفقري شبكات الاتصالات والمعلومات والاعتماد على قوة المعلومات والمعرفة ورأس المال البشري أكثر من الاعتماد على المواد الخام والثروات الطبيعية⁽¹⁾.

نتج عن هذه الثورة المعلوماتية شبكات اتصال عالمية يتم بموجبها تبادل المعلومات بين التجار، فقد ساهمت شبكة الإنترنت باعتبارها من أهم تقنيات الاتصال الحديثة بشكل كبير في ظهور شكل جديد من أشكال المعاملات التجارية وهي ما يسمى بـ "التجارة الإلكترونية".

والتجارة الإلكترونية كمفهوم جديد لم تظهر بشكل مفاجئ، وإنما مرت بالعديد من قطاعات الأعمال الاقتصادية، إلى أن وصلت إلى الشكل التي هي عليه في الوقت الحالي، حيث كانت الشركات الكبيرة تستخدم الحاسبات الرئيسية في أداء عمليات إدارة المخزون من مكونات الإنتاج، وذلك عن طريق تركيب نهايات طرفية للحاسب الرئيسي للشركة عند الموردين الرئيسيين، بهدف تسهيل اطلاعهم على مستوى المخزون المتاح لدى الشركة، والذي بناء عليه تقوم بتوريدها بما تحتاجه بالضبط.

إن التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا جعل العالم رقعة جغرافية واحدة في عالم افتراضي موحد، ووجود الأنترنت أصبح أبرز سمات هذا العصر، حيث جعل هذا الأخير يصل إلى درجات من المعاملات، لم يكن يدرك الإنسان أنه قد يصل إليها، والذي مازال يسعى لتطوير

(1) - مصطفى هنشور وسيمه، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017، ص7.

أكثر، وهذا ما جعل التجارة المحلية والتقليدية تتحول إلى تجارة عالمية داخل بيئة افتراضية مما زاد التعطش إليها والبحث عن السبل الأسهل والأيسر لتطويرها.

كما أن دائرة التجارة الإلكترونية، أصبحت في توسع يوما بعد يوم، مما يستدعي أشخاص متمكنين في المعاملات الإلكترونية، بغرض مواكبة هذا التطور الهائل، وهذا ما دفع مجلس الأمم المتحدة للتجارة والتنمية مخاطبا الدول قائلا: "عليها توفير البيئة القانونية المناسبة للتجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، وإلا ستكون على هامش الدول"⁽²⁾.

تتمثل أهمية البحث في موضوع النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، في كون أن النظام القانوني بحد ذاته موضوع حيوي، يعكس ميول المجتمع واتجاهاته واحتياجاته ونزعاته للتنظيم ولحماية الحقوق الفردية والجماعية، من خلال التشريعات المختلفة ومن الطبيعي أن تتأثر علاقات ذلك النظام وقواعد التشريع ومركزاته فيه، بما أحدثته التقنية العالية من آثار وما خلفته من أنماط جديدة للعلاقات القانونية.

تهدف دراسة موضوع التجارة الإلكترونية إلى التركيز على التحديات والآفاق إلى التعرف على هذه الظاهرة الحديثة التي انتشرت بسرعة في العالم بأسره والمتمثلة في التجارة الإلكترونية، ومحاولة إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في الجزائر، إلى جانب معرفة أهم الصعوبات والعوائق التي تواجه الجزائر في استخدام التجارة الإلكترونية، التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وبالتالي تحديد آفاق تطوير التجارة الإلكترونية في المستقبل.

انطلاقا مما سبق ونظرا للتوسع في عجلة البيع والشراء عن طريق الخدمة الرقمية واكتساحها للعالم، تنبثق إشكالية مفادها مدى فعالية تنظيم المشرع الجزائري لممارسة التجارة الإلكترونية، في ظل التحديات التي تشهدها الجزائر؟ وما هي الوسائل التي من شأنها تفعيل هذه التجارة في المستقبل؟

(2) - نقلا عن: بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص185.

مقدمة

للإجابة عن الإشكالية المطروحة أعلاه، وبالنظر إلى أهمية موضوع البحث وخصوصيته، تم الاعتماد على عدة مناهج علمية تتكامل فيما بينها وذلك قصد الإلمام بكافة جوانب موضوع البحث، فقد استعملنا المنهج الوصفي لوصف الظاهرة محل البحث والمعلومات والحقائق المتعلقة بها، مع وصف الوضع الراهن للتجارة الإلكترونية في الجزائر كما تم الإستعانة كذلك بالمنهج التحليلي، الذي اعتمدهنا في استعراض وتحليل القوانين والنصوص التنظيمية للتجارة الإلكترونية، وكذا جهود المشرع الجزائري المتعلقة بموضوع البحث، واستخدمنا المنهج المقارن لتوضيح المسائل التي يستوجب معها تدخل المشرع.

لدراسة موضوع البحث تم الإستناد على خطة علمية ثنائية تم من خلالها الإحاطة بكل جوانبه بتقسيمه إلى فصلين رئيسيان، وذلك بدراسة الأحكام العامة للتجارة الإلكترونية (الفصل الأول)، وتسليط الضوء على الصعوبات التي تعترض التجارة الإلكترونية في الجزائر ومن ثم إعطاء تصور لأفاق التجارة الإلكترونية في المستقبل (الفصل الثاني).

الفصل الأول

الأحكام العامة للتجارة

الإلكترونيت

أحدثت تكنولوجيا الاتصال طفرة في العديد من المجالات لاسيما التجارية منها، حيث تأثر المجال التجاري بمفرزات تكنولوجيا الاتصال، وعلى رأسها احتوائه لأنظمة الدفع الإلكتروني، مما خلق علاقة تأثير وتأثر بين هذه الأنظمة والمعاملات التجارية.

ونظرا لتطور التجارة الإلكترونية، وانتشارها الواسع والمتزايد في كل أرجاء العالم، جعل منها إحدى أساسيات اقتصاد دول العالم الحديث، بل وأصبحت إحدى أساسيات الاقتصاد الوطني اللازمة لقيام التبادل التجاري، بحيث يعد موضوع التجارة الإلكترونية، من أكثر الموضوعات عصر المعلومات إثارة للجدل القانوني، في وقتنا الحاضر، مما يستوجب توضيح مفهومها، وخصائصها وأنواعها والتطرق لممارساتها وأطرافها.

بناء على ما تقدم سوف يتم دراسة مفهوم التجارة الإلكترونية (المبحث الأول)، ثم ودراسة أحكام ممارسات التجارة الإلكترونية في الجزائر (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم التجارة الإلكترونية

نظرا لتطور وسائل الاتصال الحديثة، التي شهدتها العالم في الآونة الأخيرة، والتوسع في استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات والشركات بمختلف أحجامها، وفي شتى مجالات الحياة، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية، وأصبح واحدا من التعبيرات الحديثة.

يأخذ مفهوم المعاملات التجارية الإلكترونية عدة معاني، ولتحديد مفهوم دقيق ومحدد لما يسمى بالتجارة الإلكترونية، ليس بالأمر السهل واليسير، لاسيما إذا أخذنا في الاعتبار تنوع التقنية المستخدمة في هذا النوع من التعامل، وتطورها المستمر، والتوسع في أساليبها ووسائلها.

وبالتالي سيتم تحديد مضمون التجارة الإلكترونية (المطلب الأول)، والتطرق إلى أشكال التجارة الإلكترونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مضمون التجارة الإلكترونية

تقوم التجارة الإلكترونية، على أساس دعائم إلكترونية، عكس التجارة التقليدية التي تقوم على الدعائم الورقية، وهو الأمر الذي يجعلها تتميز بمفهوم جديد يبتعد عن المفهوم التقليدي للتجارة خارج المجال الافتراضي.

وعلى هذا الأساس يختلف مضمون التجارة الإلكترونية عن مضمون التجارة التقليدية وهو الأمر الذي جعلنا نخص هذا المطلب بمضمون هذه التجارة.

وعلى ضوء كل النقاط التي تحتويها التجارة الإلكترونية، تم القيام بتعريف التجارة الإلكترونية (الفرع الأول)، والتطرق كذلك لخصائص التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف التجارة الإلكترونية

نتيجة التطور الواسع والسريع للتجارة الإلكترونية، تعددت التعاريف المقررة لها، والتي تتيح العديد من المزايا، بحيث أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر، أو حتى استخدام النقود التقليدية، وكسب الكثير من الوقت والمال، وترويج أكثر للبضائع في الأسواق العالمية.

بناء على ما سبق تم عرض أهم التعاريف التي قدمت في التجارة الإلكترونية من الجانب الفقهي (أولاً)، ثم إلى أهم التعاريف التي أقرتها تشريعات الدول للتجارة الإلكترونية (ثانياً).

أولاً: التعريف الفقهي

تعد التجارة الإلكترونية واحدة من التعبيرات الجديدة، التي دخلت مجال الأعمال، والاقتصاد، وأصبحت تتداول في الاستخدام العادي، لتعبر عن كثير من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ونظر للتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الإلكترونية، اتجه الفقه لوضع تعريف لهذا النشاط المستجد من خلال العديد من الجوانب، فمن بين التعاريف الفقهية للتجارة الإلكترونية، نجد جانب من الفقه قد عرفها على أنها: "عرض المشروع للسلع والخدمات على موقع الانترنت ليحصل على طلبات من العملاء"⁽⁵⁾.

وعرفها جانب آخر بأنها: "تلك العملية التجارية التي تتم بين طرفين - بائع ومشتري - وتتمثل في عقد الصفقات وتسويق المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الانترنت، وذلك دون حاجة لانتقال الطرفين أو لقاءهما، بل يتم التوقيع الكترونياً على العقد"⁽⁵⁾.

كما عرفت بأنها: "تلك التجارة التي تشتمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات وهي تقديم خدمات الأنترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات، أي تسليم صفقات المنتجات الخدمائية

(5) - عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية (نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنياً)، ط.1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص45.

للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الأنترنت كقناة لتوزيع الخدمات، وعن طريقه يتم شراء السلع عبر الشبكة، ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني⁽⁶⁾.

وعُرفت أيضا التجارة الإلكترونية من طرف الفرنسي "لورنتز" في جانفي 1998 بأنها: "مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة"⁽⁷⁾.

انطلاقا من التعاريف السابقة نجدها تركز على الوسيلة المستخدمة في التعاقد، وهي شبكات الأنترنت التي يتم عن طريقها وبواسطتها هذا النوع من الممارسات التجارية.

ثانيا: التعريف القانوني

تحظى التجارة الإلكترونية بمكانة هامة في أغلب تشريعات الدول، حيث اجتهدت عديد الدول نحو تضمين تشريعاتها لتعريف التجارة الإلكترونية، إلا أننا في هذا المقام سنتطرق للتعريف الذي أورده المشرع الفرنسي بحيث يعتبر في مقدمة التشريعات الغربية التي أولت الاهتمام لمفهوم التجارة الإلكترونية ثم يتم التطرق لتعريف المشرع التونسي على اعتبار أنه السباق لتعريف التجارة الإلكترونية على المستوى العربي، وأخيرا التطرق لتعريف الذي أورده المشرع الجزائري على اعتبار أن الدراسة تتم وفقا لأحكام هذا الأخير.

لقد عرّف المشرع الفرنسي التجارة الإلكترونية بموجب المادة 1/14 من القانون الفرنسي رقم 575 لسنة 2004 الصادر في 2004/06/21 بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي، التجارة

(6)–Directive 1999/23/ce du parlement européenne du conseil du 13/12/1999 sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques, J.O.C.E.L. 13 du 30 Janvier 2022, p12.

(7)–Jean Pierre Allegret, Pascal Le Merrer, Economie de la mondialisation, Opportunités et fractures, Editions De Boeck et Larcier, Bruxelles, 2007, P 20.

الإلكترونية بأنها: "النشاط الاقتصادي، الذي يقوم شخص بموجبه بعرض السلع والخدمات، عن بعد بوسيلة إلكترونية"⁽⁸⁾.

ما يعاب على هذا التعريف أنه أعطى مفهوماً جديداً موسعاً للتجارة الإلكترونية، فليس من الضروري أن يكون العرض خاضعاً لقواعد هذه التجارة، فقد يعرض شخص ما، بضائعه على شبكة الإنترنت دون الحاجة لبيعها عبر الموقع نفسه.

أما المشرع التونسي فقد أصدر القانون رقم 83 لسنة 2000 والمتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية بتاريخ 09 أوت 2000، بحيث يعتبر أول قانون عربي متعلق بالتجارة الإلكترونية، وقد كان حاسماً في تعريف التجارة الإلكترونية إذ عرفها في المادة 02 منه على أنها: "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية، وعرف المبادلات الإلكترونية بدورها بأنها: "المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية".

نستخلص من المادة أن المشرع التونسي عرف التجارة الإلكترونية بأنها الصفقات التجارية التي تتم باستخدام وثائق إلكترونية، أي أن التعامل فيها يكون عن طريق وثائق موثقة إلكترونياً.

أما المشرع الجزائري فقد قام بتعريف التجارة الإلكترونية، بموجب المادة 1/06 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي تنص على: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁽⁹⁾.

(8)–Rojinsky Cyril, Teissonniere Guillaume, L'encadrement du commerce électronique par la loi française du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, Lex Electronica, Revue du centre de recherche en droit public, Vol 10, N°01, Hiver 2005, p 02.

(9)– قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج. عدد 28 صادر في 16 مايو 2018.

من خلال نص المادة أعلاه يستخلص أن التجارة الإلكترونية؛ هي ذلك العمل التجاري الذي يمارسه المورد إلكتروني عن بعد عبر شبكة الأنترنت بالاعتماد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وذلك باقتراح أو ضمان توفير سلع أو خدمات لمستهلك إلكتروني.

الفرع الثاني

خصائص التجارة الإلكترونية

تتمتع التجارة الإلكترونية، بالعديد من الخصائص، والتي يتوقع أن تترك صوراً عديدة من التحسينية على أداء المؤسسات والشركات المختلفة، ومن أهمها أنها تحقق وفورات في النفقات الإدارية، وفي التسويق الدولي، وسهولة اتخاذ وتجهيز المتاجر الإلكترونية بتكاليف زهيدة، مما يؤدي إلى فتح المجال أمام المنتجات الوطنية لكي تنتشر في السوق العالمية⁽¹⁰⁾.

إن استعمال التجارة الإلكترونية يؤدي إلى تطوير العملية الإنتاجية، وريح الوقت، في تكوين ومعالجة الأشكال المختلفة للمعاملات بين الأطراف المشاركة في العمليات التجارية، زيادة على ذلك تفادي الأخطاء البشرية مثل تكرار التسجيلات والأرقام، ذلك من خلال تخفيض حجم البيانات المدخلة، وإعادة الإدخال في كل العمليات⁽¹¹⁾.

وتتميز التجارة الإلكترونية بعدة خصائص تميزها عن التجارة التقليدية، ويمكن بيان هذه الخصائص، من خلال توضيح المزايا التي وفرتها وسائل الاتصال الحديثة في ميدان التجارة الإلكترونية وهي كالاتي:

أولاً: تحقيق السرعة في إنجاز العملية التجارية

تؤدي التجارة الإلكترونية، إلى اختصار الوقت والمسافات، وبالتالي توفير الكثير من الوقت، وهذه الخاصية تعتبر عامل أساسي، يمهّد الطريق لتطوير الأعمال، من خلال اتساع

(10) - محمد مدحت محمد، الحكومة الإلكترونية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د.ب.ن، 2016، ص.118.

(11) - عبد المطلب عبد الحميد، إقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2014، ص.90.

الأسواق، بأقل تكلفة، وإتاحة الفرص للمؤسسات الكبيرة والمتوسطة والصغيرة على السواء في عرض منتجاتها، من خلال الاتصالات السريعة التي تختصر الوقت⁽¹²⁾.

توفر الدعائم الإلكترونية لممارسة التجارة فرصة جيدة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت، بالإضافة إلى ذلك فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات ومواصفاتها وأسعارها وصيانتها، ومقارنتها بغيرها من السلع المتاحة، وإمكانية تجربة بعض السلع المعن عنها مثل برامج الكمبيوتر والألعاب، وإمكانية التواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي⁽¹³⁾.

ثانياً: إقصاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية

كان للورق والمستندات دور رئيسي وأساسي في التجارة، سواء الدولية منها أو المحلية، فالأوراق هي التي تحمل المعلومات والتعليمات، وتستخدم في التوثيق والتصديق، ذلك أنه يمتاز بالعديد من الخصائص فهو رخيص الثمن ويسهل استخدامه، ولكن يعيبه أنه يحتاج إلى حيز مكاني كبير لتخزينه، والكميات الضخمة من الأوراق المستخدمة في التجارة، تؤدي حتماً إلى تكاليف نقل وتداول مرتفعة، وبسبب هذا الكم من الأوراق فإنه يصعب الحصول على المعلومة بسرعة، وهذا التأخير لا يمكن قبوله في التجارة الدولية في عصر تزداد فيه الفائدة البنكية⁽¹⁴⁾.

من خصائص التجارة الإلكترونية، الاعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات، حيث أن كافة العمليات تتم بين طرفي المعاملة إلكترونياً، دون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات.

(12)- عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية العربية، الكتاب الأول، شرح قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2007، ص16.

(13)- بشري عباس العالق، سعد غالب ياسين، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص115.

(14)- يوسف حسن يوسف، التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية، ط.2، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011، ص15.

ثالثاً: توفير الجهد اللازم للبيع والتسويق

أصبحت التجارة الإلكترونية طفرة العصر الحديث، وصار لها عالمها الخاص، الذي فتح آفاقاً واسعة، منها ما يمكن أن يفوق الخيال، حيث تميزت بإلغاء الحدود أمام دخول الأسواق التجارية، حيث أن جميع أسواق العالم، بفضل شبكة الإنترنت وبغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري بمثابة "سوق مفتوحة"، تتيح مجالات متعددة للمنتجين ورجال الأعمال والمستهلكين، فتسمح للمنتجين فرص عرض كل منتجاتهم وتتيح للمستهلكين والعملاء فرصاً سهلة وسريعة، للحصول على السلع والخدمات المعروضة أمام المستهلك⁽¹⁵⁾.

رابعاً: انخفاض أثمان شراء المتاجر وتكاليف العمل

تساعد التجارة عبر تقنيات الاتصال الإلكتروني، على تسريع إعداد المتاجر الإلكترونية بالمقارنة مع المتاجر التقليدية، فضلاً عن انخفاض تكلفة هذه المتاجر الإلكترونية عن نظيرتها التقليدية، مما يؤدي إلى انخفاض تكلفة أداء الصفقة التجارية، وبالتالي تكون الأسعار في متناول المستهلكين، ويتم إعادة مقابل الإيجارات إلى السعر المقبول والمتناول في يد الجميع.

التجارة الإلكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية، وزيادة الصادرات بسهولة الوصول إلى مراكز الإستهلاك، وإمكانات تسويق السلع والخدمات عالمياً، وسرعة عقد وإنهاء الصفقات وتحليل الأسواق والاستجابة لتغيرات إحتياجات ومتطلبات المستهلكين.

تخلق التجارة الإلكترونية فرص العمل الحر والعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية، وتمثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية.

(15)-مراد محمود يوسف مطلق، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، كلية الحقوق، جامعة عين الشمس، القاهرة، 2007، ص32.

تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة عدد الأفراد الذين يعملون من داخل منازلهم ويقلل من الإحتياج للخروج من المنزل من أجل التسوق مما يؤدي إلى تقليل عدد السيارات على الطرق وبالتالي الحد من التلوث.

تمكن التجارة الإلكترونية للقاطنين في المناطق الريفية، بالتمتع بالمنتجات والخدمات التي لم تكن متاحة لهم من قبل، كفرصة تعلم مهنة والحصول على شهادة جامعية تسهل التجارة الإلكترونية، وصول الخدمات العامة للأفراد مثل الرعاية الصحية والتعليمية وتوزيع الخدمات الإجتماعية، الحكومية بتكلفة منخفضة وجودة أعلى⁽¹⁶⁾.

المطلب الثاني

أشكال التجارة الإلكترونية

تشكل المعاملات التجارية الإلكترونية، سوق في البيئة الرقمية، تتيح الفرصة ليتقابل فيه الموردون والمستهلكون والوسطاء، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صورة رقمية أو إلكترونية، وتختلف أنواع التجارة الإلكترونية، نظرا لأطراف العلاقة التجارية، وتنقسم إلى عدة فئات بحيث تنقسم إلى تجارة إلكترونية في القطاع الخاص (الفرع الأول)، وتجارة إلكترونية في القطاع العام (الفرع الثاني).

الفرع الأول

أنواع التجارة الإلكترونية في القطاع الخاص

تصنف التجارة الإلكترونية، إلى العديد من الفئات، خصوصا أن القطاع الخاص يعد مهد ظهور هذا النوع من التجارة، التي بدأت بتسويق بعض المنتجات بشكل محتشم، ثم بعد ذلك اتسعت، ليتم اعتمادها من قبل العديد من الوحدات التجارية والشركات التجارية، ولعل أبرز الصور التي تأتي بها التجارة الإلكترونية في القطاع الخاص مايلي:

(16) - بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية "مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، الجزائر، 2005، ص 67.

أولاً: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال

يسع القول أن هذا النوع من التجارة الإلكترونية، الوجه الأول من بين وحدات الأعمال بعضها مع بعض، وذلك منذ ظهور نظام تبادل المعلومات والبيانات الإلكترونية، أين كان يتم هذا النوع عن طريق الشبكات الخاصة، وعندما أتحت شبكة الأنترنت للاستخدام التجاري فقد أصبحت الاختيار الأمثل لتبادل الوثائق الإلكترونية من أجل العمل الربحي⁽¹⁷⁾.

تقوم وحدة الأعمال، بتقديم طلبات الشراء إلى وحدات أعمال الأخرى، وبعد ذلك يتم تبادل البيانات والمعلومات، حتى يتم التوصل إلى اتفاق بينهما، وعندئذ يستطيع الطرفان إبرام عقد تجاري إلكتروني لتوريد السلع أو الخدمات، وتسلم الفواتير وتسدد الدفعات إلكترونياً، أما التسليم فقد يكون إلكتروني أو مادياً حسب الاتفاق أو طبيعة السلع والخدمات⁽¹⁸⁾.

ويدخل ضمن هذا النوع من التجارة كل من التسويق الإلكتروني والمبادلات داخل المؤسسة التجارية إلى جانب عملية تبادل المعلومات وهو الموضح فيما يلي:

1. التسويق الإلكتروني

توفر هذه التقنية آلية بحث قوية وسريعة، تستخدمها الشركات بغرض مقارنة السلع المعروضة من الموردين المختلفين، من أجل العثور على المورد المناسب، فالتسويق الإلكتروني هو المفتاح لتحقيق أهداف المؤسسة، ويشمل تحديد الاحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة والحصول على الرضا المرغوب بفعالية وكفاءة، أكثر من المنافسين في ظل بيئة وأدوات يجمع بينها فضاء الإنترنت، بكل ما أتاحت من تكنولوجيا للتواصل بين المتعاملين الإلكترونيين.

فالتسويق الإلكتروني هو مصطلح عام، يطبق على استخدام الحاسب وتكنولوجيا الاتصال لعرض إلكتروني سواء كان بريداً لسلع والخدمات، ويعرف بأنه استخدام تكنولوجيا المعلومات للربط

(17) - زهير بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 26.

(18) - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009، ص 40.

الفعال بين الوظائف، التي يوفرها البائعون والمشترون، ويستخدم التسويق الإلكتروني العديد من التقنيات مثل تبادل المعلومات الإلكتروني.

2. التجارة الإلكترونية داخل المؤسسة

يتواجد هذا النوع من التجارة في الشركات الكبيرة، ذات الفروع المتعددة في الشركات متعددة الجنسيات، التي تسمح بإجراء تبادل داخلي للسلع والخدمات بين الأقسام، أو الفروع المختلفة.

3. التبادل الإلكتروني للبيانات

تتم هذه التقنية في العمل بمجرد اختيار المورد المناسب والاتفاق معه على شروط وترتيبات التوريد من خلال تبادل البيانات وإرسال طلبات التوريد.

ثانياً: التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك

يمثل هذا المستوى من التجارة الإلكترونية، البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي، ولقد توسع بشكل كبير، مع ظهور شبكة الانترنت، فهناك الآن ما يسمى بالمراكز التجارية للتسوق التي تقوم بعرض السلع والخدمات لصالح المؤسسات، وتقوم بتنفيذ المعاملات التجارية من حيث عمليات الشراء والبيع عن طريق شبكات الانترنت ويتم الدفع بطرق مختلفة كبطاقات الائتمان أو الشبكات أو نقدا عند التسليم⁽¹⁹⁾.

ثالثاً: التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك آخر

ظهر هذا النوع من التجارة، بعد توسع استخدام الانترنت، وظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الانترنت، أين يكون التعامل بين الأفراد المستهلكين أنفسهم، وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك ومستهلك آخر، من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية أو على مواقع

(19) - مسعودي يوسف، "العقد الإلكتروني في العلاقات الدولية الخاصة"، مجلة دفاقر السياسة والقانون، العدد 9، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2009، ص.ص. 81-83.

الإلكترونية، يلتقي فيها المستهلكون بهدف بيع الأغراض الشخصية أو تقديم خدمات لمستهلكين آخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية، التي تتم فيها المعاملات التجارية بين الأفراد⁽²⁰⁾.

الفرع الثاني

أنواع التجارة الإلكترونية الحكومية

بعدما غزت التجارة الإلكترونية القطاع الخاص بشكل مكثف، والنتائج المربحة التي حققتها، تقرر أيضاً لدى القطاع الحكومي اعتماد هذا النوع من التجارة، لتوسيع نطاق خدماتها خصوصاً لدى الدول التي تهتم بتوفير موارد مالية للحكومة، خارج النطاق الضريبي وما يتعلق بالرسوم، وبالتالي أصبحت الحكومة أحد أبرز أطراف المعاملة التجارية في البيئة الإلكترونية.

وبهذا الصدد سوف نقوم بدراسة التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والحكومة (أولاً)، التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلك (ثانياً).

أولاً: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والحكومة

يشمل هذا النمط من التجارة جميع التعاملات التي تخص الشركات ومدى تعلقها بالأجهزة الحكومية، كما ينضوي تحت هذا النمط من التجارة، المشتريات الحكومية الإلكترونية من السلع المختلفة من الشركات فضلاً عن الأعمال والتعاقدات التي تخص أعمال الحكومة، حيث يتم عن طريق هذا النمط من التجارة طرح المناقصات الخاصة بالأعمال الحكومية المختلفة للمشاركة بها من قبل الشركات⁽²¹⁾.

يُعتبر هذا النوع من التجارة الإلكترونية أهم أنواع التجارة الحكومية، حيث يكون أحد أطرافه من الجهات الحكومية، وذلك في إطار تنفيذ التعاقدات الموقعة بين الأطراف، والتي بموجبها تنجز هذه الهيئات الحكومية بنود التعاقدات للوفاء بالتزاماتها تجاه تلك الجهات، ومثال على ذلك؛ يتم في

(20) - بهلولي فاتح، المرجع السابق، ص 41.

(21) - حفصي عباس، جرائم التزوير الإلكترونية (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإسلامية، تخصص شريعة وقانون، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة احمد بن بلة، وهران، 2015، ص 84.

الولايات المتحدة الإعلان عن المشتريات الحكومية من خلال شبكة الأنترنت، ويمكن للشركات أن تتبادل الردود معها إلكترونياً، بغرض توريد احتياجات الحكومة من الأجهزة والمعدات⁽²²⁾.

ثانياً: التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلك

في هذا الصنف من التجارة تستهدف الحكومة كتاجر إلكتروني المستهلك مباشرة، والتي تعبر عنه في نصوصها التنظيمية والقانونية بالفرد، بحيث تتبع معه أسلوب الإغراء من أجل المتاجرة بمختلف سلعها تحت مسمى المنتج الوطني، لكي يقبل عليه المستهلكين بشكل كبير.

حيث تشمل التعاملات التجارية الإلكترونية، تبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية، ولكنها يمكن أن تشمل أعمالاً ذات طابع تجاري كأن تؤجر هيئة الاوقاف أراضي معينة لهيئات حكومية أو تؤجر بنايات إلى دوائر حكومية وهكذا⁽²³⁾.

(22) - بهلولي فاتح، المرجع السابق، ص42.

(23) - فوغالي بسمة، إثبات العقد الإلكتروني وحجبيته في ظل عالم الانترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2015، ص.72.

المبحث الثاني

أحكام ممارسات التجارة الإلكترونية في الجزائر

لمزاولة أي نشاط تجاري، يستلزم توفر مجموعة من الأحكام والقواعد القانونية، التي ينبغي إتباعها من قبل التاجر، والأمر نفسه ينطبق على المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث تشكل المعاملات التجارية عصب حياة الأعمال والتي تم تناولها المشرع بالتنظيم والتقنين سنة 2018.

فاستعمال شبكة الويب على الإنترنت، وسرعة انتشارها وتزايد عدد المستخدمين، وإدراك المشرع الجزائري، لأهمية الإنترنت قامت الشركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطه، فانتشرت معلومات الأنشطة وإعلانات الوظائف الخيالية وبيانات المنتجات بالرسوم والصور عبر شبكة ويب مع وصلات مرجعية للمنتجات وأقسام الإنتاج والدعم الفني والتراسل، إلا أن الوصول إلى المعلومات كان يستغرق وقتاً وجهداً مع صعوبة في الوصول إلى المعلومات بالموقع.

المطلب الأول

قواعد ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

مع نمو تطبيقات التجارة الإلكترونية وتطور المعدات والشبكات والبرامج وازدياد حدة المنافسة بين الشركات وظهرت التطبيقات الكثيرة والإعلانات والمزادات وتجارب الوكلاء الافتراضيين والواقع الافتراضي الأمر الذي جعلها تتمتع بالعديد من الأبعاد وهو ما جعل المشرع الجزائري يقوم بتحديد نطاق معين للتجارة الإلكترونية وهو ما سيتم تناوله (الفرع الأول) كما حدد شروط خاصة وحصرية للتجارة الإلكترونية وهو ما سنبينه (الفرع الثاني).

الفرع الأول

نطاق المعاملات التجارية الإلكترونية في القانون الجزائري

ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في بروز شكل جديد من اشكال المعاملات التجارية، يقوم على أساس سرعة تدفق المعلومات والاستجابة للتغيرات المفاجئة، وهو ما يطلق عليه التجارة الإلكترونية، اذ اكتسحت اغلب جوانب الحياة اليومية للمجتمع، فمكنت من اجراء معاملات تجارية ومالية بسهولة دون حواجز ولا موانع.

حيث اختزلت المسافات والأزمنة المطلوبة للمعاملات، إلا أنّ تشريعات الدول لم تترك هذه التعاملات على إطلاقها بل حددت بموجب تشريعاتها النطاق الشخصي (أولاً)، والموضوعي لممارسة هذه التجارة (ثانياً)، ثم التطرق لنطاق الشكلي المحدد لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر (ثالثاً).

أولاً: النطاق الشخصي لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

حدد المشرع الجزائري النطاق الشخصي لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر بموجب نص المادة 02 من قانون التجارة الإلكترونية والتي على: "يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني:

- متمتعاً بالجنسية الجزائرية.
- مقيماً إقامة شرعية في الجزائر،
- شخصاً معنوياً خاضعاً للقانون الجزائري،
- أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر⁽²⁴⁾.

تقضي هذه المادة بأن يطبق القانون الجزائري على المعاملات الإلكترونية، في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني متمتعاً بجنسية جزائرية أو مقيماً بطريقة شرعية في الجزائر

(24) - القانون رقم 18-05، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

وشخص معنوي خاضع للقانون الجزائري كذلك إذا كان ذلك العقد محل الإبرام أو التنفيذ قد تم في الجزائر.

نستنتج أن المشرع الجزائري حدد نطاق سريان قانون التجارة الإلكترونية من حيث الأشخاص، حيث أنه حسب المادة أعلاه فإن قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر يطبق فقط عندما يكون أحد أطراف المعاملة التجارية شخصا طبيعيا يتمتع بالجنسية الجزائرية أو يقيم إقامة شرعية في الجزائر أو يكون شخص معنوي خاضع للقانون الجزائري.

ثانيا: النطاق الموضوعي لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

لم يكتف المشرع الجزائري بتحديد النطاق الشخصي لقانون التجارة الإلكترونية إنما قام أيضا بتحديد المجالات المتاحة لتكون موضوعا للتجارة الإلكترونية وذلك من خلال استبعاد بعض الأشياء كمحل للتجارة الإلكترونية إستنادا لنص المادة 03 من قانون التجارة الإلكترونية التي تمنع بعض التعامل في بعض الأشياء أين نصت: "تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما، غير أنه، تمنع معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يلي:

- لعب القمار والرهان واليانصيب.
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.
- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.
- كل سلعة أو خدمة تستوجب اعداد رسمي.

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما"⁽²⁵⁾.

(25)- القانون رقم 18-05، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

يستخلص من نص المادة أعلاه منع المشرع الجزائري لكل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية إذا تعلق الأمر بالتجارة في المنتجات الكحولية والصيدلية كما يمنع التعامل بالقرمان والرهان واليانصيب إلى جانب منع التعامل في المنتجات المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية بشكل عام، ناهيك عن منع التداول الإلكتروني للسلع التي يشترط فيها القانون.

جاءت المادة 05 من القانون نفسه تمنع بشكل قطعي كل معاملة الكترونية في العتاد والمنتجات الحساسة المحددة في التنظيم المعمول به وأيضا يمنع التعامل في كل المنتجات التي تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام والأمن العمومي.

ثالثا: الحدود الشكلية لممارسة التجارة الإلكترونية

لم يكتف المشرع الجزائري بتحديد النطاق الشخصي والموضوعي إنما قام أيضا باعتماد نموذج شكلي للمعاملات التجارية الإلكترونية، حيث نصت المادة 08 من القانون رقم 05-18 على أنه: "يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في سجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة، ونشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الأنترنت، مستضاف في الجزائر بإمتداد (com.dz)، ويجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته"⁽²⁶⁾.

يتبين من خلال استقراء نص المادة أعلاه أن المشرع الجزائري اشترط خضوع نشاط ممارسة التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في السجل الخاص بالصناعات التقليدية والحرفية، كما يشترط لنشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على مستوى الأنترنت، إضافة (com.dz) وأن يكون موقع المورد الإلكتروني متوفر على وسائل تتيح إمكانية التأكد منه.

بالعودة للمادة 09 التي جاءت مكملة لمادة 08 أعلاه يتضح بأنه سيتم إنشاء بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، وتضم أسماء الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، وقبل ممارسة نشاط

(26) - القانون رقم 05-18، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

التجارة الإلكترونية، لابد من إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، وتنتشر بطاقة وطنية بالموردين الإلكترونيين، والتي تكون في مطع المستهلك الإلكتروني.

أشار المشرع الجزائري أنه يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف، إذا قام مورد الكتروني مقيم في الجزائر ببيع عبر شبكة الأنترنت سلعة أو خدمة لمستهلك الكتروني متواجد في الخارج، وهذا عندما لا تتعدى قيمة السلعة ما يعادلها بالعملة الوطنية الحد المنصوص عليه في التشريع المعمول به، ومن اللازم أن تحول عائدات هذا البيع إلى حساب المورد الإلكتروني المقيم في الجزائر لدى بنك معتمد من قبل بنك الجزائر أو بريد الجزائر.

ونفس الإجراءات تنطبق على مستهلك الكتروني مقيم في الجزائر ومورد الكتروني موجود في الخارج، إذا تعلق الأمر بالخدمات الرقمية، الموجهة حصريا للاستعمال الشخصي من قبل المستهلك الإلكتروني، إلا أنّ عملية الدفع الإلكتروني هنا تتم تغطيتها عن طريق الحساب البنكي بالعملة الصعبة "شخص طبيعي"، وهذا ما أقرته المادة 07 من ق.ت.إ.ج.⁽²⁷⁾ على أنه: "يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف، البيع عن طريق الاتصالات الإلكترونية لسلعة و/ أو خدمة من طرف مورد الكتروني مقيم لمستهلك الكتروني موجود في بلد أجنبي، عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

يجب أن تحول عائدات هذا البيع بعد الدفع إلى حساب المورد الإلكتروني الموطن في الجزائر لدى بنك معتمد من قبل بنك الجزائر، أو لدى بريد الجزائر.

يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف شراء السلع و/أو الخدمات الرقمية الموجهة حصريا للاستعمال الشخصي من قبل مستهلك الكتروني مقيم بالجزائر لدى مورد الكتروني موجود في بلد أجنبي عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

(27) - المادة 07 من القانون رقم 18-05، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

تتم تغطية الدفع الإلكتروني بمناسبة هذا الشراء عن طريق الحساب البنكي بالعملة الصعبة "شخص طبيعي للمستهلك الإلكتروني الموطن بالجزائر"⁽²⁸⁾.

الفرع الثاني

شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

خص المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية بشروط تعاملية حتى يقال عنها معاملة تجارية إلكترونية، حيث قرر ان تمر المعاملة التجارية عبر مراحل العرض التجاري الإلكتروني (أولاً)، الطلبية المسبقة في المعاملة الإلكترونية (ثانياً)، والأشهار الإلكتروني (ثالثاً).

أولاً: العرض التجاري الإلكتروني

تشكل التجارة الإلكترونية أحدث تقنيات البيع والشراء التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية مما يشترط لقيام بها وجود عرض تجاري إلكتروني وهو ما قرره المشرع الجزائري بموجب المادة 11 من القانون رقم 05-18 التي تنص: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني،
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي،
- طبيعة، وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم،
- حالة توفر السلعة أو الخدمة،
- كفاءات ومصاريف وآجال التسليم،
- الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي،

(28) - القانون رقم 05-18، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع،
- طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقا،
- كيفيات وإجراءات الدفع،
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء،
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية،
- مدة صلاحية العرض، عند الاقتضاء،
- شروط وأجال العدول، عند الاقتضاء،
- طريقة تأكيد الطلبية،
- موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات إلغاء الطلبية المسبقة، عند الاقتضاء،
- طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه،
- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها⁽²⁹⁾.

من خلال المادة 11 يمكن القول أنّ المشرع الجزائري من أجل توفير حماية للمستهلك الإلكتروني قد ألزم المورد الإلكتروني بتقديم عرض تجاري إلكتروني بصفة مفهومة وواضحة ومقروءة وبطريقة مرئية كما يجب أن يتضمن ذلك العرض التجاري الإلكتروني مجموعة من المعلومات المهمة كحد أدنى وليس على سبيل الحصر.

(29)- القانون رقم 18-05، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

ثانيا: الطلبية المسبقة في المعاملة الإلكترونية

هو طلب إحدى السلع التي لم يتم طرحها بعد، وقد ظهرت هذه الفكرة عندما وجد الأفراد صعوبة في الحصول على السلع الرائجة من المتاجر نظرا للإقبال الكبير عليها، ومن هنا ابتكرت الشركات فكرة تتيح للأفراد فرصة أن يحجزوا نسختهم الشخصية من المنتج قبل طرحه، الأمر الذي حقق نجاحا باهرا. ويتيح الطلب المسبق للعملاء ضمان التسليم الفوري عند طرح السلعة، وهذا ما يمكن المصنع من حساب كمية الطلب، وبالتالي حجم الإنتاج الأولى الذي ينبغي طرحه، فضلا عن ضمان الحد الأدنى من المبيعات للبيع (30).

1. المقصود بالطلبية المسبقة في القانون رقم 05-18

عرفت المادة 7/06 من القانون رقم 05-18 الطلبية المسبقة: "هو تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج".

من خلال نص المادة يمكن القول أن الطلبية المسبقة هو وعد بالبيع صادر من مورد إلكتروني على مستهلك إلكتروني بتوفير سلعة أو خدمة غير متوفرة في مخزونه أو حوزته بعد.

2. المراحل التي تمر من خلالها الطلبية المسبقة

بالعودة للمادة 12 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فإن الطلبية المسبقة تمر حسب النموذج المحدد في نصها الذي جاء كما يلي: "تمر طلبية منتج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية:

- وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة،

(30) - حوحو يمينه، عقد البيع الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016، ص62.

- التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، والغاءها أو تصحيح الأخطاء المحتملة،
- تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.
- يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبرا عنه بصراحة.
- يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني، أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره⁽³¹⁾.

يستخلص من نص المادة أعلاه أن الطلبية المسبقة تمر بثلاث مراحل إلزامية والتي تتعلق أساسا في وضع الشروط المتعلقة بالعقد في متناول المستهلك الإلكتروني مع تمكينه من التحقق من التفاصيل المتعلقة بالطلبية المسبقة وتأكيد الطلبية التي تؤدي إلى إتمام العقد.

وأن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني، قد تم التعبير عنه صراحة، وكذلك الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك لا يجب أن تتضمن على معلومات توجه اختياراته.

ثالثا: وجود الإشهار الإلكتروني

غالبا ما يسعى المنتجين إلى ترويج منتجاتهم عن طريق الإشهارات فهم بذلك يسعون للتعريف بمزايا منتجاتهم وخدماتهم وتزنيها للمستهلك ولكن المشرع الجزائري لم يترك العملية الإشهارية لأهواء المتعاملين الإلكترونيين بل حدد شروط يجب على التاجر والمورد الإلكتروني إحترامها وقبل التطرق لهذه الشروط يجب تحديد معنى الإشهار الإلكتروني كما يلي:

1. تعريف الإشهار التجاري الإلكتروني

من خلال تحليل عبارة المراد التعريف به نجد أنه تركيب لغوي يشمل العديد من الأشخاص والمعاملات في نطاق إفتراضي، من هنا يبدو أن تحديد معنى الإشهار التجاري عملية مركبة

(31)-القانون رقم 18-05، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

ومعقدة، سواء من حيث الأطراف إذ يشمل المدخل والمستهلك، ورجل الاعلام، أو من حيث التصرف الذي يشمل العرض والترويج والاتصال، لهذا من الصعب وضع تعريف شامل ودقيق له.

إلا أنّ المشرع الجزائري لم يتركنا هذه المرة أمام أزمة تحديد معنى الإشهار الإلكتروني أين قام بتعريفه بموجب القانون المتعلق بالمعاملات الالكترونية بالتحديد في المادة 6/06 منه التي تعرفه أنه: "كل اعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية"⁽³²⁾.

يتضح من خلال المادة أعلاه أن الاشهار الالكتروني حسب مفهوم المشرع الجزائري هو كل اعلان يسعى إلى التعريف بالمنتج للمستهلك الالكتروني وذلك باستخدام شبكة الأنترنت، ويعد موردا ماليا لتأدية واستمرار نشاط مواقع النشر ومحركات البحث، فبناء الموقع في حد ذاته يعد استثمار يولد دخلا ماليا ويحقق وفرا لتلك المواقع ذات الحركة المعتبرة من الزوار⁽³³⁾.

ولعل أبرز مزايا الاشهار الالكتروني أنه يمكن الزبون من التدقيق في تفاصيل السلعة أو الخدمة مع إمكانية التواصل المباشر بين المعلن والمستهلك كذلك تتجح الانترنت في تقليص دورة مشاهدة الاشهار، والعلم به والتأثر به وصولا على اجراء دورة في الموقع الالكتروني وشراء المنتج، وأيضا القدرة في استهداف قطاعات واسعة من المستهلكين في الأسواق العالمية⁽³⁴⁾.

2. الشروط القانونية المتعلقة بالإشهار التجاري الإلكتروني

حدّد المشرع الجزائري في قانون التجارة الالكترونية شروط للإشهار الالكتروني، وذلك بموجب نص المادة 30 من القانون رقم 05-18 التي تقضي بما يلي: "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية:

(32) - القانون رقم 05-18، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

(33) - بختي إبراهيم، مرجع سابق، ص130.

(34) - المقداد هدى، "العقد الإلكتروني"، مجلة الدراسات القانونية، العدد 2، كلية الحقوق، جامعة يحيى فارس، المدينة،

2015، ص271.

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية.
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه.
- ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام.
- أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، وفي حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا.
- التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة".

يتضح من نص المادة 30 من القانون رقم 18-05 أن المشرع الجزائري حدد مجموعة من الشروط الواجب توفرها في كل اشهر أو ترويج أو رسالة لها طبيعة تجارية أو هدف تجاري والتي تتم عبر المنظومة الالكترونية، بحيث لا بد ألا تخالف النظام العام وأن لا تكون غامضة وأن تحدد الغرض من العرض التجاري بوضوح.

كما تمنع المادتين 31 و32 من نفس القانون الإشهار بشكل من الاشكال الاستبيان المباشر بإرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الالكترونية، باستخدام معلومات شخص طبيعي، لم يعط موافقته مسبقا على تلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الالكتروني.

يتعين على المورد الالكتروني وضع منظومة الكترونية تتيح لكل شخص إمكانية التعبير عن رفضه في تلقي أي اشهار منه عن طريق الاتصالات الالكترونية، دون دفع أي مصاريف أو الحاجة إلى التبرير⁽³⁵⁾.

وقد أكدت المادة 34 من قانون التجارة الإلكترونية على منع الإشهارات التي منعها القانون بموجب التنظيم والتشريع المعمل بهما من نشر أي اشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الالكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصال الالكتروني⁽³⁶⁾.

(35) - القانون رقم 18-05، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

المطلب الثاني

ضوابط التعاقد الإلكتروني

يعد العقد الإلكتروني من بين النتائج التي أسفر عليها الاستخدام المتزايد لوسائل الاتصال الحديثة، وتنفيذ عقود التجارة الإلكترونية تتم عبر شبكة الانترنت، فأطراف التعاقد يتفقون على طبيعة الخدمة والسلعة، ومن أجل تنفيذ عقود التجارة الإلكترونية نرجع إلى القواعد العامة، كون العقد الإلكتروني ملزم للجانبين.

يترتب على عقد الإلكتروني التزامات متقابلة في ذمة أطرافه كغيره من العقود، فالبايع أو المورد ملزم بالتسليم وكذا التزام بالضمان، وأما التزام المشتري فإنه ملزم بالدفع إلكترونياً، وفيما يتعلق بطرق الدفع فإن هناك وسائل موجودة من قبل تم تطويرها إلكترونياً، كما أن هناك وسائل تم استحداثها عن طريق تكنولوجيا المعلومات المتطورة لوسائل الاتصال الحديثة.

ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى كيفية إبرام العقد الإلكتروني (الفرع الأول)، ثم كيفية تنفيذ هذا العقد (الفرع الثاني).

الفرع الأول

ضوابط إبرام العقد الإلكتروني

ينعقد العقد الإلكتروني عن بعد دون الحضور الفعلي للأطراف المتعاقدة، وسيتم التطرف في هذا الفرع أهم النقاط المتعلقة بكيفية إبرام هذا العقد، بالتعرض لمكونات التراضي في العقد الإلكتروني (أولاً)، ثم نعرض على الظروف المكانية والزمانية لانعقاد العقد الإلكتروني (ثانياً).

أولاً: مكونات التراضي في العقد الإلكتروني

مثلاً يشترط القانون لقيام العقد التقليدي وجود تراضي وتوافق إرادتي المتعاقدين على إحداث الأثر القانوني المقصود من العقد فإن القانون يشترط تواجد التراضي في العقد الإلكتروني،

(36) - القانون رقم 18-05، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

رغم أن هذا العقد يتم في مجلس تعاقدى افتراضى، من خلال الإيجاب الإلكتروني والقبول الإلكتروني، وهما العنصران اللذان ستناولهما بنوع من التفصيل فيما يلي:

1. الإيجاب الإلكتروني

يراد بالإيجاب الإلكتروني، التعبير الصريح المنجز الصادر من أحد الأطراف المتعاقدة والموجه إلى الطرف الآخر قصد إحداث أثر قانوني وهو أحد أهم التصرفات القانونية في العقود عموماً وفي التجارة الإلكترونية بوجه خاص مع خصوصية الطابع الافتراضى لهذا التصرف⁽³⁷⁾.

الإيجاب الإلكتروني لا يختلف عن الإيجاب العادي كثيراً فهما يخضعان لذات الشروط والأحكام، ليكون الاختلاف يقتصر فقط على الوسيلة التي يتم بها، كما أنه يتم بين طرفين غائبين وليس بين حاضرين في مكان واحد، حيث يتم إرسال الإيجاب برسائل إلى صناديق البريد الإلكتروني لشخص أو أشخاص معينين.

يشترط في الإيجاب الإلكتروني أن يكون عرضاً واضحاً يخلو من الغموض، وأن يكون باتاً لا رجعة أو عودة فيه من جانب الموجب في إبرام العقد الإلكتروني بمجرد اقترانه بالقبول الإلكتروني، كما يجب أن يتضمن الإيجاب كل المتطلبات اللازمة والجوهرية لإبرام العقد الإلكتروني التجاري، ويكون الإيجاب متاحاً لكل من يرغب في التعاقد باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال عبر شبكة الأنترنت⁽³⁸⁾.

2. القبول الإلكتروني

لا يكفي الإيجاب الإلكتروني وحده لانعقاد العقد الإلكتروني، بل يجب أن يتبعه قبول إلكتروني مطلق له من الطرف المتعاقد الآخر، فمفهوم القبول عبر الأنترنت لا يختلف عن القبول

(37) - عصام عبد الفتاح مطر، التحكيم الإلكتروني، ماهيته إجراءاته وآلياته في تسوية منازعات التجارة الإلكترونية والعلامات التجارية وحقوق الملكية الفكرية، إصدار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2009، ص 299.

(38) - سليمانى مصطفى، وسائل الإثبات وحجيتها في عقود التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020، ص 56.

التقليدي إلا في أداة التعبير عنه، الذي يتم من خلال وسائل ودعائم الكترونية عبر شبكة الأنترنت، فهو قبول معبر عنه في البيئة الرقمية عن بعد موجه للطرف الذي وضع الايجاب الإلكتروني، لإبرام العقد بناء على البيانات التي تم ارسالها من خلال الايجاب دون إحداث أي تعديل⁽³⁹⁾.

التعبير عن القبول الإلكتروني يتم بعدة طرق منها الكتابة أو باستخدام التوقيع الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني، أو عن طريق اللفظ من خلال تقنية غرف المحادثة، كما يتم القبول الإلكتروني أيضا عن طريق النقر مرتين على الأيقونة المخصصة للقبول والموجودة على الموقع الإلكتروني والتي تظهر للمتعامل الإلكتروني على شاشة الوسيلة الإلكترونية المعتمدة في التعامل الإلكتروني⁽⁴⁰⁾.

أما عن افتراض إمكانية رجوع الطرف القابل للإلكتروني عن قبوله فهناك بعض التشريعات أعطت هذا الحق للعملاء، ومنها المادة 06 من التوجيه الأوروبي والتي منحت الحق للمستهلك في إمكانية الرجوع عن القبول خلال سبعة أيام من دون الزامه بتقديم أية أسباب لذلك، وذلك ابتداء من تاريخ إبرام العقد، ومن تاريخ استلام المبيع في حالة السلع والبضائع، وتكون المدة ثلاثة أشهر إذا لم يتم تزويد المستهلك بالبيانات المطلوبة⁽⁴¹⁾.

ثانيا: الضوابط المتعلقة بزمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني

إن الطبيعة الافتراضية للتعاقد الإلكترونية جعل من مسألة زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني من أهم المسائل التي ينبغي التطرق إليها في هذا المقام:

(39) - ميكائيل رشيد علي الزبياري، العقود الإلكترونية على شبكة الأنترنت بين الشريعة والقانون، أطروحة دكتوراه في العلوم، فرع فلسفة شريعة إسلامية، تخصص فقه مقارن، كلية الشريعة، الجامعة العراقية، العراق، 2012، ص104.

(40) - ماجد محمد سليمان أبا الخيل، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية (العقد الإلكتروني، الإثبات الإلكتروني، المستهلك الإلكتروني)، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص51.

(41) - يحيي يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم، تخصص قانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2007، ص57.

1. زمان إبرام العقد الإلكتروني

تحديد لحظة إبرام العقد الإلكتروني لا يختلف عن غيرها من العقود التقليدية، فكلاهما لا يخرجان عن القواعد العامة لنظرية العقد، ويمكن التفريق بين التعاقد الذي يتم عبر البريد الإلكتروني، والذي يتم من خلال مواقع الويب المنتشرة على شبكة الإنترنت، ففي التعاقد بواسطة البريد الإلكتروني، ينعقد العقد في اللحظة التي تصل الرسالة المتضمنة القبول إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالموجب. والتعاقد من خلال مواقع الويب المنتشرة عبر شبكة الأنترنت، فالعقد ينعقد في اللحظة التي يوافق القابل بالضغط على زر القبول في الخانة المخصصة لذلك⁽⁴²⁾.

2. مكان إبرام العقد الإلكتروني

تحديد مكان إبرام العقد الإلكتروني له أهمية بارزة، وذلك لإرتباط المسألة بطبيعة الوسيط الإلكتروني من جهة، وبالصفة الدولية الغالبة على المعاملات التجارية الإلكترونية من جهة أخرى، ونتج عن ذلك العديد من الصعوبات التي تتضح مثلاً عند تحديد المحكمة المختصة عن وجود نزاع⁽⁴³⁾.

ولذلك حدد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية للأمم المتحدة مكان إبرام العقد الإلكتروني في المادة 4/15 حيث قرر أن مكان ارسال الرسائل الإلكترونية يتحدد بالمكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل إليه ما لم يتفق المنشئ والمرسل إليه على خلاف ذلك⁽⁴⁴⁾.

(42) - لزهري بن سعيد، المرجع السابق، ص 118.

(43) - يحي يوسف فلاح حسن، المرجع السابق، ص 44.

(44) - قانون الأنيسترال النموذجي بشأن تجارة الإلكترونية مع الدليل التشريعي 1996، ومع المادة 5 مكرر الإضافية بصيغتها النهائية المنعقدة في 1989، الأمم المتحدة، نيويورك 2000، المتوفر على الموقع www.uncitral.org/...Lectronic-commerce/1996، تم الإطلاع عليه يوم 21 ماي 2019 على

الفرع الثاني

تنفيذ العقد الإلكتروني

عقد التجارة الإلكترونية يدخل ضمن العقود الملزمة للجانبين وهو عقد مسمى بعد استحداث المشرع الجزائري لقانون التجارة الإلكترونية، وعلى اعتبار أنه عقد ملزم لجانبين فإنه يرتب التزامات متقابلة على عاتق كل طرفيه وليتم تنفيذه ينبغي على كل الأطراف الالتزام بما يقع عليه، سنتطرق إلى هذه الالتزامات، وفقا لما يلي:

أولا: إلتزامات المورد

من أبرز الإلتزامات التي تقع على عاتق المورد في المعاملات التجارية الإلكترونية هو التسليم المادي للشيء محل التعاقد الإلكتروني ويشترط أن يتسم المنتج بجميع الأوصاف والمزايا المتفق عليها عند التعاقد، وفي حال إخلال المورد بأحد بنود الاتفاق تترتب هناك مسؤولية، حيث يعد إلتزام المورد بتسليم السلع أو الخدمات، الركيزة الأساسية لكل العقود، بما في ذلك عقود التجارة الإلكترونية التي تدور حوله كافة الإلتزامات وتختلف طريقة تسليم البائع. باختلاف نوع محل العقد الذي منه ما يمكن تسليمه على الخط مباشرة، ومنه ما لا يمكن تسليمه إلا بصفة مادية.

وهو ما سنتطرق إليه بنوع من التفصيل، والتدقيق من خلال تعريف المورد الإلكتروني وتحديد جزء مخالفة الاتفاق.

1. تعريف المورد الإلكتروني

لم يغفل المشرع الجزائري عن تعريف المورد الإلكتروني في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث خصص المادة 06 منه لتعرفه على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁽⁴⁵⁾.

(45) - القانون رقم 18-05، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

يفهم من هذه المادة أن المورد الإلكتروني يمكن أن يكون شخص طبيعي كما يمكن أن يكون شخص معنوي يقوم بتسويق وتوفير السلع والخدمات عن طريق الوسائط الإلكترونية ومختلف الاتصالات الرقمية.

2. واجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته وفقا للقانون رقم 18-05

قرر المشرع الجزائري التأكيد على التزامات المورد الإلكتروني في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية وذلك نظرا للطابع الخصوصي للتعامل التجاري الإلكتروني، فحسب المادة 18 من هذا القانون، فإن المورد الإلكتروني بمجرد إبرام العقد يصبح ملزما تجاه المستهلك الإلكتروني بتنفيذ الالتزامات الواقعة على عاتقه ويشمل هذا حق المستهلك الإلكتروني في الرجوع ضده، إلا إذا استطاع أن يثبت أن عدم التنفيذ يعود لقوة قاهرة.

يلتزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة الكترونية إلى المستهلك الإلكتروني، وهذا ما أشارت إليه المادة 19 من قانون التجارة الإلكترونية، وإذا أقدم المورد الإلكتروني على تسليم المستهلك الإلكتروني منتوجا وهو لم يطلبه ليس له الحق في طلب الثمن ولا مصاريف التسليم وهو ما أكدت عليه المادة 21 من نفس القانون.

يستلزم على المورد الإلكتروني عدم الموافقة على طلبية منتج غير متوفر في مخزونه، ويجب عليه أيضا حفظ سجل المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري⁽⁴⁶⁾.

إشترط المشرع الجزائري على المورد الإلكتروني بموجب المادة 26 من قانون التجارة الإلكترونية، أثناء قيامه بجمع المعلومات ذات الطابع الشخصي وتشكيله ملفات الزبائن، ألا يجمع إلا المعلومات الهامة لإتمام المعاملة التجارية، وعليه أن يحصل على موافقة المستهلك الإلكتروني قبل جمع المعلومات وأن يضمن كذلك سرية البيانات ويتقيد بالأحكام القانونية المعمول بها.

(46) - بهلولي فاتح، المرجع السابق، ص 201.

3. جزاء اخلال المورد بتنفيذ التزاماته

مثلاً يتم الإخلال في العقد التقليدي قد يقع الإخلال أيضاً في العقد الإلكتروني، حيث يكون المورد مخلاً بالتزاماته بالتسليم في حالة امتناعه عن التسليم، أو في حالة تأخره في التسليم عن الميعاد المتفق عليه، وفي حالة تسليمه للمبيع في غير الحالة التي كان عليها وقت إبرام العقد، ففي هذه الحالة يجوز للمشتري أن يطلب التنفيذ العيني، كما يجوز له أن يطالب بفسخ العقد والسلطة التقديرية تبقى للقاضي في تقديره، وفي الحالتين يحق له طلب التعويض إذا تطلب الأمر ذلك⁽⁴⁷⁾.

فحسب المادة 22 من قانون 05-18 أنه في حالة عدم قيام المورد الإلكتروني بتسليم المنتج في الوقت المتفق عليه للمستهلك الإلكتروني الحق في إعادة المنتج ذلك خلال مدة لا تتعدى 04 أيام ابتداء من تاريخ التسليم وله الحق في طلب التعويض عن الضرر الذي لحق به.

وفي هذه الحالة، يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع على المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال أجل خمسة عشر (15) يوماً ابتداء من تاريخ استلام المنتج.

ثانياً: إلتزام المشتري الإلكتروني بدفع الثمن

يعتبر إلتزام المشتري بالدفع من الإلتزامات الأساسية التي تقع على عاتقه، وهذا الإلتزام يتميز بالخصوصية في عقد البيع المبرم عبر الإنترنت من حيث طريقة الوفاء به، بحيث انه يمكن أن يبرم وينفذ هذا العقد عبر الإنترنت في جميع مراحله، وبالتالي أداء الثمن يكون عبر الإنترنت، والدفع قد يتم بواسطة نقود ورقية أو بوسيلة أخرى تحل محل النقود كما هو الحال في الشيك، بشكل عام البائع هو الذي يقوم باختيار وسائل الدفع⁽⁴⁸⁾.

(47) - فوغالي بسمة، المرجع السابق، ص54.

(48) - حامدي بلقاسم، المرجع السابق، ص162.

حيث يتم الدفع في المعاملات الإلكترونية عن طرق وسائل الدفع الإلكتروني أو الطريقة التقليدية، وذلك سيتم وفقا لما تضمنته المادة 27 من القانون رقم 18-05 التي تنص على: "يتم الدفع في المعاملات الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، وفقا للتشريع المعمول به"⁽⁴⁹⁾.

كما تبنى المشرع الجزائري وسائل الدفع الإلكتروني من خلال المادة 414 من القانون رقم 02-05⁽⁵⁰⁾ المتعلقة بتقديم السفتجة للوفاء، فأجاز أن يكون التقديم بوسيلة إلكترونية خصوصا أن السفتجة هي أداة لتنفيذ عقود التجارة الدولية القائمة على مبادلة عملة بعملة أخرى في شكل المسحوب من بلد إلى بلد آخر، كذلك تقديم الشيك بالوسائل الإلكترونية عملا بالمادة 503 من نفس القانون.

عندما يكون الدفع الكترونيا، فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر و بريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكترونية عبر شبكة المتعامل العمومي، المواصلات السلكية واللاسلكية.

أما بالنسبة للدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود فقد نصت المادة 27 من القانون رقم 18-05 على ما يلي: "يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود حصريا عن بعد، عبر الاتصالات الإلكترونية".

يفهم من نص المادة أعلاه أن الدفع في المعاملات الإلكترونية يتم إما عن بعد أو عند تسليم المنتج، وذلك يتم طبقا للتشريع المعمول به، والدفع عندما يكون الكترونيا لابد ان يتم من خلال منصات مخصصة لهذا الغرض، منشأة ومستغلة من قبل البنوك المعتمدة من قبل بنك

(49) - المادة 27 من القانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

(50) - أنظر المواد 414 و 503 من القانون رقم 02-05، مؤرخ في 4 فيفري 2005، المتضمن تعديل القانون التجاري، ج.ر.ج.ج عدد 11، صادر في 9 فيفري 2005.

الجزائر وبريد الجزائر، أما بالنسبة للدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود فإنه يتم عن بعد، عبر الاتصالات الإلكترونية.

كما أوجبت المادة 28 من نفس القانون، أن يكون وصل موقع الانترنت الخاص بالمورد الإلكتروني بمنصة الدفع الإلكترونية مؤمنا بواسطة نظام تصديق إلكتروني.

وكذلك المادة 29 من ذات القانون أشارت إلى أن منصات الدفع الإلكترونية المنشأة والمستغلة طبقا للمادة 27 أعلاه، تخضع لرقابة بنك الجزائر، لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها⁽⁵¹⁾.

(51) - المواد 28 و 29 من القانون رقم 18-05، متعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

خلاصة الفصل

نتيجة تطوير وتحسين صفحات شبكة ويب على الإنترنت وسرعة إنتشارها وتزايد عدد المستخدمين وإدراك أهمية الإنترنت قامت الشركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطها فنشرت معلومات الأنشطة وإعلانات الوظائف وبيانات المنتجات بالرسوم والصور عبر شبكة ويب مع وصلات مرجعية للمنتجات وأقسام الإنتاج والدعم الفني والتراسل إلا أنّ الوصول إلى المعلومات كان يستغرق وقتاً وجهداً مع صعوبة في الوصول إلى المعلومات بالموقع.

بدأ نمو تطبيقات التجارة الإلكترونية وتطور المعدات والشبكات والبرامج وإزدياد حدة المنافسة بين الشركات وظهرت التطبيقات الكثيرة والإعلانات والمزادات وتجارب الوكلاء الافتراضيين والواقع الافتراضي.

بتطوير النظم التفاعلية وأدوات البرمجة التي تتفاعل مع مستخدم الشبكة والمواقع انتقلت المواقع من مرحلة الإعلانات إلى البيع بإختيار البضائع ومراسلة البائع الذي يقوم بإرسال البضائع وتحصيل قيمتها عند تسليمها.

الفصل الثاني

معوقات التجارة

الإلكترونية في الجزائر

وآفاقها

في خضم التطورات الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة، تسلطت الأضواء حول أهمية التجارة الإلكترونية، كظاهرة حديثة تساهم في صياغة العامل المعاصر، باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات، فقد القت هذه الظاهرة رواجاً واستحساناً كبيراً وتمكنت في وقت وجيز من فرض وجودها على الدول المتقدمة والمتخلفة على حد سواء، غير أن الجزائر وبالرغم من التطور المحتشم الذي عرفته في مجال التجارة الإلكترونية سواء في المجال التشريعي أو التكنولوجي لازالت متأخرة وشبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الإلكترونية، ولم تعط للتجارة الإلكترونية حقها بعد.

خصوصاً أن اعتماد التجارة الإلكترونية على نظام معلومات أدواته كلها إلكترونية، أضحت معرضة لأخطار القرصنة والاختراق لمواقعها وتدميرها، مما يتطلب إنشاء تشريع علمي متكامل التنسيق بين جميع دول العالم والهيئات.

وهو الأمر الذي دفع بنا للبحث في التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر في ذلك أن معرفة العلة أو العقبة تشكل جزءاً مهماً لإيجاد الحل ومواجهة الحواجز (المبحث الأول)، وبالتالي يتسنى لنا تحديد المستلزمات والمتطلبات التي من شأنها يتم النهوض بالتجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال (المبحث الثاني).

المبحث الأول

تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر

تواجه الجزائر كغيرها من الدول النامية العديد من العقبات والتحديات في سبيل استخدامها للتجارة الإلكترونية، حيث يمكن تلخيصها في العوائق التقنية، عوائق اجتماعية، تجارية وعقبات قانونية تشريعية. فوجود استراتيجية متكاملة للتحويل إلى النمط الرقمي، لا يعني أنّ الطريق ممهدة لتطبيق وتنفيذ هذه الاستراتيجية بسهولة وسلاسة وبشكل سليم، ذلك لأنّ العديد من العوائق والمشاكل ستواجه تطبيق الخطة ناهيك أن الجزائر لا يبدو لنا أنّها تملك خطة متكاملة ومرتسلة.

ولعل أبرز التحديات التي تعترض طريق التجارة الإلكترونية في الجزائر يمكن إجمالها في التحديات القانونية التي تشكل محور (المطلب الأول)، والتحديات المادية لممارسة التجارة الإلكترونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

يلعب العامل القانوني دورا هاما في تطوير التجارة الإلكترونية، بحيث تشكل التشريعات والقوانين المتعلقة بتنظيم التجارة عبر الأنترنت أحد أهم البنى التحتية لقيامها، إذ تواجه دول العالم سواء المتقدمة منها أو النامية تحديا حقيقيا في وضع التشريعات والضوابط القانونية التي تتلاءم وأنماط العمليات التجارية الإلكترونية الحديثة، لاسيما في ظل حداثة هذه الظاهرة وتباين أطر الأنظمة التشريعية المحلية لدول العالم⁽⁵²⁾.

فمن العقبات التي تحول دون تطور الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية وبغض النظر عن بعض القوانين والنصوص المتعلقة بتنظيم هذا النوع من التجارة التي تتم عبر الأنترنت، إلا أنّها ما زالت عاجزة عن تحديد نظام قانوني متميز للتجارة الإلكترونية في الجزائر بالرغم من استحداث قانون التجارة الإلكترونية سنة 2018، حيث ما زالت التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها

(52) - بخني إبراهيم، المرجع السابق، ص 89.

من مواضيع غير مستقلة بحد ذاته عن بقية فروع القوانين الأخرى، فقد جاء المشرع الجزائري ببعض النصوص المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية دون التعرض للنظام القانوني الذي يحكم العقد الإلكتروني باعتباره أساس المعاملات الإلكترونية⁽⁵³⁾.

الفرع الأول

الصعوبة الإجرائية للمعاملات التجارية الإلكترونية

يثير الجانب القانوني الإجرائي في مجال التجارة الإلكترونية العديد من الإشكالات والصعوبات التشريعية وذلك نتيجة عدم تزويد المواقع على الشبكة بالمعلومات الشخصية وبيانات طرفي المعاملة، وكذا صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته وكيانه القانوني، وذلك في ظل سهولة قيام الممول بالتنقل عبر مواقع الواب لممارسة العمليات التجارية الإلكترونية دون الحاجة إلى الانتقال إلى بلد المستهلك وذلك للأسف ليس بهذه السهولة.

إنما يطرح هذا التنقل صعوبات من حيث الاختصاص القضائي (أولا) وصعوبة الإثبات (ثانيا) إلى جانب صعوبة تحديد هوية المتعاقدين (ثالثا) وصعوبة المحافظة على البيانات (رابعا) وأمن معطيات التجارة الإلكترونية (خامسا)، وأخيرا عدم القدرة على تحصيل الضرائب (سادسا).

أولا: صعوبة تحديد الاختصاص القضائي

من العسير جدا تحديد الاختصاص القضائي في شأن النزاعات التي تحدث بين أطراف المعاملة التجارية الإلكترونية، سواء على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي، فمن الطبيعي أن تظهر المنازعات في بيئة التجارة الإلكترونية تماما كما هو الحال في البيئة غير الإلكترونية⁽⁵⁴⁾.

(53)– EL BADAWI Lamia, Les mutations du droit sous l'influence du commerce électronique, Thèse de doctorat en droit, université Paris, 2007, p20.

(54)– جحيط حبيبية، جعودي مريم، النظام القانوني للعقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2017، ص57.

حيث تتصل هذه المنازعات عادة بإبرام العقد وتنفيذه وتفسيره، وأخرى تتصل بالعناصر المرتبطة بالتجارة الإلكترونية كمنازعات الملكية الفكرية وتحديدًا بالنسبة للمعاملات التجارية واتصالها بأسماء مواقع التجارة الإلكترونية على شبكة الأنترنت⁽⁵⁵⁾.

بالتالي فإن مسألة تحديد القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية، تعد مشكلة هامة في ظل عدم وجود مستندات ورقية، فضلا من انتقال العملية عبر الحدود الإقليمية للدول، وقد ناقش الفقه القانوني مسألة القانون الواجب التطبيق على الاستهلاك الإلكتروني وانتهى إلى خضوع عقود المستهلك لقانون الإرادة أي القانون الذي يختاره المتعاقدان صراحة أو ضمنا، ولكن بتحفظ تام وهو أن الفقه وغالبية التشريعات قد أسفرت على أن اختيار الأطراف للقانون الواجب التطبيق، لا يجوز أن يتبعه حرمان المستهلك من الحماية التي توفرها له الأحكام الآمرة لقانون الدولة محل إقامته العادية⁽⁵⁶⁾.

ثانيا: صعوبة إثبات حجية المستندات الإلكترونية

يعد إثبات المستندات الإلكترونية من أهم المعوقات، التي تواجه التجارة الإلكترونية، وذلك لاختلاف طبيعته الإلكترونية عن مثيله التقليدي، فمن المعلوم أن قواعد الإثبات هي قواعد موضوعية وقواعد شكلية إجرائية، فأما قواعد الإثبات الإجرائية فإنها تعتبر من النظام العام لأنها تتعلق بنظام التقاضي، وأما قواعد الإثبات الموضوعية فبعضها يتعلق بالنظام العام بينما غالبية تلك القواعد ليست من النظام العام، لأنها موضوعها حماية المتخاصمين، ولهذا يجوز الاتفاق مقدما على مخالفتها، ولا يجوز للمحكمة أن تقضي بها من تلقاء نفسها⁽⁵⁷⁾.

(55) - صارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة الماستر في الحقوق، التخصص التجارة الدولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2015، ص58.

(56) - PIRONON Valérie, « L'internet et mondialisation », Gazette du palais, n° 307, 03 novembre 2007, p.11.

(57) - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009، ص51.

إن إثبات الجرائم المرتكبة عن طريق الوسائل الإلكترونية بصفة عامة والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة، مسألة شائكة نظرا للوسائل التي يتم من خلالها إبرام التصرفات القانونية في هذا المجال، التي تتسم بالتقنية ذلك أنها تتم على دعائم إلكترونية لا ورقية فمسألة الإثبات تعتبر غاية في الصعوبة خاصة إذا تعلق الأمر بشخص غير متمكن من الناحية التقنية، ذلك أن العقود المبرمة بشكل إلكتروني تبرم في برهة زمنية لا تترك للمتعاقد أية فرصة لكي يحتفظ بدليل ينفعه إذا ثار نزاع بشأن تلك المعاملة، وحتى ولو قام المتعاقد بالاحتفاظ بنسخة من البيانات التي قد ترسل إليه من قبل الطرف الآخر في العلاقة التعاقدية، فإن ذلك قد يتعارض مع المبدأ القانوني الناص عليه "لا يجوز لأي خصم أن يصنع دليلا لنفسه"⁽⁵⁸⁾.

بالتالي فنحن أمام مانع مادي أو تقني يجعل إمكانية إثبات المعاملات الإلكترونية عامة والجريمة التي اقترفها المتعاقد الآخر، أو الغير بصفة خاصة أمرا شبه مستحيل، فالمانع المادي هو الذي يمنع بطبيعته الحصول على مستند سواء كان على ورقة أو على دعامة إلكترونية حسب الالتزام.

لقد تم الإقرار في كثير من التشريعات بحجية المحررات الإلكترونية ومساواتها بالمحررات التقليدية في الإثبات من خلال مبدأ التناظر الوظيفي الذي يقصد به المساواة في الحجية ما بين الكتابة الإلكترونية والكتابة التقليدية، والمثال على ذلك ما ورد في القانون الفرنسي على أنه يعتد بالكتابة المتخذة شكل إلكتروني كدليل شأنها شأن الكتابة على دعامة ورقية، بشرط أن يكون في الإمكان ضرورة تعيين الشخص الذي صدرت منه وأن تعد وتحفظ في ظروف من طبيعتها ضمان سلامتها⁽⁵⁹⁾.

وغالبا ما يتم الإثبات عن طريق المعاينة التي يقصد بها الانتقال إلى مكان النزاع لمشاهدته على الطبيعة بقصد التوصل إلى معرفة الحقيقة والفصل في الدعوى على ضوء نتيجة المعاينة.

(58) - السنهوري عبد الرزاق أحمد، استكشاف النصوص لتكريم تراثه من الوسيط في شرح القانون المدني ومؤلفاته الأخرى، د.د.ن، الجزائر، 2011، ص213.

(59) - هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص6.

وقد تنتقل المحكمة بهيئتها القضائية لإجراء المعاينة إذا كانت هناك مبررات وذلك لإستجلاء الملابسات الغامضة في موضوع النزاع، وللمعاينة أثر بالغ في استظهار الحقائق.

قد تضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية النص على أنه يجوز للقاضي المحكمة أن يأمر من تلقاء نفسه أو بناء على الخصوم بالانتقال للمعاينة، وأنه يجوز للقاضي ان يستصحب من يختاره من أهل الخبرة للاستعانة به عند إجراء المعاينة والاسترشاد بخبرته الفنية في موضوع النزاع، كما أجاز المشرع للقاضي أثناء إجراء المعاينة أن يسمع الشهود الذين يرى لزوماً لسماع شهاداتهم بعين المكان، ويجب أن يحضر محضر بالمعاينة ويوقع عليه القاضي وكتب الجلسة، على أن يودع هذا المحضر بملف الدعوى، كما نص المشرع على أن مصاريف الانتقال للمعاينة تضاف إلى مصاريف الدعوى⁽⁶⁰⁾.

ثالثاً: عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين وصعوبة الوثوق فيهم

يقصد بالوثوق في هوية المتعاقدين، تلك العملية التي يمكن من خلالها التحقق من هوية الشخص الذي يمارس نشاطه عبر شبكة الإنترنت مع شخص آخر، ومن المعلوم في التعاملات التجارية الإلكترونية، لا يمكن أن يرى طرفي هذه التعاملات كل منهم الآخر، مما يترتب على ذلك عدم معرفة كافة المعلومات الأساسية عن بعضهم البعض، كما هو الحال في التعاملات التقليدية.

فقد لا يعرف أي منهم درجة يُسر الآخر أو مركزه المالي، وعمّا إذا بلغ سن الرشد أم هو ناقص للأهلية، فمن الطبيعي أن تكون التجارة محاطة بالثقة عند إبرام العقد التجاري، لتسهيل التحقق من هوية الأطراف ومدى حجيتها، إلا أنّ هذه الثقة قد تكون محدودة أو مهددة بعدم الصحة عبر الوسائل الإلكترونية، الأمر الذي يتشكك منه المستهلك، فيلجأ للبحث عن كل حماية للطمأنينة بشأن مدى إمكانية تنفيذ الطرف الآخر التزامه القانوني ومدى قدرة أمن الاتصالات في

(60) - براهيم بن أحمد بن سعيد زمزمي، القانون الواجب التطبيق في منازعات عقود التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009، ص30.

تحقيق المصادقية، ومن أهم سبل الوصول إلى هذه المصادقية موثوقية التوقعات الإلكترونية لكافة الأطراف⁽⁶¹⁾.

رابعاً: صعوبة المحافظة على سرية البيانات الشخصية

منذ ظهور الإنترنت تزايدت عمليات نقل البيانات، وهو ما أثير معه مسألة كيفية توفير السرية لهذه المعلومات والبيانات وحمايتها، وهذه الصعوبة تتعلق بالنواحي الفنية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات وأنظمة التشغيل، فقد سجل نقص واضح في الأمان والبروتوكولات التي تنظم عمل التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت، وأدوات تطوير البرمجيات في حالة تغيير مستمر⁽⁶²⁾.

فرغم وجود أنظمة الحماية من الفيروسات على أنظمة الشركات وقواعد البيانات إلا أنه هنالك فيروسات غير معروفة بعد للنظام قد تتمكن من دخول نظام الشبكة وإحداث تلف كبير دون الشعور به إلا بعد فوات الأوان.

خامساً: صعوبة حماية الخصوصية وأمن معلومات التجارة الإلكترونية

إن أمن المعلومات عموماً وأمن التجارة الإلكترونية، هو أمن المعلومات المتبادلة على الخط ولذا تضع بعض الدول المتقدمة قيوداً ومراقبة على تصديرها خارج البلاد، وتعتبر التشفير آلة ذو حدين، إذ أنّ استعمالها بدون مراقبة قد يضر بأمن الدولة لذا تصرّ بعض الدول على منح أنظمة تشفير متقدمة يستعصى حلها أو منع تشفيرها كلياً، وهذا طبعاً لا يخدم التجارة الإلكترونية، غير أن التشفير سواء في المواقع الحكومية أو الخاصة أصبح أمراً مقبولاً في ظل

(61) - لعقاب محمد، "الإنترنت وعصر ثورة المعلومات"، دار هومة للنشر، الجزائر، 1999، ص 22.

(62) - محمد سعيد أحمد إسماعيل، مرجع سابق، ص 57.

معايير التشفير، التي هي جزء من أخلاقيات استخدام التقنية وتشريعات تنظيم استخدامها المقررة في العصر الحالي⁽⁶³⁾.

سادسا: عدم القدرة على تحصيل الضرائب أو الرسوم على هذه المعاملات التجارية الإلكترونية

المعلوم أنّ الضرائب تمثل أحد المصادر الهامة لتمويل الخزينة العامة للدولة، وأنّ التهرب الضريبي يضاعف من هذا المصدر الهام، وهذه المعاملات التي تتم في ظل التجارة الإلكترونية تؤدي إما إلى دخول سلع أو خدمات إلى الدولة أو خروج هذه السلع والخدمات منها وذلك دون تحصيل ضريبة المبيعات عليها مثلا مما يؤدي إلى فقد الدولة مصدرا هاما من مصادرها الأمر الذي يؤدي على المدى البعيد إلى عدم اتزان الدولة في أدائها لوظائفها⁽⁶⁴⁾.

الفرع الثاني

قصور القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية عن تنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية

رغم اعتماد مجموعة من التشريعات والحلول التي تتعرض لبعض النقاط التي تبدو أكثر أهمية دون أن تغطي العديد من الجوانب الخاصة بعمليات التجارة الإلكترونية، كما أن هذه القوانين الصادرة يعاب عليها أنّها جاءت بعض نصوصها غامضة تحيل إلى التنظيم الذي يتأخر في بعض الأحيان إصداره وبالعودة لاستقراء هذه النصوص نجد قصور على مستوى القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية (أولا)، وكذا عجز القوانين والقواعد المنظمة للتجارة الإلكترونية (ثانيا)، إلى جانب غياب الأمن القانوني (ثالثا).

(63) - مزغيش جمال، التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2002، ص 23.

(64) - بوزيان محمد، بلحش عائشة، "التجارة الإلكترونية في الجزائر، الفرص والتحديات"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 6-7 مارس 2004 ص 07.

أولاً: قصور القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية

على الرغم من القيام ببعض التدابير المحتمشة إلا أنّ النصوص القانونية المعتمدة حالياً من قبل الجزائر ما زالت تعاني من نقائص وقصور وعلى رأسها حقوق الملكية والعلاقات التجارية والصناعية عن حماية العديد من الحقوق المنشورة على شبكة الأنترنت، غير أن المشرع الجزائري كان قد أصدر مجموعة من النصوص القانونية المتضمنة لمواضيع الملكية الفكرية الأدبية والصناعية⁽⁶⁵⁾.

من أبرز القضايا التي تطرحها التجارة الإلكترونية قضية العقود الإلكترونية التي قد تجرى إبرامها في شأن منح الترخيص واستعمال العلامات التجارية وبراءات الاختراع وما إليها، وقضية تحديد جهة الاختصاص القضائي في حالة ظهور نزاع حول هذه المسائل وتحديد القانون الواجب التطبيق (قانون الدولة)، وأخيراً قضية تنفيذ الأحكام المتعلقة بنفس المنازعات حول حقوق الملكية الفكرية.

ويمكن تعريفها بأنها مجموعة معلومات ومعارف وعلاقات وخبرات الشركة الخاصة بما في ذلك مكونات نشاطها وحضورها الرقمي "كما هو الحال في قواعد بياناتها، شبكات أعمالها، سلاسل القيمة القائمة على معلومات، مواقع الويب... الخ" التي تكون وتساهم في قدرة الشركة الداخلية والخارجية والتي يمكن تحويلها إلى رأس مال فكري، كما لحقوق الملكية الفكرية تحديات في العصر الرقمي، حيث لاشك في أن الإنترنت كانت شاملة التأثير، ولم تقتصر على التغيير الواسع والكبير في ظهور قطاع الأعمال الإلكترونية وإنما أيضاً امتد تأثيرها إلى حقوق الملكية الفكرية، حيث توجد بعض التحديات التي تواجهها الأخيرة في مجال الأعمال الإلكترونية منها: مشكلة الاحتيال ومشكلة المحاسبة التقليدية والحقوق المتعلقة بالملكية الفكرية⁽⁶⁶⁾.

(65) - مجاهدي فاتح، الاقتصاد الرقمي ومتطلباته، أشغال الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، جامعة خميس مليانة، يومي 13-14 مارس 2012، ص.ص 7-8.

(66) - بوزيان محمد، بلحشر عائشة، مرجع سابق، ص.08.

ثانيا: عجز القوانين والقواعد المنظمة للتجارة الإلكترونية

تندرج هذه العقوبات في عدم كفاءة القوانين والقواعد المنظمة، فغياب القوانين والقواعد العقوبات القانونية المنظمة ووجودها مع عدم كفاءتها ينقص الثقة في استخدام الشبكة لغرض التجارة الإلكترونية، فضلا عن عدم وجود ضامن، ويقصد بالضامن العنصر الذي يضمن التعاملات التي تتم بين العارض والطالب للسلعة أو الخدمة ويتمثل هذا الضامن في المؤسسات المصرفية والمالية، وهذا راجع إلى تأخر هذه المؤسسات من ناحية استخدام تكنولوجيات الاتصال⁽⁶⁷⁾، بحيث تتعلق بالتجارة الإلكترونية العديد من القوانين في المنظومة التشريعية الجزائرية وعلى رأسها القانون التجاري⁽⁶⁸⁾ الذي مازال يعاني من السبل التقليدية، وكذا عدم قدرة القضاة من الإحاطة بكل هذه القوانين فإلى جانب قانون التجارة الإلكترونية والقانون التجاري هناك قانون شروط الممارسات التجارية⁽⁶⁹⁾، وقانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسة التجارية⁽⁷⁰⁾، وكذا قانون حماية المستهلك الذي يعجز تماما بشكله التقليدي عن حماية المستهلك⁽⁷¹⁾ إلى جانب عدم القدرة على تطبيق أحكام قانون المنافسة على التجارة الإلكترونية⁽⁷²⁾.

(67) - بوالقول هارون، بوزيان رحمانى جمال، الانترنت التحتية للتجارة الإلكترونية، أشغال الملتقى الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26 - 27 أبريل 2011، ص4.

(68) - أمر رقم 96-27 مؤرخ في 09 جويلية 1996، المتضمن تعديل القانون التجاري، ج.ر.ج.ج. العدد 77، صادر في 11 ديسمبر 1996، المعدل والمتمم.

(69) - قانون رقم 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، مؤرخ في 14 أوت سنة 2004، ج.ر.ج.ج. العدد 52 صادر في 18 أوت 2004، معدل بالأمر 18-08 مؤرخ في 10 جوان سنة 2018، ج.ر.ج.ج. العدد 35، صادر في 13 جوان سنة 2018.

(70) - قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج. عدد 41، صادر في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم.

(71) - قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 بتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 15، صادر في 8 مارس 2009.

(72) - قانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 جوان 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج. عدد 36، صادر في 20 جويلية 2008.

ثالثا: إشكالية الأمن المعلوماتي

رغم مزايا التجارة الإلكترونية الغير المحدودة، إلا أنه هناك من المخاطر والعوائق ما يهدد هذ النوع من التجارة تتبع مخاطرها وبشكل رئيسي من مخاطر شبكة الإنترنت، فباعتبارها تكنولوجيا حديثة ورغم إيجابياتها، إلا أن سلبياتها كثيرة وخطيرة جدا، ففي حالة عدم التمكن من السيطرة على تلك السلبيات، ستكون النتائج وخيمة وقد يتم الاستغناء عن هذه التكنولوجيا الحديثة وبالتالي تضييع أرباح وفوائد كبيرة، ومن المخاطر الشائعة لهذه التجارة تلك الناجمة عن جرائم التعدي على المعطيات والقرصنة، ومختلف الاعتداءات⁽⁷³⁾.

وعلى الرغم من قيام المشرع الجزائري بتجريم الاعتداء على أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات في سنة 2004 من خلال المواد 394 مكرر إلى غاية 794 مكرر⁽⁷⁴⁾ وتدعيمه في سنة 2009 بالقانون المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال⁽⁷⁵⁾، كما دعمه بقانون حماية المعطيات الشخصية في سنة 2018 بموجب القانون رقم 07-18⁽⁷⁶⁾ إلا أن وجود هذه النصوص لم تستفد منها التجارة الإلكترونية كثيرا، وذلك بسبب غياب الكفاءة البشرية والإمكانيات.

(73) - محمد سعيد أحمد إسماعيل، مرجع سابق، ص 60.

(74) - قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المتضمن تعديل قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج، عدد 71، صادر في 10 نوفمبر 2004.

(75) - قانون رقم 09-04، مؤرخ في 5 أوت 2009، المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج.ر.ج.ج، عدد 47، صادر في 15 أوت 2009.

(76) - قانون رقم 18-07 مؤرخ في 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.ر.ج.ج، عدد 34، الصادر 10 جوان 2018.

المطلب الثاني

التحديات المادية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

التجارة الإلكترونية، تعتبر إحدى صور ثورة نظم المعلومات والاتصالات، وانتشار الإنترنت على وجه الخصوص، التي وفرت وسائل مستحدثة في تبادل السلع والخدمات وتبادل البيانات، بصورة لم تعرف من قبل والتي تتميز بالسرعة والسهولة في الاستخدام وبعدها عن الصورة التقليدية المعروفة في إجراء العمليات التجارية وتوثيقها.

إلا أن استخدامها في الجزائر ضعيف وذلك راجع للعجز التقني والفني كما سنبينه (الفرع الأول)، بحيث تعاني الجزائر من انعدام البنية التحتية لممارسة التجارة الإلكترونية والافتقار للكوادر الفنية التي من شأن استخدام التكنولوجيا إلى جانب غياب بيئة اجتماعية ومالية لتعامل الإلكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التحديات التقنية والفنية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

تشكل المشاكل التقنية والفنية أهم الصعوبات التي تواجه ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر، وهذا الوضع أمر بديهي بالنظر للضعف المنظومة العلمية في الجزائر وضعفها الاقتصادي⁽⁷⁷⁾.

حيث لا يوجد هناك تركيز على الجانب الإلكتروني من خلال رصد تكوين وتمويل البرامج الإلكترونية، ما جعل المعاملات التجارية الإلكترونية في تحدي حقيقي في الجزائر فمن جهة ضعف البنية التحتية للتكنولوجية (أولا)، ومن جهة ثانية ومن الناحية التقنية دائما نجد عائق نقص الموارد المالية لتوفير متطلبات التكنولوجيا (ثانيا)، إلى دراسة الفجوة الرقمية وثورة الإنترنت في البلدان العربية (ثالثا).

(77) - مصطفى هنشور وسيمة، مرجع سابق، ص 7.

أولاً: ضعف البنى التحتية التكنولوجية

يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية توفر بنية تحتية تكنولوجية متطورة، تساعد على انتشار استخدام الإنترنت وتوفير البيئة المناسبة والداعمة لتجارة الإلكترونية، والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية، حيث تبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية، برمجيات، أقراص صلبة⁽⁷⁸⁾.

تتمثل هذه البنى في نوعية وسرعة وسائل الاتصالات ونقل المعلومات، والربط الإلكتروني ومدى توافر قطع تقنية المعلومات، مثل الحواسيب والأقراص الصلبة المرنة وأجهزة الهواتف الرقمية وغيرها، والتي تعد من الوسائل الضرورية والأساسية لدخول شبكة الأنترنت والقيام بأي تعامل تجاري إلكتروني⁽⁷⁹⁾.

مقارنةً فالجزائر مع الدول الغربية فهي متأخرة بشكل كبير في هذا المجال، وأول ما يؤكد تأخرها في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تؤثر بشكل كبير على الإقبال على الأنترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الأنترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية، ومن بين أهم ما يعرقلها أيضا هو المبالغة في تكاليف الاشتراكات في شبكة الأنترنت سواء على الأفراد أو الشركات الراجع لانخفاض عدد مستعملي الأنترنت في الجزائر مما دفع بمقدمي خدمات الأنترنت إلى تحديد أسعار أعلى لتغطية تكاليفهم، فرغم تواصل التخفيضات في الأسعار إلا أنها مازالت مرتفعة نسبيا وتحول دون الاستخدام الأمثل لهذه الشبكة.

(78) - أحمد قاسم فرح، "استخدام الوكيل الذكي في التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة في إطار ماهيته ونفاذ تصرفاته)"،

مجلة المفكر، العدد 16، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص.ص 40-43.

(79) - نسرین عبد الحمید نبیل، الجانب الإلكتروني للقانون التجاري، منشأة المعارف، القاهرة، 2007، ص.ص 231.

ثانيا: نقص الموارد المالية لتوفير متطلبات التكنولوجيا

فيما يخص العتاد اللازم للإنترنت والذي يشمل أساسا أجهزة الكمبيوتر فإنه يتطلب توافر الموارد المالية لتوفيرها، والجزائر تعتبر من البلدان ذات التجهيز المنخفض بالحاسوب، الأمر الذي يشكل عائقا على استعمال الأنترنت باعتبار أن الحاسوب الآلي يعد اهم وسيلة للنفاد إلى شبكة الأنترنت وممارسة أي عمل تجاري، وقد ترتب عن عدم القدرة على صناعة الحاسوب ارتفاع تكلفة الحصول على الحاسوب ليس هذا فحسب ففي الجانب المالي أيضا تواجه الجزائر صعوبة ارتفاع أسعار استخدام الأنترنت.

1. ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب

من شأن ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب، الحلول دون انتشار هذه التجارة، التي تتطلب حاسوبا في المرتبة الأولى وبالتالي فانتشار استخدامه مرتبط أيضا بضرورة التفكير في تكلفة الحصول عليه، ليس على المستوى الشخصي فقط وإنما على المستوى التجاري أيضا، ارتفاع تكلفة استخدام الأنترنت، ذلك أن تكاليف الاتصال العادي في بلدنا مثلا مستمرة في الارتفاع في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لا تتنازل الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الأنترنت، وكما هو معلوم لدى الجميع فالجزائر خالية من أي تمويل لمشروع إلكتروني أو برمجي⁽⁸⁰⁾.

2. ارتفاع تكلفة استخدام الأنترنت

تشهد تكاليف الاتصال العادي في الجزائر ارتفاع مستمر يوما بعد يوم، بسبب غياب المنافسة في قطاع الاتصالات، خصوصا أن الدولة لا تزال تحتكر الجانب الأكبر من قطاع الاتصالات، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الإنترنت؛ هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن ما يزيد من امتناع الجزائريين على استخدام تقنية الأنترنت هو سوء خدمة الاتصال بالإنترنت، بالإضافة إلى عدم وجود خدمة إنترنت عالية السرعة في جل المناطق

(80) - محمود إبراهيم غازي، الحماية الجنائية للخصوصيات والتجارة الإلكترونية، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص.135.

الجزائرية التجارية والسكنية وضعفها، مما يجعل من عملية التسوق عبر الأنترنت عملية مملة وبطيئة⁽⁸¹⁾.

ثالثا: الفجوة الرقمية وثورة الإنترنت في الجزائر

خلقت ثورة المعلومات فجوة رقمية بين الدول المتقدمة والدول النامية، حيث يقاس التطور الرقمي يشترط توافر أسس المعرفة بمكونات الاقتصاد الرقمي، الذي يستند إلى تكنولوجيا المعلومات ودرجة الارتباط بشبكة المعلومات العالمية، وتوافر طرق المعلومات السريعة والهواتف النقالة وخدمات التبادل الرقمي للمعلومات، وهي الأسس التي أصبحت تحكم كافة مناحي الحياة وأسلوب أداء الأعمال، حيث انعكس ذلك في تطور التجارة الإلكترونية، وزيادة الشركات الجديدة التي تؤسس يوميا لممارسة أعمالها عبر الشبكة العالمية، وإطلاق المبادلات التجارية اللاسلكية وإقامة الحكومات الإلكترونية وإنشاء الشبكات التعليمية والبحثية.

والحقيقة أن كل الدول العربية رغم وعيها بضرورة الاهتمام بإرساء قواعد الاقتصاد الجديد والاندمج الفعال في ما يسمى "مجتمع المعلومات" يبقى الكثير منها يعاني ضعفا ملحوظا في هذا المجال وتشهد ضعف في الانخراط في الإنترنت وكافة قطاعات تقنية المعلومات⁽⁸²⁾.

الفرع الثاني

الافتقار لبيئة اجتماعية مؤهلة للتعامل التجاري الإلكتروني

تعد الجزائر من الدول الأكثر افتقارا للمتطلبات البشرية في التعامل التجاري الإلكتروني، حيث تشهد الجزائر قصور شديد في الكوادر البشرية المؤهلة والمدربة لاستعمال تقنيات المعلومات (أولا) إلى جانب غياب بنية اجتماعية للتداول استعمال التجارة الإلكترونية (ثانيا).

(81) - وباح عالية، دور الإنترنت في مجال تسويق الخدمات، دراسة حالة قطاع الاتصالات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011، ص 64.

(82) - عبيدي شهرزاد، معايير تقييم جودة مواقع التجارة الإلكترونية، دراسة استطلاعية لبعض مواقع التجارة الإلكترونية لمؤسسات جزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، ص 92.

أولاً: قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات

يشكل العنصر البشري الركيزة الأساسية في تسخير تقنية المعلومات، لخدمة الاقتصاد لمجتمعاتهم، وبالتالي تطوير التجارة الإلكترونية، بحيث تتطلب هذه التجارة أيدي عاملة مدربة في مجالات متعددة مثل تطوير المواقع على الأنترنت، ومهارات البرمجة في لغات وخبراء في قواعد البيانات وأنظمة التشغيل، بالإضافة إلى متخصصين في تصميم مواقع التجارة الإلكترونية وقوائم الكتالوجات، ونظم الدفع الإلكترونية وغيرها⁽⁸³⁾.

حيث تفتقر الجزائر إلى الموارد البشرية الخبيرة التكنولوجية والكوادر المؤهلة للتعامل مع تقنيات التجارة الإلكترونية التي من المفروض أن تتولى مهمة تصميم وتطوير مواقع التجارة الإلكترونية، وقوائم الكتالوجات ونظم الدفع الإلكترونية، وتكون خبيرة أيضا في قواعد البيانات والبرمجيات وأنظمة التشغيل. ومن العوامل التي ساهمت في هذا الفقر في الكوادر⁽⁸⁴⁾.

- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات التعليمية الجزائرية.

- عدم كفاية إمكانيات البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وانتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الإلكترونية واثاحة الفرصة للتسويق الإلكتروني.

- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة مما يصعب من عملية اللحاق بها حتى وان أبدت الجزائر رغبة فعلية للالتحاق بمجال التكنولوجيا والابتكار.

(83) - مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حاج لخضر، باتنة، 2012، ص.74.

(84) - تقرورت محمد، متناوي أحمد، الاقتصاد الرقمي وإشكالية التجارة الإلكترونية في الدول العربية، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، يومي 13-14 مارس 2012، ص.7.

ثانيا: ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع

تلعب الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية، دورا هاما في انتشارها وتطورها لاسيما بين المؤسسات التجارية، والقطاعات الإنتاجية، فهناك فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنية المعلومات في قطاع الأعمال، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة الأمية المعلوماتية والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات⁽⁸⁵⁾.

فعدم إدراك المواطنين الجزائريين لأهمية ربط التجارة بالإنترنت، ومحدودية التعامل مع أجهزة الكمبيوتر، تقف عائقا أمام انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر، فمعظم المواطنين يستعملون الأنترنت لغرض ترفيهي لا غير، ولا يفقهون أي شيء في المجال التجاري الإلكتروني

انتشار الأمية المعلوماتية التي يقصد بها "الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات" حيث أن مصطلح الأمية في التعاريف الحديثة يعني عدم القدرة على استخدام الحاسوب، وبالتالي فإن فئة كبيرة من المتعاملين لم يسبق لهم أن جلسوا أمام الحاسوب وتعاملوا معه، وبالتالي فلا نتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الانترنت الذي يركز على استخدام هذا الحاسوب⁽⁸⁶⁾.

إنّ عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا للبلاد بموضوع المعاملات التجارية الإلكترونية، فلا يعقل أن وزارة التجارة في بلادنا لم تفكر حتى في إجراء استقصاء لمدى اهتمام الناس بهذا النوع من التجارة، والتفكير في سبيل تقنيها أو الاستفادة من تجارب الدول الغربية في هذا المجال ضف إلى ذلك ضعف النظام المصرفي الجزائري من حيث وسائل وتقنيات الدفع الحديثة.

(85) - بهلولي فاتح، مرجع سابق، ص 147.

(86) - جحيط حبيبة، جعودي مريم، مرجع سابق، ص 74.

المبحث الثاني

آفاق اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر

أدركت الجزائر أهمية التجارة الإلكترونية، لكونها أداة لزيادة القدرة التنافسية وزيادة الصادرات، بسهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك، وإمكانات تسويق السلع والخدمات عالمياً، وسرعة إبرام العقد وإنهاء الصفقات، وتحليل الأسواق والاستجابة لتغيرات احتياجات ومتطلبات المستهلكين، وتوفير فرص العمل الحر والعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية، وتمثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية⁽⁸⁷⁾.

ما جعل الجزائر تقوم بمجموعة من الإجراءات والتدابير سواء التشريعية أو الهيكلية، وذلك في سبيل الانتقال إلى عالم التجارة الإلكترونية، والاقتصاد الرقمي، غير أنها وبصفتها الفنية في هذا المجال لم تتمكن من الإلمام بكافة جوانب هذه التجارة، التي تتم عبر شبكة الأنترنت، مما جعلها كباقي الدول النامية تعاني من فجوة رقمية بالمقارنة مع الدول المتقدمة⁽⁸⁸⁾، وفيما يلي سنقوم بالتطرق إلى أهم الجهود التي بذلتها الدولة الجزائرية في سبيل تطوير التجارة الإلكترونية، وكذا الحلول التي يجب أخذها بعين الاعتبار الاعتماد وتطوير هذه التجارة.

بالتالي، انطلاقاً من هذه المبادرات الجزئية والمتفرعة التي تتخذها الجزائر، فإنه يمكن في المستقبل القريب تحسين أداء التجارة الإلكترونية في الجزائر، من خلال خلق استراتيجية فعلية ومتكاملة، مدعومة بالإرادة السياسية والثقافية ولا يتحقق ذلك إلا من خلال سعي الجزائر إلى توفير الوسائل المادية لتطوير التجارة الإلكترونية وفق ما سيتم بيانه (المطلب الأول)، وكذا ضرورة تعزيز المنظومة التشريعية والقانونية لممارسة التجارة الإلكترونية (المطلب الثاني).

(87) - بوزيان محمد، بلحش عائشة، مرجع سابق، ص 9.

(88) - عيساني عامر، سلالى بوبكر، "دور التجارة الإلكترونية والتنمية المستدامة"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014، ص 209.

المطلب الأول

توفير الجزائر لماديات ممارسة التجارة الإلكترونية

يحظى قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصالات، باهتمام وعناية خاصة، من طرف الدولة الجزائرية، خاصة وأنه أصبح يشكل مطلباً أساسياً، في كافة مجالات الحياة الاقتصادية، الاجتماعية والعلمية، فالجزائر وبالإضافة إلى إصدارها لمجموعة من التشريعات فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، قامت بإطلاق العديد من المشاريع الهدف منها ترقية وتطوير الدولة إلكترونياً.

يستلزم ممارسة التجارة الإلكترونية، توفر أسس تكنولوجية، ويقصد بها جميع القواعد والعناصر منها عامل البرمجيات والتكنولوجيا، أي أجهزة الحاسوب المؤهلة تكنولوجيا لهذه الممارسة سواء من طرف المنتج أو المستهلك، كما لا بد من توافر موقع افتراضي لمقدم الخدمة ليتسنى له عرض منتجاته وسلعه وخدماته على الشبكة العالمية للمعلومات وبناء على هذا فسنتناول ضرورة توفير الوسائل التكنولوجية لممارسة التجارة الإلكترونية (الفرع الأول)، وتطوير آليات وحوافز استعادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال (الفرع الثاني).

الفرع الأول

توفير الوسائل التكنولوجية لممارسة التجارة الإلكترونية

إن المتطلبات الرئيسية لتفعيل التجارة الإلكترونية، هي توفير بنية تحتية قابلة للتوسع والتفاعل مع التطورات التكنولوجية والعلمية، ويتمثل ذلك في إنشاء شبكات رئيسية للإنترنت تخدم التطبيقات الإلكترونية مع ضمان الحماية التقنية للتعاملات الإلكترونية، ولتحقيق ذلك فإنه من الضروري تخفيض تعريفة الاتصالات الداخلية أو إلغائها، خاصة فيما يتعلق بالولوج إلى شبكة الأنترنت، وذلك لتعميم استخدام التجارة الإلكترونية، ووضع هذه الشبكة في متناول الجميع.

هذا بصفة عامة، كما ينبغي على وجه الخصوص توفير أجهزة الإعلام الآلي والحواسب (أولاً)، وتوفير شبكة الأنترنت (ثانياً)، والموقع الافتراضي أو الدومين (ثالثاً)، وتسريع استخدام

تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية والشركات (رابعاً)، وأخيراً تحرير سوق خدمات الاتصالات (خامساً).

أولاً: توفير أجهزة الإعلام الآلي والحاسب

من أجل تطوير التجارة الإلكترونية يقع على الجزائر توفير أجهزة الإعلام الآلي وعدم الاكتفاء بإستيراد هذه الأجهزة إنما ينبغي عليها دعم صناعة الحاسب الآلي في الجزائر، وكذلك المدخلات المادية العديدة وكذلك بعض الصناعات ذات الصلة مثل شبكة الهواتف والتي تحتاج بدورها إلى العديد من الصناعات حتى يتسنى لها تغطية أكبر عدد من المشتركين.

ولابد أن لا يقتصر الأمر على توفير الحاسوب كجهاز بحد ذاته، بل يجب أيضاً السعي لتوفير برنامج أيضاً، والتي عرفت في التوجيه المتضمن لقواعد حماية برامج الحاسوب الذي أعدته المنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPI) بأنه: "مجموعة معارف أو معلومات يعبر عنها في شكل شفوي أو مكتوب أو بياني أو غيره ويمكن نقلها وتحويل صورتها بفك رموزها بواسطة آلة يمكن أن تنجز مهمة أو تحقق نتيجة محددة بواسطة جهاز إلكتروني يمكنه القيام بعمليات معقدة تهدف الغايات عملية"⁽⁸⁹⁾.

ولقد اختلفت التعاريف التي وضعت لبرنامج الحاسوب وفقاً لوجهة نظر أصحابها، فمنهم من نظر إليه نظرة ضيقة حيث عرفه بأنه مجموعة من العمليات الموجهة من المستخدم إلى الجهاز لتنفيذ مهمة معينة ويشمل ما يعرف ببرنامج المصدر وبرنامج الهدف، ومنه فالحماية القانونية لا تشمل سوى برنامج المصدر وبرنامج الهدف ولا تتعداهما إلى الجهاز وملحقاته⁽⁹⁰⁾.

وبالنسبة لأصحاب النظرة الواسعة فيرون أن المقصود ببرنامج الحاسوب يشمل بالإضافة إلى برنامج المصدر وبرنامج الهدف كل من العمليات بحد ذاتها والمستندات الملحقة بالبرنامج،

(89) - جحيط حبيبة، جعودي مريم، مرجع سابق، ص 54.

(90) - بوزيان محمد، بلحشر عائشة، مرجع سابق، ص 10.

سواء التعريف الواسع أو الضيق، فإن الجزائر يقع على عاتقها أن تقوم بتوفير جميع المستلزمات الإلكترونية من أجل إعطاء آفاق للتجارة الإلكترونية⁽⁹¹⁾.

لا يتوقف الأمر عند هذا الحد إنما ينبغي فتح سوق مستخدمي الإنترنت، إذ لا بد أن تستكمل الجهود بوجود سوق لمستخدمي الإنترنت، باعتبار هذه السوق مؤشرا حقيقيا يسمح بالحكم على التقدم في التجارة الإلكترونية أو تأخرها في دولة.

ثانيا: توفير شبكة الأنترنت

تربط شبكة الأنترنت بين الكثير من المؤسسات التجارية والمعاهد والأفراد حول العالم، وتعد من أهم وسائل التجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر، إذ تشكل من الوسائط الفنية والتقنية لها حيث تقوم بربط عشرات الألف من الحواسيب.

حيث يرتبط نمو التجارة الإلكترونية بالتطور الهائل في البنية الأساسية المعلوماتية العالمية (شبكة الإنترنت)، حيث تتسع يوما عن يوم لتشمل كل مظاهر الحياة ومن ثم ينعكس هذا التطور على أشكال التجارة الإلكترونية.

إذ تعد شبكة الإنترنت الحدث العالمي الأبرز في أواخر القرن العشرين، واقتحمت حياتنا بصورة دراماتيكية وشاركتنا في معظم الأشياء، وأحدثت تغييرا جوهريا في نقل وتبادل المعلومات، واختصرت الزمان والمكان وأضحى العالم بفضلها قرية صغيرة، يتداولها الأفراد بمفاهيم نسبية من حيث الاستعمال والاستفادة، من إمكاناتها الهائلة في مختلف المجالات الاقتصادية والعلمية والثقافية، وغيرها من أنماط الحياة في كثير من جوانبها الحساسة.

(91) - محمود الكياني، التشريعات التجارية والإلكترونية (دراسة مقارنة)، الموسوعة التجارية والمصرفية، ط.2، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2008، ص409.

سعت الجزائر إلى الاستفادة من خدمات الإنترنت، والتقنيات المرتبطة بها من خلال ارتباطها بشبكة الإنترنت في شهر مارس من عام 1994، عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني (CERIST) الذي أنشئ في شهر مارس من سنة 1985.

ينبغي أن تقوم الجزائر بتحسين مستوى الخدمات الاتصالية وتوفيرها في جميع الأنحاء وزيادة سرعة الاتصال العالمية والمحلية وزيادة دور شركات القطاع الخاص في تقديم خدمات أساسية، لاتصالات بإنشاء وتطوير الشبكة الرقمية والاستمرار في خفض تكاليف استخدام شبكات الاتصالات الرقمية⁽⁹²⁾.

وتحقق مطلب توافر الأنترنت لا يكفي وحده للقول بان وجود بنية للتجارة الإلكترونية إنما يجب أن تدعم بمتطلبات تنظيم محتوى البيانات والمعلومات وصفحات الأنترنت: ويتم هذا بضبط محتوى البيانات والمعلومات الذي يسمح بتدفقه وزيادة المحتوى العربي على شبكة الأنترنت وتنظم الإعلان بالإضافة إلى ربط جميع مراكز المعلومات عبر شبكة الإنترنت⁽⁹³⁾.

ومتطلبات، معايير ومقاييس التقنية تعتبر مقاييس التقنية ذات أهمية كبيرة للنجاح التجاري الطويل المدى على شبكة الأنترنت، حيث أنّها تسمح للمنتجات والخدمات المقدمة من بائعين مختلفين بالعمل سويا، كما أنّها تشجع على المنافسة ويتم هذا باستخدام المعايير والمقاييس التقنية الدولية من أمن وسرية ورقابة وتأمين الاتصالات وعقد المؤتمرات التلفزيونية والتبادل الإلكتروني للبيانات⁽⁹⁴⁾.

(92) - بوالقول هارون، بوزيان رحمانى جمال، المرجع السابق، ص18.

(93) - العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص القانون، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص132.

(94) - بوزيان محمد، بلحشر عائشة، مرجع سابق، ص12.

ثالثا: الموقع الافتراضي أو الدومين

يقع على عاتق أي متعامل تجاري عبر الأنترنت، أن يحوز على جهاز حاسوب، غير أن هذا غير كاف إذ لابد بالإضافة إلى ذلك أن يكون بإمكانه الدخول إلى شبكة الإنترنت والتجول سواء من خلال الدخول إلى أحد المواقع الافتراضية المتوفرة على الشبكة، أو عن طريق خلق موقع خاص به على شبكة الإنترنت يختص به ليصير محله التجاري وموطنه المختار لممارسة أعماله التجارية عبره.

إذ يجب على المتعامل التجاري الإلكتروني القيام بإنشاء أو اختيار الموقع الافتراضي ومن ثم الوصول إلى أي مكان أو الحصول على أية خدمة من خلال شبكة الإنترنت، كما يجب أن يتم تحديد وإنشاء عناوين واضحة وثابتة لكل جهاز حاسوب، تتكون في الغالب من حروف مرتبطة بأرقام أحيانا، لكن صعوبة تذكر الأرقام فرضت اختيار عناوين حرفية تحوّل بواسطة الأنترنت إلى أرقام ومن ثم يتم الدخول إلى عالم الإنترنت⁽⁹⁵⁾.

وهذه العناوين التي قام بإنشائها وصياغتها المستخدم حسب الكيفية التي يراها مناسبة، تكون لائقة للتعبير عن شخصه، تسمى بأسماء المجال أو الدومين الإلكتروني. وتتكون أسماء المجال من ثلاثة أجزاء، يرمز كل جزءا اختصارا للإسم من المكونات الثلاثة لهذا العنوان وهي اسم المستخدم، واسم النطاق الجغرافي، واسم النشاط.

فلو كان المستخدم شخصا طبيعيا يمكنه استخدام نفس اسمه الشخصي ليكون معبرا عن اسم المستخدم سواء أضاف عليه أرقاما أو حروفا إضافية أم لا، أما إذا كان شخصا اعتباريا كشركة أو مؤسسة كان بإمكان المستخدم اختيار أول ثلاثة أحرف من اسم هذه المؤسسة أو تلك

(95) - بوالقول هارون، بوزيان رحمانى جمال، مرجع سابق، ص 19.

الشركة للدلالة على اسم المستخدم، والجزء الموالي هو اسم النشاط ونعني به تحديد النشاط الذي من خلاله يتم استخدام الحاسوب ومن ثم الدخول إلى الأنترنت للمتاجرة⁽⁹⁶⁾.

رابعاً: تسريع استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية والشركات

تعمل الدولة على تعزيز استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات في الإدارات الحكومية لتقريبها من المواطن ولتحقيق ذلك تم وضع أهداف خاصة ومشتركة لكل دائرة وزارية تتمثل في استكمال البنى الأساسية المعلوماتية مع اقامة نظم المعلومات من خلال رقمنة المعلومات والتسيير الإلكتروني للمستندات عن طريق شبكة المعلومات⁽⁹⁷⁾.

ولقد أصدرت العديد من القوانين التي تعنى بعصرنة الإدارة لكي تفتح المجال أمام التجارة الإلكترونية ويظهر ذلك من خلال رقمنة التعليم العالي والمكتبات الجامعية إلى جانب عصرنة قطاع العدالة⁽⁹⁸⁾ والضمان الإجتماعي كما قام بتعديل قانون الولاية⁽⁹⁹⁾ وقانون البلدية⁽¹⁰⁰⁾ مضيفاً بذلك الجزء المتعلق بالخدمات الإلكترونية، لم يتوقف المشرع الجزائري عند هذا الحد وإنما ومن أجل إضفاء الثقة على المعاملات الإلكترونية بشكل عام والمعاملات التجارية بشكل خاص أصدر القانون المتعلق بالتصديق الإلكتروني⁽¹⁰¹⁾.

⁽⁹⁶⁾-BRAHIM Adel, «La reconnaissance de la preuve électronique a-t-elle épuisé la question de la dématérialisation?», Les petites affiches, n° 36, 19 février 2002, p 04.

⁽⁹⁷⁾- بريش عبد القادر، زيدان محمد، "دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 6-7 مارس 2004، ص 05.

⁽⁹⁸⁾- قانون رقم 03-15، مؤرخ في 1 فيفري 2015، المتعلق بعصرنة العدالة، ج.ر.ج.ج، العدد 06، صادر في 10 فيفري 2015.

⁽⁹⁹⁾- قانون رقم 07-12 مؤرخ في 21 فيفري 2012، المتعلق بالولاية، ج.ر.ج.ج عدد 12، صادر في 29 فيفري 2012.

⁽¹⁰⁰⁾- قانون رقم 10-11 مؤرخ في 22 جوان 2011، المتعلق بالبلدية، ج.ر.ج.ج عدد 37، صادر في 3 جوان 2011، المعدل والمتمم.

⁽¹⁰¹⁾- قانون رقم 04-15، مؤرخ في 01 فيفري 2015، المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج.ر.ج.ج، عدد 06، صادر في 10 فيفري 2015.

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال أيضا بالنسبة للشركة أو المؤسسة بمثابة الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات، كما تساعد على استخدام المعلومات المدعومة لاحتياجاتها في اتخاذ القرارات والقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة عن طريق تحويل وتخزين ومعالجة كل أنواع المعلومات في شكل معطيات موحدة وبثها بسرعة فائقة عبر الشبكة الرقمية، ولهذا فقد كان من أولويات مشروع الجزائر الإلكترونية إدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع الاقتصادي ودعم امتلاك تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل الشركات⁽¹⁰²⁾.

غالبا ما تقوم الشركات والمؤسسات المالية بمعاملات تجارية ضخمة وهو الأمر الذي جعل المشرع الجزائري يقوم بتحديث أنظمة الدفع الإلكترونية لتسهيل مهمة الدفع في مثل هذه المعاملات الضخمة، وبالتالي يتضح لنا أنه إذا ما تم تطبيق مختلف الأحكام القانونية والنظم التي قررها المشرع الجزائري فإن التجارة الإلكترونية ستزدهر في المستقبل القريب في الجزائر.

خامسا: تحرير سوق خدمات الاتصالات

حيث ستمثل المنافسة بين مقدمي خدمات الإنترنت حافزا رئيسيا لنمو استخدام الإنترنت في المنطقة العربية، من جهة أخرى، شأنه كذلك أن يمضي شوطا بعيدا في نمو تغلغل وانتشار خدمات الإنترنت وتبني التجارة الإلكترونية.

الفرع الثاني

تطوير آليات وحوافز استفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال لكي يتم الإقبال على التجارة الإلكترونية لا يكفي توفير الأنترنت والحاسب، إنما يجب أيضا الاهتمام بالعامل البشري، الذي يشكل محور المعاملات التجارية الإلكترونية، فإن كان هذا الأخير بعيد كل البعد عن الثقافة الإلكترونية، ولا يملك أي مؤهل تقني أو علمي يؤهله لدخول في المجال الإلكتروني، خصوصا أمام انعدام التحفيز والتوعية والتأهيل.

(102) - بوالقول هارون، بوزيان رحمانى جمال، مرجع سابق، ص20.

لهذا يجب أن يتم ضمن استراتيجيات تطوير التجارة الإلكترونية الاهتمام بالعامل البشري وإدارة معارفه وتحفيزه على التجارة الإلكترونية، ولا يتم ذلك إلا من خلال تطوير الكفاءات البشرية (أولاً)، ونشر الوعي بين مجتمع الأعمال (ثانياً)، وتطوير مجالات المعاملات التجارية الإلكترونية (ثالثاً)، اقتناع صانعي القرار بمكانة التجارة الإلكترونية (رابعاً).

أولاً: تطوير الكفاءات البشرية

يتم تطوير المؤهلات البشرية من خلال إدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في كافة المناهج التعليمية، سواء في التكوين المهني أو في المنظومة التربوية وفي التعليم العالي، حيث اقترح بريد الجزائر عملية التكوين عن بعد⁽¹⁰³⁾.

حيث أن الهدف الأساسي من هذه الخطوة هو محاولة توعية المواطنين والمؤسسات بأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التنمية الاقتصادية، وتحسين المستوى المعيشي للأفراد، ويتم ذلك عن طريق إعداد وتنفيذ مخطط اتصال حول مجتمع المعلومات وإقامة نسيج جمعي كامتداد للمجهود الحكومي بمنح حوافز مالية لإنشاء مجتمعات في مجال مجتمع المعلومات والقيام بحملات تحسيسية في هذا الميدان⁽¹⁰⁴⁾.

ثانياً: نشر الوعي بين مجتمع الأعمال

يتطلب فتح آفاق التجارة الإلكترونية إعداد برامج إعلامية خاصة بالتجارة الإلكترونية، تستهدف كافة فئات المجتمع لتعريفه وتوعيته بكل الجوانب التي تحتويها التجارة الإلكترونية، من

(103) – فارس فضيل، حمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011، ص 11.

(104) – HUET Jérôme et VALMACHINO Stefania, «Réflexions sur l'arbitrage électronique dans le commerce international», Gazette du palais, n° 11, 11 janvier 2000, p.6.

مزايا ومساوي، وكذا إعداد برامج ودورات تدريبية لقطاعات الأعمال، لتمكينها من إعداد إطارات تقنية متخصصة في البنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكات الإنترنت.

تطوير مؤسسات التعليم المتخصص في المجالات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، وذلك بالقيام بفتح فروع في الكليات لتدريس التجارة الإلكترونية، كتخصص قائم بحد ذاته. تفعيل المشاركة بين القطاع الخاص والحكومة، ويتم ذلك بمشاركة القطاع الخاص في إعداد القواعد والنظم والتدابير والإجراءات اللازمة للتجارة الإلكترونية والمساندة المباشرة وغير المباشرة للشركات في التحول إلى النظم الإلكترونية، بالإضافة إلى توفير المراكز التكنولوجية ومراكز المعلومات اللازمة لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم وتمييزها في مجال التجارة الإلكترونية⁽¹⁰⁵⁾.

تشكل التجارة الإلكترونية بابا يتيح الفرصة أمام مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة، لتسويق إنتاجها على المستوى المحلي والعالمي ولذا يجب تنمية هذه المؤسسات بتمكينها من استخدام تكنولوجيا المعلومات، حيث قدراتها الخاصة لا تسمح لها بالدخول إلى هذا المجال إلى جانب إمكانية دعم الأنشطة المرتبطة بتنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية، بإنشاء مراكز للتجارة الإلكترونية وربط تجمعات ومراكز الإنتاج الحرفي ومراكز الإنتاج بشبكة الإنترنت، بالإضافة إلى بناء نماذج تجريبية للشركات الإنتاجية باستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية⁽¹⁰⁶⁾.

ثالثاً: تطوير المعاملات التجارية الإلكترونية

من أجل دعم مجموعة المعاملات التجارية التي تمارس حالياً في الجزائر بشكل محتشم فإنه يجب توسيع نطاق الأعمال الإلكترونية لضمان الاستمرارية والتنافسية فإنه وان كان يعتمد ابتداء على اتساع رقعة الأعمال وعلى اتساع حجم سوق التجارة الإلكترونية، فان بناء المشاريع

(105) - فارس فضيل، حمزة ضويفي، مرجع سابق، ص12.

(106) - محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية (العقود الإلكترونية-القانون الواجب التطبيق-المنازعات العقدية وغير العقدية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص114.

الإلكترونية لا يعكس اقرارا حقيقيا بأهمية هذا البعد، ذلك لأن المطلوب ليس مجرد الوجود على الشبكة، فلا لها وجودا دون قدرة تنافسية وتطور دائم ينافس الدول المتقدمة⁽¹⁰⁷⁾.

رابعاً: اقتناع صانعي القرار بمكانة التجارة الإلكترونية

يأتي اقتناع صانع القرار الاقتصادي بأهمية التجارة الإلكترونية والدور الذي سيلعبه هذا النمط الجديد من التجارة في مستقبل الاقتصاد العالمي والاقتصاديات النامية، والآثار السلبية التي يمكن أن تقع على تلك الاقتصاديات في حالة إذا ما تأخرت في تطبيق وتنمية استراتيجيات فاعلة لتنمية التجارة الإلكترونية وتوظيفها لخدمة قضية التصدير باعتبارها إحدى القضايا الرئيسية بالنسبة لتلك الاقتصاديات وبمثابة الشرط الضروري لانطلاق التجارة الإلكترونية، ويجب أن ينطلق هذا الإدراك من حقائق محددة يأتي في مقدمتها التعاون مع التجارة الإلكترونية باعتبارها ليست خيارا ترفيا بقدر ما أصبحت فرضا وأن التأخر في تطبيق استراتيجيات التجارة الإلكترونية يحمل ليس فقط خطر المزيد من التهميش الاقتصادي، ولكن أيضا المزيد من التدهور الاقتصادي بسبب احتمالات تراجع نصيب تلك الاقتصادات من التجارة الدولية وتفاقم العجز في موازين المدفوعات في ضوء التسهيلات التي تقدمها التجارة الإلكترونية للواردات⁽¹⁰⁸⁾.

تظهر مبادرة الدولة الجزائرية لتدعيم التجارة الإلكترونية من خلال إصدار مجموعة من القوانين المتعلقة بالمجال الإلكتروني مثل القانون رقم 09-04⁽¹⁰⁹⁾، المتضمن القواعد الخاصة

(107)– JACQUET Jean-Michel, «Contrats du commerce électronique et conflits de lois», Les premières journées internationales du droit du commerce électronique, colloque de Nice, organisé par le Département Sciences Juridiques de l'EDHEC et l'Ecole du Droit de l'Entreprise de la faculté de droit de Montpellier, des 6 et 7 novembre 2003, p.99

(108)– ناجي الزهراء، "التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية"، بحث مقدم إلى المؤتمر المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا، يومي 29-28 أكتوبر 2009، ص 04.

(109)– قانون 09-04، مؤرخ في 5 أوت 2009، المتعلق بالقواعد الخاصة للوقاية من جرائم المتصلة بتكنولوجيا الإتصال ومكافحتها، ج.ر.ج. عدد 47، صادر في 16 أوت 2009.

بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإتصال ومكافحتها والقانون رقم 15-03⁽¹¹⁰⁾ المتعلق بعصرنة العدالة، وكذا القانون رقم 15-04⁽¹¹¹⁾، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني إلى جانب القانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية والقانون رقم 18-04⁽¹¹²⁾ المتعلق بالبريد والاتصالات الإلكترونية، والقانون رقم 18-07 المتعلق بحماية المعطيات الشخصية.

إن استخدام الأنترنت والتجارة الإلكترونية في الجزائر مرهون بانتشار المواقع الإلكترونية، كما أن السيطرة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يحتاج إلى تأهيل عالٍ المستوى وبحوث متخصصة في التكنولوجيا خاصة منها المتعلقة بالبحوث في مجالات تحسين أداء محركات البحث العربية، وكذا تطوير البرمجيات التطبيقية العربية، وأقلمة التجهيزات والبرمجيات الأساسية مع المحيط المحلي خاصة فيما يتعلق بأمن الشبكات، وكذا التوسع في تطوير بعض التطبيقات الإلكترونية الأساسية مثل التعليم والتدريب عن بعد⁽¹¹³⁾.

المطلب الثاني

تعزيز المنظومة التشريعية والقانونية لممارسة التجارة الإلكترونية

ينبغي للدولة الجزائرية أن تطور التجهيزات الأساسية التي تكون شرطا أساسيا للقيام بعمليات التجارة الإلكترونية، وتشمل هذه العناصر تلك التجهيزات القانونية والتنظيمية لدعم المعاملات الإلكترونية، والتجهيزات الأساسية الأمنية التي تشكل إلى جانب التجهيزات الأساسية

⁽¹¹⁰⁾ - قانون رقم 15-03، مؤرخ في 1 فيفري 2015، المتعلق بعصرنة العدالة، ج.ر.ج.ج، العدد 06، صادر في 10 فيفري 2015.

⁽¹¹¹⁾ - قانون رقم 15-04، المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، المرجع السابق.

⁽¹¹²⁾ - قانون رقم 18-04، مؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالبريد والاتصالات الإلكترونية، ج.ر.ج.ج عدد 27، صادر في 13 ماي 2018.

⁽¹¹³⁾ - محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009، ص34.

القانونية الأساس لإيجاد الثقة في التجارة الإلكترونية، وتلك العناصر من التجهيزات الأساسية لخدمات الاتصالات التي تعد بالغة الأهمية للقيام بالتجارة الإلكترونية بين القطاعات التجارية.

ولتعزيز العامل التشريعي والتنظيمي للتجارة الإلكترونية ينبغي توفير بيئة آمنة لمزاولة التجارة الإلكترونية (الفرع الأول)، ومراجعة المنظومة القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

توفير بيئة إلكترونية آمنة لمزاولة التجارة الإلكترونية

حتى يقبل الأشخاص على التجارة الإلكترونية باطمئنان دون التخوف على حقوقه المادية والفكرية التي يستثمرها في معاملته التجارية المنفذة عبر جهاز الحاسوب، يجب تحقيق الأمن القانوني لهذه المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث انه بانتشار التجارة الإلكترونية كظاهرة ذات أهمية وأبعاد واسعة استدعى الأمر وقفة قانونية للتصدي لتنظيمها، فظهرت محاولات لوضع تنظيم قانوني لبعض جوانبها الملحة⁽¹¹⁴⁾.

تعنى هذه الحماية جميع المصالح المتداولة خلال المعاملة التجارية من مصالح الشركة والمنتجين والمستهلكين المتعاملين معها في إطار التجارة الإلكترونية، حيث يقتضي تحقيق التوازن بين هذه المصالح ويتم ذلك ببناء مناخ تشريعي وقانوني يخدم مقتضيات التجارة الإلكترونية وهذا ما يتطلب مشاركة كاملة بين الحكومة وقطاعات الأعمال والمستهلكين⁽¹¹⁵⁾.

وللقيام بحماية التجارة الإلكترونية والحفاظ عليها يجب تحقيق المتطلبات التالية تأكيد خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية بتحديد قواعد وإجراءات لإدارة البرامج التي يتم بها الحصول على البرامج وتحقيق التوازن بين خصوصية المعاملات، بالإضافة إلى استخدام التكنولوجيات المتطورة لمواجهة المشاكل المتعلقة بالخصوصية وهو ما حاول المشرع الجزائري

(114) - محمد سعيد أحمد إسماعيل، مرجع سابق، ص 62.

(115) - فارس فضيل، حمزة ضويفي، مرجع سابق، ص 17.

تحقيقه من خلال إصداره للقانون المتعلق بتجريم المساس بالمعالجة الآلية للمعطيات، وكذا القانون المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي⁽¹¹⁶⁾.

ضرورة توفير تدابير الأمن والحماية عن طريق تشفير البيانات ذات الطبيعة الخاصة والموائمة بين متطلبات تشفير البيانات والتصدي للجرائم وسوء الاستخدام بالإضافة إلى حماية مبادئ وتقاليد المجتمع وقد حاول المشرع حماية تشفير البيانات من خلال الأمر رقم 04-09 المتعلق بالقواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بالتكنولوجيا والإعلام والإتصال.

توفير حماية حقوق الملكية الفكرية المتمثلة في حقوق المؤلف الأدبية والحقوق المجاورة والملكية الصناعية المتمثلة في العلامات التجارية وبراءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والأسماء التجارية وأسماء النطاق وعلى الرغم من قيام المشرع الجزائري بتعديل بعض القوانين مؤخرا إلا أنها ما تزال عاجزة عن مسايرة التطور الإلكتروني مثل تعديله لقانون براءات الاختراع⁽¹¹⁷⁾، وقانون العلامات التجارية⁽¹¹⁸⁾، وقانون حماية التصميم الشكلية للدوائر المتكاملة⁽¹¹⁹⁾، مع الإبقاء على قانون الرسوم والنماذج الصناعية بشكله التقليدي.

إن حماية التجارة عبر الحاسوب إما أن تكون حماية مدنية فيما يتعلق بحجية أدلتها في الإثبات وكذا آلية حماية العناصر الفكرية والمعنوية المستخدمة فيها كأسماء النطاق والعلامات التجارية والعناوين، أو المواقع الافتراضية الخاصة بالمتعامل بالتجارة عبر شبكة الإنترنت فضلا عن الوسائل المتاحة من أجل توفير حد أدنى من الحماية القانونية لها والتي يمكن حصرها في

(116) - مرزوق دليّة، جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، على ضوء الاتفاقيات الدولية والتشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017، ص 47.

(117) - الأمر رقم 03-07، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق ببراءة الاختراع، ج.ر.ج.ج عدد 44، صادر في 23 جويلية 2003.

(118) - الأمر رقم 03-06، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج.ر.ج.ج عدد 44، صادر في 23 جويلية 2003.

(119) - الأمر رقم 03-08، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بحماية التصميم الشكلية للدوائر المتكاملة، ج.ر.ج.ج عدد 44، صادر في 23 جويلية 2003.

قوانين حماية المستهلك⁽¹²⁰⁾، والاعتراف بالتوقيع الإلكتروني والاعتماد على التشفير لحماية سرية المعاملات التجارية عبر الحاسوب.

وقد تكون حماية التجارة الإلكترونية حماية جزائية عن طريق الأحكام والنصوص التشريعية والقانونية الجنائية التي تعاقب المعتدي أو المتلاعب بمقومات هذه التجارة⁽¹²¹⁾.

الفرع الثاني

مراجعة المنظومة القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية

يبدو من خلال مجموع التشريعات الجزائرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، أن الترسانة القانونية الجزائرية لازالت لا تغط كل المسائل القانونية المترتبة عن استخدام وتطوير تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتشييد مجتمع المعلومات، ولهذا يجب ضبط مستوى الإطار القانوني متماشيا مع الممارسات الدولية ومتطلبات مجتمع المعلومات⁽¹²²⁾.

وعليه فالى جانب مختلف النصوص التي نص عليها المشرع الجزائري بهدف تدعيم التجارة الإلكترونية إلا أنه يقع عليه بعد تفعيل هذه القوانين والسهر على تطبيقها، فالأزمة ليست أزمة نص إنما أزمة فعالية وتطبيق، نعم القوانين موجودة لكنها إما عاجزة وإما لا تطبق على الوجه السليم أو لا تطبق أساسا بسبب كثرة النصوص القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، حيث توجد العديد من القوانين التي تتناول جانب من جوانب التجارة الإلكترونية ولكن للأسف دون فاعلية في التطبيق.

لذا يجب من أجل النهوض التشريعي بالتجارة الإلكترونية في الجزائر القيام بتحديث بعض القوانين والإجراءات (أولا)، تفعيل القوانين الحالية من خلال العمل بها (ثانيا)، ومعالجة المشكلة التي طرحها المجال الضريبي وتوحيد الأحكام المتعلقة بالتجارة الإلكترونية (ثالثا).

(120) - قانون رقم 09-03، بتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

(121) - فارس فضيل، حمزة ضويفي، مرجع سابق، ص 18.

(122) - محمد سعيد أحمد إسماعيل، مرجع سابق، ص 64.

أولاً: تحديث بعض القوانين والتشريعات والإجراءات

يتطلب الولوج في التجارة الإلكترونية، توفير الإطار والحماية القانونية لها، وذلك عن طريق اعتماد قوانين الملكية الفكرية ووضع الآليات المناسبة لتفعيل ذلك، وفتح مجال المنافسة في قطاع تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وتوسيع تبادل المعلومات وتحريره قدر الإمكان، بالإضافة إلى ذلك يجب إضفاء الحماية القانونية والثقة لجميع المتعاملين، مما سيساعد على تقليل عملية النصب والاحتيال من خلال سن قواعد صارمة لتفادي ذلك⁽¹²³⁾.

لذلك يقع على عاتق المشرع الجزائري القيام بتعديل القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية والملكية الصناعية بالشكل الذي يجعلها تستوعب تطورات التجارة الإلكترونية خصوصا أن التكنولوجيا المستعملة في عملية التجارة الإلكترونية تقوم الجزائر باسترادها عبر عقود ترخيص التكنولوجيا.

تعديل كل من قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك والقانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فبالرغم من أنها تشكل لب التجارة الإلكترونية إلا أنها تخلو من أي نص يمكنها من استيعاب الطابع الرقمي للتجارة الإلكترونية.

تعديل القوانين المتعلقة بالمجال الضريبي من أجل تحقيق الامن القانوني حيث يتم بموجب هذا التعديل بالفصل في مدى حقيقة خضوع هذه التجارة للضريبة من عدمه.

وإذا صعب على المشرع القيام بتعديل كل هذه القوانين فإنه حري به أن يقوم بتعديل القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية بحيث يقوم بإدراج مختلف الأحكام المتعلقة بهذه التجارة في مختلف جوانبها في قانون موحد.

(123) - سحنون محمود، التجارة الإلكترونية ودورها في تسويق الخدمات المالية والمصرفية، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2005، ص.ص.82-83.

ثانيا: تفعيل القوانين الحالية من خلال العمل بها

إنّ التحول إلى تطبيق التجارة الإلكترونية، يتطلب إنشاء مناخ تشريعي محفز ويتم هذا بتطوير القوانين التجارية لتناسب مع المتطلبات الإلكترونية وأهم القضايا الخاصة بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد، وتقصير فترات التقاضي بالاعتماد على آليات التحكيم في الفصل في القضايا وإيجاد آليات لتخفيض أزمة التقاضي وتنفيذ الأحكام بسرعة وهذا لما تتطلبه التجارة الإلكترونية، من سرعة في إتمام المعاملات وفرض ضمانات لحماية حقوق المستهلكين⁽¹²⁴⁾، وهي أحد أهم المشاكل الرئيسية في التجارة الإلكترونية، حيث يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين توفير منظمة عالمية قضائية ونظم لقوانين تجارية موحدة، وهذا بهدف حل الصراعات القضائية التي تقع بين مختلف الدول والتي لا يمكن الفصل فيها لاختلاف القوانين بينها وتبني قواعد ونظم تجارية موحدة تمثل أحد أهم البدائل لتحقيق مصالح المنتجين والمستهلكين في مختلف الدول⁽¹²⁵⁾.

ولم نختلف حول موضوع أن المشرع الجزائري أصدر العديد من القوانين على اعتبار أن التشريع والقوانين المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية تشكل أحد أهم البنى التحتية لقيام ونمو التجارة الإلكترونية⁽¹²⁶⁾.

حيث حاول المشرع الجزائري الاستجابة للتطورات الحاصلة في النظم القانونية المقارنة وقام بتعديل، القانون المدني في سنة 2005، وذلك بالأمر رقم 05-10⁽¹²⁷⁾، مضيفا قواعد خاصة

(124) - صارح كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية، مذكر الماجستير في العلوم التجارية، تخصص استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014، ص74.

(125) - حسام الدين الأهواني، "حماية حقوق الملكية الفكرية في مجال الإنترنت"، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العالمي الأول حول الملكية الفكرية، جامعة اليرموك، إربد، يومي 10-11 تموز 2000، ص22.

(126) - الأزرق بن عبد الله، أحمد عمراني، "نظام المعلوماتية في القانون الجزائري: واقع وآفاق"، بحث مقدم إلى المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية حول البيئة المعلوماتية الآمنة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، الرياض، السعودية، يومي 6-7 أبريل 2010، ص8.

(127) - قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان 2005، المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج. عدد 44، صادر في 26 جوان 2005.

بالإثبات الإلكتروني، وأصبح للكتابة في الشكل الإلكتروني، مكانا ضمن قواعد الإثبات في القانون المدني الجزائري⁽¹²⁸⁾.

انطلاقا من هذا المبدأ، صدر قانون رقم 15-04 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين⁽¹²⁹⁾ الذي يهدف إلى وضع إطار قانوني يمكن له أن يتكفل بالمتطلبات القانونية التنظيمية والتقنيات، التي تسمح بخلق جو من الثقة المواتية لتعميم وتطوير المبادلات الإلكترونية، وإلى جانب جميع القوانين التي سبق ذكرها في العناصر السابقة إلا أن هذه القوانين رغم تعددها وتنوعها وتفصيلها إلا أنها مازالت تعاني من الجمود بسبب غياب التطبيق.

ثالثا: معالجة المشاكل المتعلقة بالمجال الضريبي

أجمع عدد كبير من الخبراء في مجال الضرائب والتجارة والتكنولوجيا على أن اللوائح الضريبية المعمول به حاليا من الصعب أن يتم تعديلها لتتنق مع التجارة الإلكترونية، حيث أن التجارة الإلكترونية لا تعرف حدود جغرافية ولا تشريعات ضريبية يصعب إخضاعها لنظام ضريبي محدود وفقا للاتفاقيات الضريبية إلا أن هناك عدة طرق تم التوصل إليها في هذا:

1. أسلوب الحياد الضريبي

أن الحياد الضريبي ينبغي أن يشكل المبدأ الأساسي للضريبة الإلكترونية ولا يعني ذلك إلغاء الضريبة، ولكن تتم المعاملة الضريبية بنفس الأسلوب على صور التجار بدون تمييز، سواء تعلق الأمر بالتجارة التقليدية أو التجارة عن بعد أو الإلكترونية⁽¹³⁰⁾.

(128) - يشوي لندة، "الإشكالات القانونية الناشئة عن استعمال أسماء الموقع الإلكترونية (نظرة عالمية)"، المجلة الجزائرية

للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، العدد 3، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009، ص 497.

(129) - قانون رقم 15-04، مؤرخ في 01 فيفري 2015، المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج.ر.ج.ج، عدد 06، صادر في 10 فيفري 2015.

(130) - دادن عبد الوهاب، "الجباية الافتراضية والتجارة الإلكترونية: النقاشات، المشاكل، التحديات"، مجلة العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 3، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2004، ص 159.

2. فرض ضريبة الاستهلاك

يهدف هذا الاقتراح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخل إلى فرض الضريبة على الاستهلاك والملكية، حيث أن كل منهما منخفض وصعب إخفاءه وتساوده هذه الضريبة في جميع الضرائب من المتهربين من دفعها، حتى أولئك الذين يحققون دخولا بأي حال من الأحوال⁽¹³¹⁾.

هذا بالنسبة لحلول التي أوجدتها بعض التشريعات المقارنة أما بالنسبة للمشرع الجزائري فإنه بالعودة لقانون الضرائب المباشرة⁽¹³²⁾، أو غير المباشرة أو حتى القانون المتعلق بالرسوم المتعلقة بالأعمال⁽¹³³⁾، مثلما صدرت فإنها لا يمكن لها استيعاب الطابع الإلكتروني للتجارة رغم تعديلها بقوانين المالية إلا أننا نعود للصفر لا يمكن للباحث أو المتعامل الإلكتروني دراسة جميع قوانين المالية أو الاطلاع عليها من أجل معرفة إذا وجد هناك حل أم لا لذا نرى أنه على المشرع أن يقوم بالتعديل في المصدر أي في القوانين المتعلقة بالضرائب.

(131) - ناصر مراد، فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص18.

(132) - أمر رقم 76-104 مؤرخ في 9 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، ج.ر.ج.ج العدد 102، صادر في 22 ديسمبر 1976، معدل ومتمم.

(133) - أمر رقم 76-102 صادر في 9 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الرسم على رقم الأعمال، ج.ر.ج.ج العدد 103، صادر في 22 ديسمبر 1976، معدل ومتمم.

خلاصة الفصل

على الرغم من التطور الملحوظ الذي تشهده التجارة الإلكترونية في العالم، واعتمادها من قبل العديد من الدول، لا زالت الجزائر تعاني صعوبة التكيف معها.

وبما أنّ شبكة الأنترنت هي بمثابة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، قامت الجزائر بتقنين نشاط مزودي خدمات الأنترنت، وبعدها اعترفت بحجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات من خلال تعديل نصوص القانون المدني، وكذا القانون التجاري بإستحداث المشرع لوسائل الدفع الإلكترونية وهي التحويل والإقتطاع وبطاقات السحب والدفع وذلك من خلال المواد 543 مكرر 19 وما يليها من قانون رقم 05-02، وعلى الرغم إلا أنّها تعاني تأخرا كبيرا لاسيما في مجال البنية التحتية لاتصالات حتى الحظة، مما يحول دون توسع التجارة الإلكترونية فيها، إلى جانب العديد من العقبات والعراقيل التي تعرضت له هذه التجارة.

ولهذا يجب عليها النهوض باقتصادها وذلك بهدف مواكبة التطورات الحاصلة في العالم وفتح المجال أمام استقطاب الاستثمارات الأجنبية المتخصصة في مجال التجارة الإلكترونية.

خاتمة

خاتمة

نتيجة للتطورات الهائلة لوسائل الاتصالات والثورة المعلوماتية، التي شهدها العالم المعاصرة، كان من البديهي استبدال مفهوم التجارة التقليدية بتجارة جديدة، تتماشى مع التطورات الراهنة، أطلق عليها إسم التجارة الإلكترونية، التي تتم في بيئة شبكة الإنترنت التي تعد ظاهرة حديثة نسبياً، فقد فتحت التجارة الإلكترونية مجالاً أمام الدول لرفع استثماراتها المالية، وتوسيع أسواقها المحلية والدولية، وفق ما يوفره العمل التجاري الإلكتروني من سهولة في التنفيذ والتسويق والدفع، والقدرة على الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين وبأقل التكاليف.

إلا أنه وبالرغم من إتفاق أغلب الدراسات على أهمية التجارة الإلكترونية في إقتصاديات دول العالم إلا أنّ دراسة هذه التجارة ضمن الوضع الذي تمر به الجزائر في هذه الفترة فقد توصلنا لمجموعة من النتائج والتي بينها مجموعة من التوصيات ولعل أبرز النتائج هي:

- تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر يحتاج إلى أحداث تغييرات جوهرية في البنية التحتية للهيكل والمسار والفلسفة التنظيمية للشركات، فهناك حاجة ماسة إلى إعادة تنظيم هيكلها ودمج الأنشطة والفعاليات الاتصالية التسويقية الخاصة بالتسويق الإلكتروني بإستراتيجيتها التقليدية مع تحديث إجراءات العمل بها بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتجددة.

- إن السرية والخصوصية من التحديات التي تعوق وتؤثر على تقبل بعض العملاء لفكرة التسوق عبر الإنترنت وخاصة أن عملية التبادل الإلكتروني تحتاج إلى الحصول على بعض البيانات من العملاء مثل الاسم، النوع، الجنسية، العنوان، طريقة السداد، وغيرها، لذا فهناك ضرورة لاستخدام برمجيات خاصة للحفاظ على سرية وخصوصية التعاملات التجارية الإلكترونية مثل برنامج (Cookies).

- تسمح التجارة الإلكترونية للعملاء بالتسوق وإجراء التعاملات الأخرى على مدى 24 ساعة يومياً على مدار العام من أي مكان.

- تقدم التجارة الإلكترونية للعملاء بإستمرار منتجات وخدمات أقل ثمناً وذلك بأن تسمح لهم بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة.

خاتمة

- تسمح التجارة الإلكترونية بالتسليم السريع في بعض الحالات وخاصةً بالنسبة للمنتجات الرقمية.
- تشجيع المنافسة يعني خفض الأسعار، تقليل التكاليف من شأنه أن يقلل أسعار المنتج، والمنافسة تعني تحسين مستوى المنتج وتوفير خدمات قبل وبعد البيع وتحسين جودة المنتج نتيجة التنافس.
- توفير معلومات المنتجات والأسواق، وسرعة تلبية إحتياجات المستهلك، وفرص عمل جديدة وخدمات ومنتجات جديدة.
- على الرغم من بعض الجوانب المباشرة إلا أنّ الواقع يثبت أن الجزائر مازالت تعاني تأخرا كبيرا في البنية التحتية للاتصالات مما حال دون توسع التجارة الإلكترونية فيها، إلى جانب العديد من العقبات والعراقيل التي تعترض نمو التجارة بصفة عامة، وعليه نقترح بعض التوصيات:
- وضع قانون شامل خاص بالتجارة الإلكترونية، وليس تنظيم جانب من جوانبها، أو اضافة بعض التعديلات على القوانين الأخرى.
- تفعيل القوانين العقابية الجزائية الخاصة بالجرائم المرتكبة عبر شبكة الأنترنت والجرائم المرتكبة في حق وسائل الدفع الإلكترونية.
- ضرورة إصدار المشرع الجزائري لنصوص جزائية تجرم فعل الاعتداء على سرية المراسلات الإلكترونية بصورة محددة.
- دعم وتشجيع كافة الأنشطة التي لها صلة بتطوير التجارة عبر الأنترنت، وتسخير إمكانياتها من أجل توفير بيئة عمل مناسبة لهذه الأنشطة.
- تكريس التعاون بين الدول في وضع مبادئ وقواعد موحدة متعلقة بالمعاملات الإلكترونية.
- ضرورة توفير الثقة والأمان على معاملات التجارة الإلكترونية، وذلك لتشجيع الأشخاص على الإقبال عليها، عن طريق انشاء هيئات مخصصة لذلك.
- برمجة دورات تدريبية لرجال القضاء متعلقة بالتعامل مع الكمبيوتر وشبكة الأنترنت وذلك لفهم معاملات التجارة الإلكترونية واستيعابها، مع انشاء قضاء متخصص للنظر في منازعاتها.

خاتمة

- تشجيع الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأموال الأجنبية لاستثمار إقامة صناعات داعمة للبنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية ولتطوير قطاع تقنية المعلومات والإتصالات.
- الاستعانة بالبحوث الجامعية التي تتناول التأطير القانوني للتجارة الإلكترونية، وذلك للاستفادة من تجارب الدول المتقدمة، والاطلاع على المشاكل المحتملة الحدوث ومناقشتها ومحاولة تفاديها.
- الإسراع في التجسيد الكلي مشروع الحكومة الإلكترونية في الجزائر، التي توفر الخدمات للمواطنين عبر شبكة الأنترنت بسرعة وفعالية، وهو ما سيؤثر إيجابيا في النهوض بالتجارة الإلكترونية وزيادة الوعي بأن التعامل إلكترونيا ليس خيارا ترفيهيا بل ضرورة حتمية فرضتها التطورات التكنولوجية الراهنة.
- ضرورة تطوير النظام المصرفي الجزائري، وذلك بتجسيد التحويل الإلكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الإلكتروني مع ضمان الحفاظ على سرية وحقوق مختلف الأفراد.
- توجيه اهتمام البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية للتعامل الإلكتروني وتعميم استخدام بطاقات الائتمان.
- ضرورة مراعاة العوائق الثقافية والعادات والتقاليد والقيم بحيث لا تكون عائقاً نحو استخدام المواقع التجارية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

I. الكتب

1. بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية "مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، الجزائر، 2005.
2. براهيم بن أحمد بن سعيد زمزمي، القانون الواجب التطبيق في منازعات عقود التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2009.
3. بشري عباس العالق، سعد غالب ياسين، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
4. سحنون محمود، التجارة الإلكترونية ودورها في تسويق الخدمات المالية والمصرفية، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2005.
5. السنهوري عبد الرزاق أحمد، استكشاف النصوص لتكريم تراثه من الوسيط في شرح القانون المدني ومؤلفاته الأخرى، د.د.ن، الجزائر، 2011.
6. عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الإلكترونية العربية، الكتاب الأول، شرح قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2007.
7. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية (نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنياً)، ط.1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.
8. عبد المطلب عبد الحميد، إقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2014.
9. عصام عبد الفتاح مطر، التحكيم الإلكتروني، ماهيته إجراءاته وآلياته في تسوية منازعات التجارة الإلكترونية والعلامات التجارية وحقوق الملكية الفكرية، إصدار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2009.
10. زهير بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
11. لعقاب محمد، "الإنترنت وعصر ثورة المعلومات"، دار هومة للنشر، الجزائر، 1999.

قائمة المراجع

12. ماجد محمد سليمان أبا الخيل، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية (العقد الإلكتروني، الإثبات الإلكتروني، المستهلك الإلكتروني)، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
13. محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية (العقود الإلكترونية-القانون الواجب التطبيق-المنازعات العقدية وغير العقدية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
14. محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009.
15. محمد مدحت محمد، الحكومة الإلكترونية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، د.ب.ن، 2016.
16. محمود إبراهيم غازي، الحماية الجنائية للخصوصيات والتجارة الإلكترونية، مكتبة الوفاء القانوني، الإسكندرية، 2014.
17. محمود الكيالني، التشريعات التجارية والإلكترونية (دراسة مقارنة)، الموسوعة التجارية والمصرفية، ط.2، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2008.
18. ناصر مراد فعالية النظام الضريبي بين النظرية والتطبيق، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
19. نسرین عبد الحمید نبیل، الجانب الإلكتروني للقانون التجاري، منشأة المعارف، القاهرة، 2007.
20. هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
21. يوسف حسن يوسف، التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية، ط.2، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011.

II. الأطروحات والمذكرات الجامعية

أ. أطروحات الدكتوراه

1. بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
2. حامدي بلقاسم، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015.
3. حفصي عباس، جرائم التزوير الإلكترونية (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإسلامية، تخصص شريعة وقانون، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة احمد بن بلة، وهران، 2015.
4. حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2016.
5. سليمان مصطفى، وسائل الإثبات وحجيتها في عقود التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020.
6. مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حاج لخضر، باتنة، 2012.
7. مراد محمود يوسف مطلق، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، كلية الحقوق، جامعة عين الشمس، القاهرة، 2007.
8. مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017.

9. ميكائيل رشيد علي الزيباري، العقود الالكترونية على شبكة الأنترنت بين الشريعة والقانون، أطروحة دكتوراه في العلوم، فرع فلسفة شريعة إسلامية، تخصص فقه مقارن، كلية الشريعة، الجامعة العراقية، العراق، 2012.

ب. المذكرات الجامعية

ب.1. مذكرات الماجستير

1. صارع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية، مذكر الماجستير في العلوم التجارية، تخصص استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014.

2. العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص القانون، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.

3. عبيدي شهرزاد، معايير تقييم جودة مواقع التجارة الإلكترونية، دراسة استطلاعية لبعض مواقع التجارة الإلكترونية لمؤسسات جزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009.

4. فوغالي بسمة، إثبات العقد الإلكتروني وحجيته في ظل عالم الأنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2015.

5. مرزوق دليلة، جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، على ضوء الاتفاقيات الدولية والتشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن لمهيدي، أم البواقي، 2017.

6. مزغيش جمال، التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2002.

7. وباح عالية، دور الإنترنت في مجال تسويق الخدمات، دراسة حالة قطاع الاتصالات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011.

8. يحي يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني للعقود الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم، تخصص قانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2007.

ب.2. مذكرات الماجستير

1. جحيط حبيبة، جعودي مريم، النظام القانوني للعقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2017.

2. صارة بالساكر، التجارة الالكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة الماجستير في الحقوق، التخصص التجارة الدولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2015.

III. المقالات والمداخلات

أ. المقالات

1. أحمد قاسم فرح، "استخدام الوكيل الذكي في التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة في إطار ماهيته ونفاذ تصرفاته)"، مجلة المفكر، العدد 16، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017.

1. الأزرق بن عبد الله، أحمد عمراني، "نظام المعلوماتية في القانون الجزائري: واقع وآفاق"، بحث مقدم إلى المؤتمر السادس لجمعية المكتبات والمعلومات السعودية حول البيئة المعلوماتية الأمانة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، الرياض، السعودية، يومي 6-7 أبريل 2010.

2. بريش عبد القادر، زيدان محمد، "دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 6-7 مارس 2004.

3. بوالقول هارون، بوزيان رحماني جمال، الانترنت التحتية للتجارة الالكترونية، أشغال الملتقى الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل 2011.

4. بوزيان محمد، بلحشر عائشة، "التجارة الإلكترونية في الجزائر، الفرص والتحديات"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 6-7 مارس 2004.

5. تقرورت محمد، متناوي أحمد، الاقتصاد الرقمي وإشكالية التجارة الإلكترونية في الدول العربية، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، يومي 13-14 مارس 2012.

6. حسام الدين الأهواني، "حماية حقوق الملكية الفكرية في مجال الإنترنت"، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العالمي الأول حول الملكية الفكرية، جامعة اليرموك، إربد، يومي 10-11 تموز 2000.

2. ددان عبد الوهاب، "الجباية الافتراضية والتجارة الإلكترونية: النقاشات، المشاكل، التحديات"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 3، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر 2004.

3. عيساني عامر، سلالتي بوبكر، "دور التجارة الإلكترونية التنموية المستدامة"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014.

7. فارس فضيل، حمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011.

8. مجاهدي فاتح، الاقتصاد الرقمي ومتطلباته، أشغال الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، جامعة خميس مليانة، يومي 13-14 مارس 2012.

ب. المداخلات

4. مسعودي يوسف، "العقد الإلكتروني في العلاقات الدولية الخاصة"، مجلة دفاثر السياسة والقانون، العدد 9، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2009.

5. المقداد هدى، "العقد الإلكتروني"، مجلة الدراسات القانونية، العدد 2، كلية الحقوق، جامعة يحيا فارس، المدينة، 2015.
9. ناجي الزهراء، "التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية"، بحث مقدم إلى المؤتمر المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا، يومي 28-29 أكتوبر 2009.
6. يشوي لندة، "الإشكالات القانونية الناشئة عن استعمال أسماء الموقع الإلكترونية (نظرة عالمية)"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، العدد 3، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009.

IV. النصوص القانونية

أ. الدستور

دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المصادق عليه في إستفتاء 28 نوفمبر سنة 1996، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 07 ديسمبر سنة 1996، ج.ر.ج. عدد 76، صادر بتاريخ 8 ديسمبر 1996، معدل و متمم بموجب القانون رقم 02-03 المؤرخ في 10 أبريل سنة 2002، ج.ر.ج. عدد 25، صادر بتاريخ 14 أبريل 2002، ومعدل و متمم بموجب القانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، ج.ر.ج. عدد 63، صادر بتاريخ 16 نوفمبر سنة 2008، ومعدل و متمم بموجب القانون رقم 16-01 المؤرخ في 6 مارس سنة 2016، ج.ر.ج. عدد 14، صادر 7 مارس سنة 2016، المعدل و المتمم بموجب المرسوم رئاسي رقم 20-442 مؤرخ في 30 ديسمبر سنة 2020، المصادق عليه في استفتاء أول نوفمبر سنة 2020، ج.ر.ج. عدد 82 صادر بتاريخ 30 ديسمبر سنة 2020.

ب. النصوص التشريعية

1. أمر رقم 76-104 مؤرخ في 9 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، ج.ر.ج.ج. العدد 102، صادر في 22 ديسمبر 1976، معدل ومتمم.
2. أمر رقم 76-102 صادر في 9 ديسمبر 1976، يتضمن قانون الرسم على رقم الأعمال، ج.ر.ج.ج. العدد 103، صادر في 22 ديسمبر 1976، معدل ومتمم.
3. أمر رقم 96-27 مؤرخ في 09 جويلية 1996، المتضمن تعديل القانون التجاري، ج.ر.ج.ج. العدد 77، صادر في 11 ديسمبر 1996، المعدل والمتمم.
4. أمر رقم 03-06، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج.ر.ج.ج. عدد 44، صادر في 23 جويلية 2003.
5. أمر رقم 03-07، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق ببراءة الاختراع، ج.ر.ج.ج. عدد 44، صادر في 23 جويلية 2003.
6. أمر رقم 03-08، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بحماية التصميم الشكلية للدوائر المتكاملة، ج.ر.ج.ج. عدد 44، صادر في 23 جويلية 2003.
7. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج. عدد 41، صادر في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون 10-06 مؤرخ في 15 أوت 2010.
8. قانون رقم 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، مؤرخ في 14 أوت سنة 2004، ج.ر.ج.ج. العدد 52 صادر في 18 أوت 2004، معدل بالأمر 18-08 مؤرخ في 10 جوان سنة 2018، ج.ر.ج.ج. العدد 35، صادر في 13 جوان سنة 2018.
9. قانون رقم 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المتضمن تعديل قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج. عدد 71، صادر في 10 نوفمبر 2004.
10. قانون رقم 05-02، مؤرخ في 4 فيفري 2005، المتضمن تعديل القانون التجاري، ج.ر.ج.ج. عدد 11، صادر في 9 فيفري 2005.

قائمة المراجع

11. قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 جوان 2005، المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج عدد 44، صادر في 26 جوان 2005.
12. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 بتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج عدد 15، صادر في 8 مارس 2009.
13. قانون رقم 09-04، مؤرخ في 5 أوت 2009، المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج.ر.ج.ج، عدد 47، صادر في 16 أوت 2009.
14. قانون رقم 11-10 مؤرخ في 22 جوان 2011، المتعلق بالبلدية، ج.ر.ج.ج عدد 37، صادر في 3 جوان 2011، المعدل والمتمم
15. قانون رقم 12-07 مؤرخ في 21 فيفري 2012، المتعلق بالولاية، ج.ر.ج.ج عدد 12، صادر في 29 فيفري 2012. قانون رقم 12-08 مؤرخ في 25 جوان 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 والمتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج عدد 36، صادر في 20 جويلية 2008.
16. قانون رقم 15-03، مؤرخ في 1 فيفري 2015، المتعلق بعصنة العدالة، ج.ر.ج.ج، العدد 06، صادر في 10 فيفري 2015.
17. قانون رقم 15-04، مؤرخ في 01 فيفري 2015، المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج.ر.ج.ج، عدد 06، صادر في 10 فيفري 2015.
18. قانون رقم 18-04، مؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالبريد والاتصالات الإلكترونية، ج.ر.ج.ج عدد 27، صادر في 13 ماي 2018.
19. قانون رقم 18-07 مؤرخ في 10 جوان 2018، يتعلق بحماية الأشخاص في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج.ر.ج.ج، عدد 34، الصادر 10 جوان 2018.
20. قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج عدد 28 صادر في 16 مايو 2018.

V. المواقع الإلكترونية

قانون الأنيسترال النموذجي بشأن تجارة الإلكترونيات مع الدليل التشريعي 1996، ومع المادة 5 مكرر الإضافية بصيغتها النهائية المنعقدة في 1989، الأمم المتحدة، نيويورك 2000، المتوفر على الموقع Model.html/www.uncitral.org/...Lectronic-commerce/1996، تم الإطلاع عليه يوم 21 ماي 2019 على الساعة 16:00.

ثانيا: المراجع بالغة الفرنسية

I. Ouvrage

Jean Pierre Allegret, Pascal Le Merrer, Economie de la mondialisation, Opportunités et fractures, Editions De Boeck et Larcier, Bruxelles, 2007.

II. Thèse de doctorat

EL BADAWI Lamia, Les mutations du droit sous l'influence du commerce électronique, Thèse de doctorat en droit, université Paris, 2007.

III. Articles et Communications

1. BRAHIM Adel, «La reconnaissance de la preuve électronique a-t-elle épuisé la question de la dématérialisation?», Les petites affiches, n° 36, 19 février 2002, pp4-9.
2. HUET Jérôme et VALMACHINO Stefania, «Réflexions sur l'arbitrage électronique dans le commerce international», Gazette du palais, n° 11, 11 janvier 2000, pp16-18.
3. JACQUET Jean-Michel, «Contrats du commerce électronique et conflits de lois», Les premières journées internationales du droit du commerce électronique, colloque de Nice, organisé par le Département

Sciences Juridiques de l'EDHEC et l'Ecole du Droit de l'Entreprise de la faculté de droit de Montpellier, des 6 et 7 novembre 2003, p99.

4. PIRONON Valérie, « L'internet et mondialisation », Gazette du palais, n° 307, 03 novembre 2007, pp11-17.

Rojinsky Cyril, Teissonniere Guillaume, L'encadrement du commerce électronique par la loi française du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, Lex Electronica, Revue du centre de recherche en droit public, Vol 10, N°01, Hiver 2005.

IV. Texte juridique

Directive 1999/23/ce du parlement européenne du conseil du 13/12/1999 sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques, J.O.C.E.L. 13 du 30 Janvier 2002.

الفہم س

شكر وتقدير

الإهداء

قائمة المختصرات

1	مقدمة
5	الفصل الأول: الأحكام العامة للتجارة الإلكترونية
7	المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية
7	المطلب الأول: مضمون التجارة الإلكترونية
8	الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية
8	أولاً: التعريف الفقهي
9	ثانياً: التعريف القانوني
11	الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية
11	أولاً: تحقيق السرعة في إنجاز العملية التجارية
12	ثانياً: إقصاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية
13	ثالثاً: توفير الجهد اللازم للبيع والتسوق
13	رابعاً: انخفاض أثمان شراء المتاجر وتكاليف العمل
14	المطلب الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية
14	الفرع الأول: أنواع التجارة الإلكترونية في القطاع الخاص
15	أولاً: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال
16	ثانياً: التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك
16	ثالثاً: التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك آخر
17	الفرع الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية الحكومية
17	أولاً: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والحكومة

18	ثانيا: التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلك
19	المبحث الثاني: أحكام ممارسات التجارة الإلكترونية في الجزائر
19	المطلب الأول: قواعد ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر
20	الفرع الأول: نطاق المعاملات التجارية الإلكترونية في القانون الجزائري
20	أولا: النطاق الشخص لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر
21	ثانيا: النطاق الموضوعي لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر
22	ثالثا: الحدود الشكلية لممارسة التجارة الإلكترونية
24	الفرع الثاني: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية
24	أولا: العرض التجاري الإلكتروني
26	ثانيا: الطلبية المسبقة في المعاملة الإلكترونية
27	ثالثا: وجود الأشهار الإلكتروني
30	المطلب الثاني: ضوابط التعاقد الإلكترونية
30	الفرع الأول: ضوابط إبرام العقد الإلكتروني
30	أولا: مكونات التراضي في العقد الإلكتروني
32	ثانيا: الضوابط المتعلقة بزمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني
34	الفرع الثاني: تنفيذ العقد الإلكتروني
34	أولا: التزامات المورد
36	ثانيا: التزام المشتري الإلكتروني بدفع الثمن
39	خلاصة الفصل

40	الفصل الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر وآفاقها
42	المبحث الأول: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر
52	المطلب الأول: التحديات المادية للتجارة الإلكترونية في الجزائر
52	الفرع الأول: التحديات التقنية والفنية للتجارة الإلكترونية في الجزائر
53	أولاً: ضعف البنى التحتية التكنولوجية
54	ثانياً: نقص الموارد المالية لتوفير متطلبات التكنولوجيا
55	ثالثاً: الفجوة الرقمية وثورة الإنترنت في الجزائر
55	الفرع الثاني: الافتقار لبيئة اجتماعية مؤهلة للتعامل التجاري الإلكتروني
56	أولاً: قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات
57	ثانياً: ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع
42	المطلب الثاني: التحديات التشريعية والقانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر
43	الفرع الأول: الصعوبة الإجرائية للمعاملات التجارية الإلكترونية
43	أولاً: صعوبة تحديد الاختصاص القضائي
44	ثانياً: صعوبة إثبات حجية المستندات الإلكترونية
46	ثالثاً: عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين وصعوبة الوثوق فيهم
47	رابعاً: صعوبة المحافظة على سرية البيانات الشخصية
47	خامساً: صعوبة حماية الخصوصية وأمن معلومات التجارة الإلكترونية
48	سادساً: عدم القدرة على تحصيل الضرائب أو الرسوم على هذه المعاملات التجارية الإلكترونية
48	الفرع الثاني: قصور القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية عن تنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية
49	أولاً: قصور القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية
50	ثانياً: عدم كفاءة القوانين والقواعد المنظمة للتجارة الإلكترونية

51 ثالثا: إشكالية ألا أمن المعلوماتي
58 المبحث الثاني: آفاق اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر
59 المطلب الأول: توفير الجزائر لماديات ممارسة التجارة الإلكترونية
59 الفرع الأول: توفير الوسائل التكنولوجية لممارسة التجارة الإلكترونية
60 أولا: توفير أجهزة الإعلام الآلي والحواسب
61 ثانيا: توفير شبكة الأنترنت
63 ثالثا: الموقع الافتراضي أو الدومين
64 رابعا: تسريع استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية والشركات
65 خامسا: تحرير سوق خدمات الاتصالات
65 الفرع الثاني: تطوير آليات وحوافز استفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال
66 أولا: تطوير الكفاءات البشرية
66 ثانيا: نشر الوعي بين مجتمع الأعمال
67 ثالثا: تطوير المعاملات التجارية الإلكترونية
68 رابعا: اقتناع صانعي القرار بمكانة التجارة الإلكترونية
69 المطلب الثاني: تعزيز المنظومة التشريعية والقانونية لممارسة التجارة الإلكترونية
70 الفرع الأول: توفير بيئة إلكترونية آمنة لمزاولة التجارة الإلكترونية
72 الفرع الثاني: مراجعة المنظومة القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية
73 أولا: تحديث بعض القوانين والتشريعات والإجراءات
74 ثانيا: تفعيل القوانين الحالية من خلال العمل بها
75 ثالثا: معالجة المشاكل المتعلقة بالمجال الضريبي
77 خلاصة الفصل

الفهرس

78 خاتمة

82 قائمة المراجع

94 الفهرس

النجارة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق

ملخص

تُعد التجارة الإلكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية وزيادة الصادرات لسهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك، وإمكانية تسويق السلع والخدمات عالمياً، وسرعة عقد وإنهاء الصفقات وتحليل الأسواق والاستجابة لتغيرات احتياجات ومتطلبات المستهلكين، الأمر الذي جعل مختلف البلدان تلجأ إليها وعلى رأسها الجزائر، إلا أن تطبيق هذه التجارة تعترضها العديد من التحديات العملية والقانونية التي تحد من فاعلية التجارة الإلكترونية في الجزائر، الأمر الذي يستوجب عليها الإسراع في توفير الإمكانيات اللازمة من أجل توفير البيئة المناسبة لهذه التجارة.

Résumé

Le commerce électronique est un outil pour accroître la compétitivité et accroître les exportations, avec un accès facile aux centres de consommation, les possibilités de commercialiser des biens et des services à l'échelle mondiale, la rapidité de conclusion et de conclusion des affaires, l'analyse des marchés et la réponse aux changements des besoins et des exigences des consommateurs, ce qui a poussé divers pays à y recourir, notamment l'Algérie, mais l'application de ce commerce y est entravée par de nombreux Parmi les défis pratiques et juridiques qui limitent l'efficacité du commerce électronique en Algérie, ce qui l'oblige à accélérer la mise à disposition des capacités nécessaires afin de fournir l'environnement approprié pour ce commerce.

Abstract

E-commerce is a tool to increase competitiveness and increase exports, with easy access to consumer hubs, opportunities to market goods and services globally, speed of doing and closing deals, I market analysis and response to changes in consumer needs and demands, which has prompted various countries to resort to it, especially Algeria, but the application of this trade there is hampered by many Among the practical challenges and legal constraints that limit the effectiveness of e-commerce in Algeria, which forces it to accelerate the provision of the necessary capacities in order to provide the appropriate environment for this commerce.