



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

جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

مكانة التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون خاص

تحت إشراف الدكتور

براهيم نسيمة

من إعداد الطالبتين

• لعاج مريم

• بسو وسيلة

لجنة المناقشة

الأستاذ (ة): د. طباع نجاة، جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية - رئيسا.

الأستاذة : د. براهيم نسيمة، أستاذ محاضر(ب)، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية- . مشرفا.

الأستاذ(ة) د. حجارة ربيعة، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية- ممتحننا.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ لَكُمْ انْشُرُوا فَانْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ
بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ)

سورة المجادلة، الآية 11.

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات
والصلاة والسلام على أشرف المرسلين
أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الإمتنان
إلى الأستاذة المشرفة على هذه المذكرة
على ما قدمته لنا من توجيهات علمية قيّمة
ونصائح بناءة، وملاحظات دقيقة كان لها بالغ الأثر في توجيه هذا البحث
 وإخراجه في صورته النهائية
فلها منا فائق الإحترام والتقدير
إلى جميع أساتذتنا الأفاضل الذين ساهموا في تكويننا العلمي والأكاديمي
ولم يبخلوا علينا بعلمهم وخبرتهم طوال سنوات الدراسة
ولا يفوتنا أن نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذه المذكرة
سواء بالنصح أو التوجيه أو الدعم المعنوي
وكل من كان له دور، ولو بكلمة طيبة أو تشجيع صادق
وفي الختام
أسأل الله عزّ وجلّ أن يجعل هذا العمل خالصا لوجهه الكريم
وأن ينفع به، وأن يوفق لما فيه الخير والصلاح

إهداء

من قال أنا لها "تالها"

وأنا لها إن أبت رغما عنها أتيت بها

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوفًا
بالتسهيلات لكنني فعلتها ونلتها

إلى من زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل...

من علّمني أن الدنيا كفاح وسلاحه العلم والمعرفة

دعمني الأول في مسيرتي وسندي وقوتي وملأني بعد الله

إلى فخري واعتزازي

...أبي....

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها واحتضني قلبها قبل يدها وسهلت لي الشدائد
بدعائها

إلى القلب الحنون واليد الخفية وصاحبة الدعاء الصادق إلى الشمعة التي كانت لي في
الليالي المظلمات سر قوتي ونجاحي

...أمي...

إلى من كان عونًا وسندًا لي في هذا الطريق

إلى من أفاضني بالمشاعر والنصائح المخلصة الدعوات الصادقة

أهدي إليكم هذه المسيرة العلمية، تقديرا لما قدمتموه من دعم ومساندة طوال مراحل
إنجازها.

لعاج مريم

إهداء

إلى من كلَّ العرق جبينه ومن علّمني أنّ النجاح
لا يأتي إلا بالصّبر والإصرار إلى النور الذي أثار دربي وسراج الذي
لا ينطفي نوره بقلبي أبدا من بذل الغاني والنفيس
واستقديت منه قوتي واعتزازي
...والدي العزيز...

إلى من جعل الجنّة تحت أقدامها وسهلت لي الشدائد بدعائهم
إلى الإنسانية العظيمة التي لا طالما تمنّت أن تقر عينيها لرؤيتها في يوم كهذا
...أمي العزيزة...

إلى ضلعي الثابت وأماني أيامي إلى من شددت عضدي بهم
فكان ولي ينابيع أرتوي منها إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى قرة عيني
...إلى أخواني وأخواتي الغاليين...

لكل من كان عوناً وسنداً في هذا الطريق للأصدقاء الأوفياء
ورفقاء السنين لأصحاب الشدائد والأزمات

إليكم عائلتي أهدىكم هذا الإنجاز وثمره نجاحي التي لا طالما تمنّيتها
ها أنا اليوم أكملت وأتممت أول ثمراته بفضل الله سبحانه وتعالى
الحمد لله على ما وهبني ومن قال أنا لها ناله فأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها
فالحمد لله شكراً وحباً وإمتناناً على البدئ والختام.

بسو وسيلة.

قائمة أهم المختصرات

أولاً: باللغة العربية

اللغة العربية	
ج.ر.ج.د.ش	الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
ص	الصفحة.
ص ص	من الصفحة.....إلى الصفحة.....
د.ط	دون طبعة.
د.د.ن	دون دار النشر.
د.ب.ن	دون بلد النشر.
د.س.ن	دون سنة النشر.
ق.م.ج	القانون المدني الجزائري.
ق.ع.ج	قانون العقوبات الجزائري.

ثانياً: باللغة الأجنبية

En français	
N°	Numéro
P P	De la page.....à la page.....

En English	
B2C	Business to consumer
B2B	Business to Business
B2G	Business to Goverment
C2G	Consumer to Goverment
C2C	Consumer to Consumer

مقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولات عميقة ومتسارعة في مختلف المجالات نتيجة التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الأمر الذي أدى إلى بروز ما يعرف بالتحول الرقمي أي الانتقال من الأساليب التقليدية القائمة على الوثائق الورقية والحضور المادي للأطراف، إلى أساليب حديثة تعتمد على الوسائط الإلكترونية في إبرام وتنفيذ المعاملات. وقد ساهم هذا التحول في تسهيل العمليات المالية وتسويقها، وتقليل تكاليفها إضافة إلى توسيع نطاقها ليشمل مختلف أنحاء العالم.

في ظل هذا التطور برزت التجارة الإلكترونية كأحد أهم مظاهر الاقتصاد الرقمي، حيث أصبحت وسيلة أساسية لتبادل السلع والخدمات عبر شبكة الأنترنت. وتقوم هذه التجارة على استخدام الوسائل الإلكترونية في إبرام العقود وتنفيذها، مما ساهم في وجود بيئة رقمية جديدة للتعامل تختلف عن البيئة التقليدية من حيث الوسائل والخصائص وانتشار الأنترنت والأجهزة الذكية في تعزيز هذا النوع من التجارة، وجعلها في متناول فئات المجتمع سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات.

وفي هذا الإطار سعى المشرع الجزائري إلى مواكبة هذه التحولات من خلال إصدار القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والذي يهدف إلى تنظيم المعاملات الإلكترونية وتنفيذها وتحديد حقوق المستهلك الإلكتروني بما يضمن توازناً بين متطلبات التطور الاقتصادي الرقمي ومقتضيات الحماية القانونية.

أمّا من الناحية التاريخية فإنّ جذور التداول الإلكتروني تعود إلى سبعينات القرن الماضي (1970-1979)، حيث ظهرت أنظمة تبادل البيانات الإلكترونية (EDI) التي كانت تستخدم في المعاملات بين الشركات الكبرى خاصة في مجال النقل والتجارة الدولية. ومع تطور التكنولوجيا وظهور شبكة الأنترنت في تسعينات القرن الماضي (1990-1999)، بدأت التجارة الإلكترونية تأخذ شكلها الحديث، إذ ظهرت المواقع التجارية الأولى وأصبحت الشركات تعرض منتجاتها

وخدماتها عبر الأنترنت. كما ساهم تطور وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز الثقة في هذا النوع من المعاملات مما أدى إلى توسّعها بشكل ملحوظ. ومع بداية الألفية الثالثة (2000-2009) شاهدت التجارة الإلكترونية نموًا متسارعًا بفضل إنتشار الهواتف الذكية والتطبيقات الرقمية لتصبح اليوم عنصرا أساسيا في الاقتصاد الرقمي.

أهمية الموضوع:

تكمن أهمية هذا الموضوع في كونه يعالج ظاهرة لها تأثير كبير على مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والقانونية، فالتجارة الإلكترونية لم تعد مجرد وسيلة بديلة، بل أصبحت ضرورة تفرضها طبيعة العصر. بحيث يعتمد عليها عدد متزايد من الأفراد والمؤسسات في إبرام معاملاتهم اليومية. كما نجد أنّ هذا الموضوع يكتسب أهمية خاصة من الناحية القانونية نظرا لما يطرحه من إشكالات تتعلق بحماية المستهلك الإلكتروني وضمان أمن المعاملات والحفاظ على سرية البيانات الشخصية، إضافة إلى صعوبة تطبيق القواعد القانونية التقليدية على هذا النوع من المعاملات.

أسباب إختيار الموضوع:

يرجع إختيار هذا الموضوع إلى مجموعة من الأسباب من بينها:

الأسباب الموضوعية:

إنّ إختيار هذا الموضوع يعود إلى الإنتشار الواسع للتجارة الإلكترونية في مختلف مجالات الحياة، وما تطرحه من إشكالات قانونية متعددة، خاصّة في ظل تزايد الإعتماد عليها في المعاملات اليومية. كما أنّ تزايد المخاطر المرتبطة بها مثل الغش الإلكتروني وسرقة البيانات.

يبرز دراسة هذا الموضوع من منظور قانوني بهدف الوقوف على مدى فعالية التشريعات الحالية في توفير الحماية اللازمة لأطراف العلاقة التعاقدية، إضافة إلى ذلك فإنّ حداثة هذا الموضوع وقلة الدراسات المتخصصة فيه خاصّة على المستوى الوطني يشكل دافعا مهما لإختياره.

الأسباب الدّاتية:

يتمثّل الدافع في الاهتمام الشخصي بهذا المجال الحديث والرغبة في التعمّق في فهم الجوانب القانونية المرتبطة به، خاصّة في ظل التغيرات السريعة التي يشهدها العالم الرّقمي. كما أنّ هذا الموضوع ينسجم مع اخصّصنا الدراسي ويتيح فرصة لاكتساب معارف جديدة تجمع بين الجانب القانوني والتقني.

الأهداف:

الهدف من دراسة هذا الموضوع يتمثّل في محاولة الإحاطة بمفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها وبيان أهميتها في ظل التحوّل الرّقمي، إضافة إلى تحليل الإطار القانوني الذي ينظمها مع التركيز على آليات حماية المستهلك، كما تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهم التحديات التي تواجه هذا النوع من التجارة، ومدى كفاية القواعد القانونية الحالية لمواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة والعمل على تقديم تصوّر عام يساهم في تعزيز الثقة في البيئة الرقمية.

انطلاقاً ممّا سبق، تثار الإشكالية الرئيسية الآتية:

إلى أيّ مدى وفق المشرع الجزائري في تنظيم التجارة الإلكترونية وتوفير الحماية القانونية اللازمة لها في ظل التحديات التي تفرضها البيئة الرقمية؟

المناهج المعتمدة:

وللإجابة على الإشكالية المطروحة أعلاه تمّ الإعتماد على المنهج الوصفي من خلال عرض مفهوم التجارة الإلكترونية وبيان خصائصها وضوابط ممارستها، كما تمّ توظيف المنهج التحليلي قصد تحليل النصوص القانونية المنظمة للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، وبيان الأحكام المتعلقة بآليات إبرام معاملاتها والحماية القانونية المقررة لها، مع الوقوف على أهم التحديات التي تثيرها البيئة الرقمية.

خطة الدراسة:

لدراسة هذا الموضوع تمّ الإعتماد على خطة ثنائية من خلال التطرّق إلى مختلف جوانبه، حيث تمّ تخصيص (الفصل الأول) للإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية، بينما يتضمّن (المبحث الأول) مفهوم التجارة الإلكترونية، أمّا (المبحث الثاني) فقد خُصّص لدراسة ضوابط ممارسة التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، أمّا (الفصل الثاني) يدرج ضمنه معرفة التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، وذلك من خلال بيان آليات إبرام معاملات الجارة الإلكترونية في (المبحث الأول)، وكذا التحديات المستقبلية التي تواجه التجارة الإلكترونية والحماية المقررة لها في (المبحث الثاني) .

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية

شهدت التجارة الإلكترونية في الآونة الأخيرة تطوراً ملحوظاً بفضل الانتشار الواسع للإنترنت والتقدم السريع في التكنولوجيا الحديثة. مما أدى إلى تغيير واضح في أساليب البيع والشراء التقليدية. فقد أصبحت المعاملات التجارية تنجز بسهولة وسرعة عبر المنصات الرقمية دون التقيد بالحدود الجغرافية أو الزمنية، وذلك ما ساهم في زيادة الإقبال عليها من طرف الأفراد والمؤسسات.

وتعدّ التجارة الإلكترونية من أبرز مظاهر الاقتصاد الحديث، حيث وفّرت فرصاً جديدة لتوسيع الأسواق وتحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات أكثر مرونة وتنوعاً. كما تعتمد هذه التجارة على مجموعة من العناصر المتكاملة التي تساهم في ضمان سير العملية التجارية بكفاءة وفعالية.

للتعرف أكثر على التجارة الإلكترونية ينبغي علينا التطرق إلى أهم مكوناتها الأساسية، من خلال دراسة مفهوم التجارة الإلكترونية (المبحث الأول)، والضوابط القانونية لممارسة التجارة الإلكترونية (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم التجارة الإلكترونية

حُصِّي مفهوم التجارة الإلكترونية بإهتمام كبير من قبل الباحثين في مختلف التخصصات نظراً لما لها من صلة وثيقة بالتنمية الاقتصادية وما تتضمنه من أبعاد متعددة⁽¹⁾.

ومفهوم التجارة قانونياً يشمل إنتاج السلع وتصنيعها وتداولها بهدف تحقيق الربح، كما تعتبر أيضاً جزءاً من التجارة الدولية الحديثة. ويكمن الفرق الرئيسي بين مفهوم التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية في أنّ الإعلان عن السلع والخدمات وعمليات التسويق والتعاملات التجارية تتم عبر قنوات الإتصال الحديثة لا سيما الأنترنت⁽²⁾.

وبناءً على ما سلف ذكره، ينبغي علينا التطرّق إلى تعريف التجارة الإلكترونية، مع بيان أهم خصائصها وأشكالها (المطلب الأول)، ثم تمييز التجارة الإلكترونية عن غيرها وتقييمها (المطلب الثاني).

المطلب الأول

تعريف التجارة الإلكترونية مع بيان أهم خصائصها وأشكالها

لم يكن الإستخدام التجاري لشبكة الأنترنت في بدايته واسعاً، فمع مرور الوقت أدى إنتشارها إلى ظهور فرص جديدة في لأسواق وأصبحت التجارة الإلكترونية وسيلة حديثة لممارسة الأنشطة التجارية⁽³⁾، كما قد تعددت وجهات النظر حول تعريفها⁽⁴⁾ ذلك لتسارع تطورها مع إنفرادها بعدة

(1) - العميري سليمة، "مدخل مفاهيمي للتجارة الإلكترونية ومتطلباتها ومعوقاتهما"، مجلة دراسات إنسانية، مجلد 13، عدد 1، جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2024، ص.476.

(2) - طاهرين نسرین يمينة، أحكام التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2023، ص.7.

(3) - بن عزوق منير، صباح عزوز، فاتح مبروكي «التجارة الإلكترونية المداخل النظرية والظوابط القانونية»، مجلة مالك بن نبي للبحوث والدراسات، مجلد 3، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021، ص.7.

خصائص تميزها عن التجارة التقليديّة، إضافةً إلى ما تحتويه من أشكال وصور متعدّدة للمعاملات التجارية بين مختلف الأطراف لتتشكّل إطاراً منظماً لممارسة النشاط التجاري بشكل فعّال.

الفرع الأول

تعريف التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية مجموعة من التعريفات يمكن إدراجها كالآتي: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية (أولاً)، التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية (ثانياً)، ثمّ تعريف التجارة الإلكترونية وفقاً للمنظّمات الدولية (ثالثاً).

أولاً: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونيّة

لم يبذل فقهاء القانون مجهوداً من أجل وضع تعريف دقيق للتجارة الإلكترونية، فظهرت عدّة محاولات فقهية معيّنة بهدف ضبط معالمها، ومن أبرز هذه التعاريف ما ذهب إليه بعض من الفقه، باعتبارهم أنّ التجارة الإلكترونية "كلّ نشاط تجاري يتم إبرامه وتنفيذه بوسائل إلكترونيّة، سواء تعلّق الأمر بالمعاملات التي تتمّ بين أطراف العمليّة التجاريّة أو تلك التي تنشأ بين الشركات وعمالئها"⁽⁵⁾.

كما عُرِفَت التجارة الإلكترونية من جهةٍ أخرى أنّها "جملة من المبادلات التجارية التي تتم في بيئة إتّصال عن بعد، حيث يُنجز من خلالها فعل الشراء باستخدام شبكة الإتّصال الإلكترونيّة، دون الحاجة إلى الحضور المادي لأطراف المعاملة"⁽⁶⁾.

(4) - كواشي حنان، قُدّي عبد المجيد، "التجارة الإلكترونية كحافز لإستخدام البطاقات البنكية وبطاقات الدفع الإلكترونيّة، نح وتشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الاقتصاد الجديد، مجلّد 13، عدد 1، جامعة خميس مليانة، 2022، ص. 555.

(5) - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المراسلات، البريد الإلكتروني، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص. 31.

(6) - مراومية صبرينة، "الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية" مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، مجلد 10، عدد 2، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021، ص. 951-969.

بينما ينظر إليها البعض الآخر من الفقه على أنها "إبرام الصفقات وممارسة مختلف الأنشطة التجارية عبر الوسائط الإلكترونية الحديثة، حيث لا يتم التعامل فيها بالطرق التقليدية وإنما من خلال شبكات الإتصال وتقنيات المعلومات"، وتشمل هذه التجارة تبادل السلع والخدمات والمعاملات المالية وغيرها من أوجه النشاط التجاري بين شخصين أو أكثر وبين كيانات تجارية تعتمد الوسائط الإلكترونية كوسيلة لإتمام تعاملاتها⁽⁷⁾.

كما فسرها آخرون بأنها نظام تتيح عبر الأنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما توفر أيضا حركات تدعيم وتوليد العوائد مثل: عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات⁽⁸⁾.

ثانيا: تعريف التجارة الإلكترونية وفق المنظمات الدولية

إهتمت العديد من المنظمات الدولية بتعريف التجارة الإلكترونية، حيث قدمت مفاهيم مختلفة تعكس طبيعتها وأهميتها في المعاملات التجارية الحديثة.

أ. تعريف التجارة الإلكترونية في منظمة التجارة العالمية

عرفت هذه المنظمة التجارة الإلكترونية أنها " منظومة متكاملة تشمل مختلف العمليات المرتبطة بإبرام الصفقات وإنشاء العلاقات التجارية وتبادل المعلومات، وترويج المنتجات وتسويقها وبيعها وذلك من خلال إستخدام الوسائل والتقنيات الحديثة".

ب. تعريف التجارة الإلكترونية في منظمة الأمم المتحدة

بالرغم من الأهمية البالغة التي يحظى بها قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية لسنة 1996، لكونه من أبرز القوانين التي نظمت مختلف الجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، إلا أنه لم يتضمن تعريفاً صحيحاً ومحدداً لها. إنما إكتفى بتقديم تعريف رسالة البيانات وذلك وفقاً

(7) -بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون: كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص.38.

(8) -العميري سليمة، مرجع سابق، ص.471.

للمادة 2 من نفس القانون المذكور التي نصّت على أنّ "المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو إستلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو بوسائل مشابهة بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية أو البريد الإلكتروني أو البرق أو التلكس أو النسخ البرقي"⁽⁹⁾.

ج. تعريف التجارة الإلكترونية في منظمة التعاون الإقتصادي

حيث عرّفت هذه المنظمة التجارة الإلكترونية بأنها: "مجموع عمليات بيع وشراء السلع والخدمات التي تنجز عبر وسائل الإتصال الرقمية. وذلك من خلال منصات مخصّصة الإستقبال وإرسال طلبات البيع والشراء بصورة إلكترونية على أنّ تكون هذه العمليات مدعومة بأنظمة وآليات دفع رقمية تمكّن من إتمام المعاملات بشكل كامل عبر الفضاء الرقمي"⁽¹⁰⁾.

د. تعريف التجارة الإلكترونية في منظمة التعاون الإقتصادي لآسيا والمحيط الهادي (ApEc)

عرّف مُنتدى التعاون الإقتصادي لآسيا والمحيط الهادي التجارة الإلكترونية بأنها: "أي شكل من أشكال الصّفات التجارية الخدمية والسلعية والتي يتعامل فيها الأطراف بطريقة إلكترونية سواءً بين شخص وآخر أو بين شخص وكمبيوتر، أو بين كمبيوتر وكمبيوتر".

حيث أنّ هذا التعريف يشمل عدّة نقاط منها أنّ عقود التجارة الإلكترونية قد تكون بين عقود بيع إلكترونية كشراء البضائع وتذاكر الطيران ومواد السوبرماركت، أو عقود خدمات إلكترونية كعقود شراء برامج الكمبيوتر⁽¹¹⁾.

(9) - الصريفي محمد، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، مؤسّسة مرس للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص.141.

(10) - جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الإلكترونية، سلسلة كتابيات تعريفية، د ط، صندوق النقد العربي، أبو ظبي 2021، ص.6.

(11) - سرارمة مريم «التجارة الإلكترونية في الجزائر: العوائق وآليات التفعيل»، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، مجلد 6، عدد 1، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تيسمسيلت، 2022، ص.42.

هـ. تعريف التجارة الإلكترونية في الاتحاد الأوروبي

عرّف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها: "جميع الأنشطة التي تُمارس بواسطة وسائل إلكترونية، سواءً كانت تتم بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما من جهة والإدارات الحكومية من جهة أخرى. بما يعكس إتجاه نطاقها ليشمل مختلف صورّ التعاملات ذات الطابع الإقتصادي والإداري عبر الوسائط الرقمية". (12)

ثالثاً: التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية

شهد مفهوم التجارة الإلكترونية تبايناً ملحوظاً في مختلف التشريعات، إذ سعى كل مشرع إلى ضبط هذا المفهوم وفقاً لخصوصية قانونية وإقتصادية. ونظراً لتعدد المقاربات التشريعية في تحديد مضمونها ونطاقها، فإنّه من الضروري إستعراض أبرز التعاريف التي أوردتها هذه التشريعات مع تَوَخّي إهتمام خاص لما جاء به المشرع الجزائري في هذا الشأن.

أ. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري

عرّف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية في القانون رقم 18-05 في نص المادة 6 منه على أنّها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورّد إلكتروني بإقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الإتصالات الإلكترونية" (13).

يُفهم من نصّ هذه المادة أنّ المشرّع الجزائري عرّف التجارة الإلكترونية على أنّها "نشاط يتم عن بعد بواسطة الوسائل الإلكترونية بهدف عرض السلع والخدمات وتوفيرها للمستهلك، كما يبين هذا التعريف أنّ المعاملات التجارية أصبحت تعتمد على الوسائط الرقمية بدل الطرق التقليدية.

(12) -رضا عبد السلام إبراهيم، معوقات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية من المنظور الإقتصادي، بحث مقدّم لنيل درجة الدكتوراه في الإقتصاد والمالية العامة، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ص.18.

(13) -قانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مؤرخ في 10 ماي 2018، ج ر ج د ش، عدد 28، الصادر في 16 ماي 2018.

وهو ما يعكس توجه المشرع نحو تنظيم هذا النوع من التجارة الحديثة وإضفاء الحماية القانونية على المعاملات الإلكترونية.

ب. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع التونسي

تُعدّ تونس أول دولة عربية تبادر إلى إصدار قانون ينظم حوكمة التجارة الإلكترونية، وذلك بموجب القانون رقم 83 لسنة 2000 المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية والذي جاء في المادة 53 موزعة على سبعة أبواب. وقد تضمنت المادة 2 من الباب الأول المخصص للتعريف تحديداً لمفهوم كل من المبادلات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، حيث عرفت هذه الأخيرة بأنها "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية كما بينت أنّ المبادلات تتم باستعمال وثائق إلكترونية".

ويفهم من هذا التعريف أنّ المشرع التونسي اعتبر التجارة الإلكترونية كل عملية تجارية سواءً تعلّق موضوعها بسلعة أو خدمة أو أداء عمل متى تمت بواسطة مبادلات إلكترونية. ذلك أنّ جوهر العملية التجارية يقوم على تبادل سلعة بثمنها، أو خدمة بمقابلها، أو أداء عمل مقابل أجر. غير أنّ خصوصية التجارة الإلكترونية تكمن في إتمام هذا التبادل بوسائل إلكترونية، حيث يتم التفاوض بين طرفي العقد ويصدر الإيجاب والقبول اللّازمان في إبرام العقد في شكل إلكتروني.

ومع ذلك يُلاحظ من هذا التعريف أنّه لم يحدّد على سبيل الحصر الوسائل الإلكترونية التي يتم من خلالها التعاقد عن بعد ممّا يجعله تعريفاً عاماً يترك المجال مفتوحاً لمختلف الوسائل التقنية المستعملة في هذا المجال⁽¹⁴⁾.

(14) - قانون التونسي رقم 83 لسنة 2000، مؤرخ في 9 أوت 2000، يتعلق بالمبادلات التجارية الإلكترونية التونسية، ج ر ج ج د ش، عدد 64 صادر في 11 أوت 2000.

ج. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الفرنسي

عرّف التشريع الفرنسي التجارة الإلكترونية في القانون رقم 230-2000⁽¹⁵⁾ بشأن قانون الإثبات المتعلق بالتوقيع الإلكتروني، حيث لم يتضمن تعريفاً محدداً للتجارة الإلكترونية ولكن عرّف التقرير المُقدّم من مجموعة العمل لوزارة الإقتصاد الفرنسية في جانفي 1998 التجارة الإلكترونية بأنها: "تشمل مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض أو بين المشروعات والأفراد ، أو بين المشروعات والمؤسسات الإدارية".

ومن الملاحظ أنّ هذا التعريف جاءً موسّعاً لمفهوم التجارة الإلكترونية، إذ يهدف إلى كافة صور النشاط الإلكتروني للتجارة بين الأفراد والمشروعات والإدارة ، كما قسم المعاملات الإلكترونية إلى ثلاثة أقسام ، أنشطة تجارية بين المشروعات وعلاقات البنوك والأنشطة التي تتم بين المشروعات والأفراد وتتجسّد في التسوّق الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت ، إضافةً إلى الأنشطة التي تتم بين المشروعات والشركات والإدارة المتمثلة في العقود الإدارية التي تبرم بطريقة إلكترونية⁽¹⁶⁾.

ولتسهيل عملية التعاقد الإلكتروني في فرنسا فقد تمّت صياغة نوعين من العقود، هذه العقود تتعلّق بالتجارة الإلكترونية ومتّصلة بها بغرض تسهيل المعاملات، الأوّل هو العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الإلكترونية بين التجار والمستهلكين ويهدف إلى حماية المستهلكين من التعسف، والثاني يتمثّل في العقود الخاصة بالمراكز التجارية الافتراضية.

إذ لم يكتفي المشرّع الفرنسي بإصدار القانون رقم 230-2000، فيما يتعلّق بتكنولوجيا المعلومات والتوقيع الإلكتروني الذي ينصّ على بعض التعديلات فيما يتعلّق بقانون الإثبات.

(15) Loi n°2000-230 du 13mars2000portant adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information et relative à la signature électronique. N°62 du 14 mars 2000.

(16) - الزاوي عبد اللّطيف، التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مدكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2021، ص.11.

وبذلك تكادُ منظومة التشريعات الفرنسية أن تكتملَ أكثرَ من غيرها فينا يتعلّق بالتنظيم التشريعي للتجارة الإلكترونية⁽¹⁷⁾.

د. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الأمريكي

جاء في التشريع الأمريكي أن التجارة الإلكترونية "تلك التقنية التي تسهّل إبرام الصفقات التجارية عن طريق الحاسوب، غير أن هذا التعريف لم يحدّد المقصود بالتقنية تحديداً دقيقاً إذ يمكن أن يشمل مختلف التقنيات المستعملة في مجال التجارة الإلكترونية، سواء تعلّق الأمر بالهاتف أو الفاكس أو التلكس. ولذلك بادر المشرّع الأمريكي سنة 2000 بإصدار القانون الفدرالي المتعلّق بالتوقيعات في التجارة العالمية والمحلية.

حيث نصّت المادة 106 منه على تعريف الوسيط الإلكتروني بأنه برنامج حاسوب أو أي وسيلة إلكترونية أخرى تُستعمل في إبرام العقود وإجراء المعاملات بطريقة إلكترونية⁽¹⁸⁾.

هـ. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الإيطالي

عرّف التشريع الإيطالي التجارة الإلكترونية في المادة 9 من المرسوم رقم 185-99 الصادر في 12-11-1999، على أن: "المبادلات الإلكترونية هي تبادل السلع والخدمات عن بعد أي باستعمال وسيلة إلكترونية عن بُعد"، وبذلك يرى التشريع الإيطالي أن التجارة الإلكترونية تختلف عن البيع عن بُعد، لأن المستهلك في التجارة الإلكترونية لا يكون سلبياً كما هو الحال في البيع

(17) - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص. 24-25.

-أنظر كذلك:

-MISSE Brigitte, Le commerce électronique, Décisions Marketing, Editions EMS , n°9, septembre – décembre 1996, pp.95-100.

(18) - الزاوي عبد اللطيف، مرجع سابق، ص. 12.

عن بُعد، حيث يساهم بدور إيجابي مباشر في إعداد العقد عن طريق البحث عن الكتالوجات مباشرة لإجابتها على الدعوة إلى التعاقد من قبل البائعين⁽¹⁹⁾.

و. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع المصري

عرّف هذا التشريع المصري التجارة الإلكترونية في المادة الأولى المتعلقة بالتعريفات أنّها "تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيط إلكتروني، أي كل معاملة تجارية تتم عن بُعد باستخدام وسيلة إلكترونية".

من الملاحظ في هذا التعريف أنّه لم يحدّد وسائل التجارة الإلكترونية، بالتالي لم يحصرها في شبكة الأنترنت. ويرى غالبية الفقه المصري في ذلك أنّ المشرع حسن فعلاً لأنّ له نظرة مستقبلية يسمح بها في هذا التعريف إحتواء ما قد تكتشفه العلوم من الوسائل التكنولوجية التي تمكّن من إجراء التعاملات التجارية⁽²⁰⁾.

هـ. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الإماراتي

عرّف التشريع الإماراتي التجارة الإلكترونية أنّها "الأعمال المنفّذة بالوسائط الإلكترونية وبشكل خاص الأنترنت"⁽²¹⁾، يتبيّن من هذا التعريف أنّ المشرع الإماراتي اعتبر التجارة الإلكترونية ضمن الأعمال والمعاملات التي تتمّ باستعمال الوسائل الإلكترونية خاصّةً عبر شبكة الأنترنت، كما يتبيّن أنّ هذا النوع من التجارة لا يقتصر على البيع والشراء بل يشمل مختلف التصرّات التجارية التي تنفّذ إلكترونياً مثل الدفع والتعاقد والتسويق.

(19) - خالد ممنوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 21.

(20) - بهلولي فاتح، مرجع سابق، ص 30.

(21) - بوجادي صليحة، "التجارة الإلكترونية دراسة فقهية"، مجلّة البيان للدراسات القانونية والسياسية، مجلّد 3، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة برج بوعريّج، الجزائر، 2018، ص 11.

الفرع الثاني

خصائص التجارة الإلكترونية

تتجلى التجارة الإلكترونية بجملة من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية منها: إختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية (أولاً)، وجود الوسيط الإلكتروني (ثانياً)، غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة (ثالثاً)، عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين (رابعاً)، اعتماد التجارة الإلكترونية على ركائز في تنفيذ المعاملات (خامساً)، التخصيص والتكيف (سادساً).

أولاً: إختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية

تقوم المعاملات التجارية الإلكترونية على مبدأ الإستغناء عن الوسائط الورقية، حيث تتم جميع الإجراءات والمراسلات بين أطراف العلاقة التعاقدية عبر وسائط إلكترونية كالتفاوض وإبرام العقد وتنفيذ الإلتزامات عبر وسائل إلكترونية دون تبادل أي مستندات تقليدية كالمراسلات والفواتير والإشعارات وغيرها من الوثائق تتم في إطار رقمي ويجسد هذا التوجه الغاية الأساسية للتجارة الإلكترونية المتمثلة في إنشاء بيئة تعاملات لاورقية تقوم على السرعة وتقليل التكاليف وتبسيط الإجراءات لذلك تحل الدعائم الإلكترونية محلّ الدعائم الورقية في حال نشوء نزاع بين المتعاملين فإنّ هذه الوسائل الإلكترونية تعدّ المرجع الأساسي في الإثبات⁽²²⁾.

ثانياً: وجود الوسيط الإلكتروني

تتمثل الوسيلة الإلكترونية المعتمدة بين طرفي العقد في جهاز الكمبيوتر المتصل بشبكة الإتصالات الدولية، حيث يتم من خلالها نقل التعبير عن الإرادة إلكترونياً بين المتعاقدين في اللحظة نفسها بالرغم من وجودهما في أماكن مختلفة. فشبكة الأنترنت تمكن من إبرام العقد دون الحاجة إلى التواجد المادي للأطراف في مكان واحد، ممّا يجسد الطبيعة الغير المادية للعقد الإلكتروني، غير أنّه قد يحدث خلل في الشبكة أو حتى إنهيار مفاجئ لها الأمر الذي يؤدي إلى

(22) - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص.13.

عدم وصول الرسالة الإلكترونية أو وصولها مشوهة أو غير مقروءة. كما قد تصل الرسالة متأخرة في محتواها في مثل هذه الحالات تؤثر مسألة مسؤولية مقدم خدمات الإنترنت نتيجة عدم وصول الرسالة أو تأخرها.

وهو ما يطرح إشكالات قانونية تتعلق بتحديد الجهة المسؤولة عن الضرر المترتب عن ذلك⁽²³⁾.

ثالثاً: غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة

تقوم العقود التقليدية على وجود علاقة مباشرة بين الأطراف المتعاقدة، حيث تجرى المفاوضات داخل مجلس العقد بقصد الاتفاق على جميع تفاصيله سواء تعلّق الأمر بعقد بيع أو إيجار أو هبة. وقد يتم إبرام العقد في جلسة واحدة أو يمتدّ لعدة جلسات إلى غاية إستكمال الشروط والاتفاق على العناصر الجوهرية له، أمّا عقود التجارة الإلكترونية يغيب مجلس العقد بالمعنى التقليدي ولا تتم المفاوضات بالصورة المعتادة نظراً لوجود البائع في مكان والمشتري في مكان آخر قد يفصل بينهما إختلاف في التوقيت الزمني ورغم إتصالهما عبر أجهزة الكمبيوتر أو من خلال تبادل الرسائل الإلكترونية فإنّ عملية الإرسال والإستقبال يمكن أن تتأثّر بعدم إرسال الرسائل عبر الشبكة أو بتأخرها نتيجة بطئ أو خلل في الشبكة⁽²⁴⁾.

رابعاً: عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين

تتسم المعاملات التجارية بخصوصية جوهرية تتمثل في غياب المعرفة المباشرة بين طرفي العلاقة التعاقدية، إذ غالباً ما لا يكون كل طرف على دراية بهوية الطرف الآخر أو ببياناته الأساسية على نحو ما هو مألوف في المعاملات التجارية التقليدية. ففي البيئة الرقمية لا يجمع المتعاقدين لقاء مادي مباشر، ولا تربطهما معرفة شخصية سابقة. الأمر الذي يجعل عملية التعاقد

(23) - الزاوي عبد اللطيف ، مرجع سابق، ص.13.

(24) - ، المرجع نفسه.

تتم في إطار إفتراضي تحكمه الوسائط الإلكترونية⁽²⁵⁾، ويترتب على هذا الوضع جملة من الإشكالات العملية والقانونية، ذلك أن البيئة الإلكترونية قد تتيح للبعض إدراج معلومات غير صحيحة أو استعمال بطاقات دفع مسروقة أو إساءة استخدام البيانات الشخصية أثناء إجراء المعاملات. ممّا لا شكّ فيه أنّ مثل هذه السلوكيات تمسّ بمبدأ الثقة المفترض في التعامل الإلكتروني. كما تُثير إشكالات تتعلّق بحماية الخصوصية وأمن المعلومات، الأمر الذي يستدعي إقرار آليات قانونية وتقنيّة فعّالة لضمان سلامة المعاملات وحماية بيانات المتعاملين⁽²⁶⁾.

خامسا: اعتماد التجارة الإلكترونية على ركائز في تنفيذ المعاملات

حيث تُنجز مختلف العمليات بصفة إلكترونية دون وجود أي وثائق أو مُستندات ورقية في تنفيذ المعاملات، فإنّ السند القانوني الوحيد لهذه العمليات يتمثّل في الرسائل الإلكترونية والبيانات المتبادلة بين الأطراف والتي يعتدّ بها عند نشوء أي نزاع قانوني بين المتعاملين⁽²⁷⁾.

سادسا: التخصيص والتكيف

المقصود بالتخصيص والتكيف كخاصية من خصائص التجارة الإلكترونية أنّ هذه الأخيرة يمكن أن تتكيّف وفقاً للتفاصيل المستعملة أو العميل وتعرض المنتجات المرتبطة بها بشكل فعّال ممّا يجعلها أكثر دقّة وفقاً للاحتياجات وتكييف المحفّزات من خلال تقديم القوائم⁽²⁸⁾.

(25) - حجاج مصطفى، مطبوعة في مقياس التجارة الإلكترونية، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، تخصص : مالية وتجارية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة ابن خلدون، تيارت، 2022، ص.31.

(26) - بوحايلس إلهام، مطبوعة بيداغوجية، موجهة لطلبة الماستر، تخصص : القانون الرقمي، محاضرات في قانون التجارة الإلكترونية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، الإخوة منتوري، 2024، ص.11.

(27) - كتافة شافية، لطرش ذهبية، بولمرج وحيدة، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير"، مجلة دراسات اقتصادية، مجلد 18، عدد 1، جامعة الجلفة، 2020، ص.274.

(28) - بن حشيليف ناصر، بن عمر الحاج عيسى، "التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، مجلد 7، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة نور البشير، البيض، 2025، ص.69.

الفرع الثالث

أشكال التجارة الإلكترونية

تُتيح التجارة الإلكترونية إمكانيّة إبرام مختلف المعاملات والتبادلات التجارية والمالية بين المسيرين ومؤسسات الأعمال والهيئات الحكومية في وقت قياسي ، وبدرجةٍ معتبرة من الكفاءة والموثوقية ونظرا لما شهدته هذه التجارة من تطوّر متسارعٍ واتساعٍ في مجالاتٍ تطبقها فقد أفرزت عدّة صوّر وأنماط متنوعة⁽²⁹⁾. وعليه سنتطرق إلى تحديد أهم هذه الأشكال.

أولا : التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية (B2B)

يقوم هذا النوع من التجارة الإلكترونية على المعاملات التجارية التي تتم بين التجار، حيث يقوم تاجر ببيع المنتجات أو السلع إلى تاجر آخر عبر الوسائل الإلكترونية.⁽³⁰⁾

وبعدّ هذا النمط إمتدادا لنشاط البيع في التبادل التجاري التقليدي ، غير أنّه عرف توسعا ملحوظا مع ظهور شبكة الأنترنت حيث نشأت المراكز التجارية للتسوق التي تقوم بعرض السلع والخدمات عبر الشبكات الإلكترونية لصالح البيع والشراء مع توفير وسائل معتمدة لإتمام عمليات الدّفع⁽³¹⁾ وكمثال عن هذه التجارة قيام شركة مختصة في بيع أجهزة الإعلام الآلي بعرض منتجاتها عبر موقع إلكتروني ، ثم تقوم شركة أخرى بشراء هذه الأجهزة إلكترونيا قصد إعادة بيعها أو إستعمالها في نشاطها التجاري مع إتمام عمليات التسليم عبر الوسائل الإلكترونية، ويجسد هذا المثال في المعاملات التجارية التي تتم بين التجار عبر شبكة الأنترنت بطريقة سريعة ومنظمة.

(29) -تبول فريدة ، دور تطبيقات التجارة الإلكترونية للولوج للأسواق الدولية في المؤسسة الناشئة ، مذكرة ماستر الأكاديمي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة غرداية ، 2023، ص.11.

(30) --نوال عبد الكريم الأشهب، التجارة الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، دار المجلد للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014، ص.52.

(31) -بن عزوق منير، صباح عزوز، فاتح مبروكي، مرجع سابق، ص.26.

ثانياً: التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك (B2C)

يتضمن هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد الذين يعرضون خدماتهم للشركات أو الذين يستعينون بها للمساعدة في تسويق وبيع منتجاتهم وخدماتهم، كما يشير إلى المعاملات الإلكترونية التي تتم بين المستهلكين الأفراد والمؤسسات أو المنظمات التي تتولى عمليات الشراء (B2C) (32) ويقوم هذا النوع على بيع المنتجات والخدمات مباشرة إلى المستهلك دون وجود وسطاء.

حيث تقوم الشركات بإنشاء متاجر إلكترونية عبر شبكة الأنترنت تعرض من خلالها مختلف السلع والخدمات، ما يمكن للمستهلك التسوق الإلكتروني واختيار ما يناسبه من منتجات ثم دفع المقابل المالي باستخدام وسائل الدفع التي يحددها البائع وفي هذا الإطار قد يتم إبرام العقد وتنفيذه عبر شبكة الأنترنت، أو يتم إبرامها إلكترونياً بينما يمكن تنفيذه بالوسائل التقليدية. (33) مثلاً قيام شركة متخصصة ببيع الملابس بإنشاء متجر إلكتروني عبر شبكة الأنترنت تعرض من خلاله مختلف المنتجات، ثم يقوم المستهلك باختيار الملابس المناسبة وإتمام عملية الشراء والدفع إلكترونياً بواسطة البطاقة البنكية لتقوم الشركة بعد ذلك بإرسال المنتج إلى عنوانه عبر خدمات التوصيل.

ثالثاً: التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية وإدارة حكومية (B2G)

في ظل التوسع المتزايد للنشاط التجاري لوحدات الأعمال وتنامي حجم تعاملاتها. لم تعد هذه الوحدات قادرة على إنجاز جميع معاملاتها الإدارية في الوقت المناسب مما استدعى الإعتماد على التجارة لتغطية جانب كبير من التحويلات والمعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية.

(32) -نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، د ب ن، د س ن، ص 15.

(33) - بن ناصر عابد، "حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات في المعاملات الإلكترونية من منظور إسلامي"، الأسس الفقهية والتشريعية للمعاملات الإلكترونية، ص 5.

ومثال ذلك قيام شركة تجارية بدفع الضرائب أو الرسوم الجمركية إلكترونياً عبر المنصات الرقمية التابعة للإدارة الحكومية دون الحاجة للتنقل إلى المقررات الإدارية. كما يمكن للشركات استخراج السجل التجاري أو التصاريح الإدارية وتقديم الوثائق المطلوبة عبر الأنترنت.

رابعاً: التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة الحكومية (C2G)

هذا النوع من التجارة الإلكترونية يُعتبر من الأنشطة التي تُتيح للأفراد عبر شبكة الانترنت إمكانية بيع السلع والحصول على الخدمات التي يحتاجونها بصورة مباشرة، كما يمكنهم الاعتماد على المنصات والمنظمات الإلكترونية للبحث عن الموارد التي تُلبّي طلباتهم⁽³⁴⁾ ورغم أن هذا الشكل من التعاملات لا يزال في مرحلة التطوير في الوقت الراهن، إلا أنه مرشح للتوسع بشكل كبير في المستقبل خاصة في حال قيام الحكومات بتبني وتنظيم المعاملات وفق أسلوب التجارة الإلكترونية.⁽³⁵⁾ ومثال ذلك موقع نظام الدفع الإلكتروني للضرائب (EFTPS) إختصاراً لـ EElectronic federal payment system، حيث يمكن المواطنين الأمريكيين من دفع ضرائبهم عبر الأنترنت، كما يُتيح هذا الموقع للمستخدمين التسجيل وتحديد موعد للدفع مقدماً أو ترتيب تحصيل ضريبي في نفس اليوم⁽³⁶⁾.

خامساً: التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك (C2C)

تُعرف التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك بأنها "ذلك النمط من التعاملات الذي يتم فيه بيع المنتجات أو تقديم خدمات مباشرة بين مستهلكين بأنفسهم دون تدخل أي وسيط تجاري". حيث يقوم أحدهم بعرض منتج أو خدمة للبيع ليشترها مستهلك آخر عبر الوسائط

(34) - محمد نور، تجارة إلكترونية، الطبعة الثانية، دار الجامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص.26.

(35) - محمد عادل عبد العزيز، التجارة الإلكترونية الفكر المحاسبي، الطبعة الأولى، د د ن، د ب، 2005، ص.17.

(36) - ولد علي لطيفة، العيد محمد، "مزايا وتحديات ومسارات التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة المالية الأسواق، مجلد

11، عدد1، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2024، ص.323.

الإلكترونية ولذلك يُطلق على هذا النوع من التعاملات⁽³⁷⁾ بإسم الأنداد ومن أمثلة ذلك بعض المواقع أو المنصّات الإلكترونية التي تسمّح للمستهلكين بعرض وتبادل عدد كبير من السلع والخدمات فيما بينهم بصورة مباشرة عبر شبكة الانترنت.⁽³⁸⁾ وكمثال أيضاً في الأعمال التجارية بين المستهلكين (c2c منصّة facebook market place)، هذه المنصّة تمكّن مُستخدمي فيسبوك المقيمين في نفس المنطقة من الشراء والبيع فيما بينهم⁽³⁹⁾.

سادساً: التجارة الإلكترونية غير الربحية

هذا النوع من التجارة الإلكترونية تهتم به المؤسّسات الدينية والاجتماعية والجمعيات الخيرية والتي تكون غالباً ذات طابع إنساني وترتكز على خدمة المجتمع وفئات معينة، وتمارس هذه المنظّمات غير الهادئة ربح نشاطها عبر شبكة الانترنت بهدف تقليل التكاليف الإدارية وتحسين صورة المنظّمة أو باعتبار ذلك من وسائل مواكبة التطور التكنولوجي⁽⁴⁰⁾. ومن أمثلتها قيام جمعية خيرية بإنشاء موقع إلكتروني لتلقّي التبرّعات المالية عبر الانترنت، مع عرض مختلف الأنشطة والمساعدات التي تقدّمها للفئات المحتاجة.

المطلب الثاني

تميز التجارة الإلكترونية عن ما يشابهها من المفاهيم وتقييمها

من المتداول كثيراً أنّ التجارة الإلكترونية تُعدّ نمطاً حديثاً من الأنشطة التجارية التي تختلف عن التجارة التقليدية من حيث الوسائل والآليات المعتمدة لإبرام المعاملات، إضافةً إلى تقييمها من

(37) -نوال عبد الكريم الأشهب، مرجع سابق، ص.54.

(38) -بلعربي علي، عثمان بقرنيس، "الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، مجلد 2، عدد 4، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017، ص.358.

(39) -ولد علي لطيفة، العيد محمد، مرجع سابق، ص.322.

(40) -سعداوي دهيّة، لعمالي ليلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصّص : قانون الأعمال ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2021، ص.14.

حيثُ إبراز أهم مزاياها والبعض من عيوبها. ولتوضيح ذلك يتطلّب منّا أن نتطرّق إلى تمييز التجارة الإلكترونيّة عن ما يشابهها من المفاهيم (الفرع الأوّل) ثمّ تقييمها (الفرع الثاني).

الفرع الأوّل

تمييز التجارة الإلكترونيّة عن ما يشابهها من المفاهيم

تختلف التجارة الإلكترونيّة عن كل من التجارة التقليديّة وبعض المفاهيم المرتبطة بها، وذلك من عدّة جوانب. ولإبراز هذا الاختلاف، سنلجأ من خلال هذا الفرع إلى تمييز التجارة الإلكترونيّة عن التجارة التقليديّة (أولاً)، ثم تمييز التجارة الإلكترونيّة عن الأعمال الإلكترونيّة (ثانياً) ثم تمييزها عن التجارة عبر الأنترنت (رابعا) وأيضاً تمييزها عن التجارة الإلكترونيّة الخارجيّة (خامساً).

أولاً: تمييز التجارة الإلكترونيّة عن التجارة التقليديّة

تختلف التجارة الإلكترونيّة عن التجارة التقليديّة كونها تتجاوز حاجز الزّمان والمكان، حيث يمكن للشركات مثلاً التواصل مع عملاءها على مدار السّاعة وفي أي مكانٍ عبر العالم دون عناء الانتقال إليه. كما تعتمد التجارة الإلكترونيّة على أساليب غير تقليديّة في إبرام العقود أو الوثائق وتوثيق المعاملات حيث تعمل على تقليل المستندات الورقيّة وتستغني عن النقود التقليديّة وتعوّضها بالنقود الإلكترونيّة.

أمّا بالنسبة للمبادلات في التجارة التقليديّة فهيّ تتركز على التداول المعتاد للسّلع، وذلك من المنتج أو الموزّع الذي يقوم بتزويد تجّار الجملة والتجزئة بها ليُقوم هؤلاء ببيعها للمستهلك فتستغرق هذه العمليّة مدة زمنيّة طويلة نسبياً بسبب تعدّد مراحلها فضلاً عن تأثّر هذا الشّكل من التداول بحركة الأسواق وتذبذب الأسعار بين الإنخفاض والإرتفاع⁽⁴¹⁾.

(41) -قاسة سيليا ، إشكالات التجارة الإلكترونيّة في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصّص : القانون الخاص ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2022ن ص.18.

ثانيا: تمييز التجارة الإلكترونية عن الأعمال الإلكترونية

كثيراً ما يتم استخدام مصطلحين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية بشكل مترادف غير أن هذا الخلط لا يعكس الفروق الجوهرية بينهما فالأعمال الإلكترونية تعدّ إطاراً أوسع تتدرج ضمنه كل من التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني والحوكمة وغيرها من المجالات الرقمية⁽⁴²⁾.

ويرى البعض أن التجارة الإلكترونية تشمل مختلف الأنشطة الإلكترونية التي تقوم بها الشركات بما في ذلك البنية التحتية لنظام المعلومات. وبالتالي تضم في مفهومها الأعمال الإلكترونية ، في المقابل يعتبر إتجاه آخر أن الأعمال الإلكترونية تقتصر على العمليات الرقمية داخل المؤسسة ويرتبط دورها أساساً بإجراءات الرقابة الداخلية ،بينما يرى آخرون أن الأعمال الإلكترونية هي المفهوم الأشمل إذ يشمل كافة أدوات التفاعل الإلكتروني وتعتمدها الشركات العالمية في إدارة تعاملاتها عبر الأنترنت تحت مسمى التجارة الإلكترونية⁽⁴³⁾.

ثالثا: تمييز التجارة الإلكترونية عن التجارة عبر الأنترنت

من المعروف أنه غالباً ما يستعمل هذان المصطلحان على أنهما مترادفان، حيث أنهما يختلفان إختلافاً واضحاً. إذ تعدّ التجارة الإلكترونية منظومة من الأنشطة التجارية التي تعتمد على الوسائط الرقمية وشبكات الحاسوب والأنترنت. كما يقصد بالتجارة عبر الأنترنت تلك العمليات التي تُنجز تحديداً من خلال شبكة الأنترنت فقط، فهي تمثل جزءاً من التجارة وليس كلّها لأنّها تركز على جانب محدّد من المعاملات المنفّذة باستخدام وسيلة تكنولوجية واحدة وهي الأنترنت، مع إغفال بقيّة الوسائل التقنية وشبكات الإتصال والعمليات الأخرى. كما أن التجارة الإلكترونية لا

(42) -ديمش سمية ، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة منتوري ، قسنطينة، 2011، ص.42.

(43) -نوري منير، مرجع سابق، ص.41.

تقتصر على إجراء المعاملات عبر الأنترنت فقط ، بل تشمل أيضاً الوظائف التي تُساعد على تنظيم هذه الأعمال(44).

رابعاً: تمييز التجارة الإلكترونية عن التجارة الخارجية الإلكترونية

التجارة الخارجية تقوم على تنفيذ الأنشطة التصديرية والإستيرادية التقليدية مثل البحث عن الفرص التصديرية والاستيرادية، والتفاوض وفتح الأسواق الدولية وإبرام العقود والشحن والتسليم إلكترونياً عبر شبكة الويب. ومنه يمكن القول أنّ هذا المفهوم هو الأقرب إلى التجارة الإلكترونية ، إلا أنّ الفرق الأساسي بينهما يتمثل في أنّ التجارة الخارجية الإلكترونية تهتمّ بالأسواق الأجنبية وتُهمّل الأسواق المحلية، عكس التجارة الإلكترونية كما أنّها تُعطي أهمية متزايدة لقطاعات الأعمال على حساب الأفراد(45).

خامساً: تمييز التجارة الإلكترونية عن التسويق الإلكتروني

يقع اللبس لدى الباحثين بين مصطلح التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، فهذا الأخير يُعدّ من أبرز أنشطة التجارة الإلكترونية التي تتم عبر الأنترنت، ذلك أنّ الوظيفة التسويقية تُعتبر إحدى الوظائف الأساسية التي تهدف إلى تسهيل تبادل وإنسياب المنتجات من المنتج إلى المستهلك من خلال استخدام وسائل وأساليب معينة تحقق المنافع المطلوبة لأطراف العملية التسويقية، وتتمّ هذه العمليات في بيئة سريعة التطور وتعتمد بشكل رئيسي على الأنترنت في ممارسة مختلف الأنشطة التسويقية، كالإعلان والبيع والتسعير والتوزيع والترويج، وتصميم المنتجات الجديدة إضافة إلى الوسائل الإلكترونية في عمليات الدفع عبر الأنترنت(46).

(44) -ديمش سمية، مرجع سابق، ص.44.

(45) -المرجع نفسه.

(46) -قرفي سميرة، فاضل فهمية، التجارة الإلكترونية في ظل القانون رقم 18-05، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون تخصّص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، 2017، ص.21-22.

الفرع الثاني

تقييم التجارة الإلكترونية

تُعتبر التجارة الإلكترونية من المواضيع المهمّة في المجال التجاري، إذ تُساهم في إبراز مدى فعّاليتها من خلال ما توفّره من مزايا تسهّل إبرام المعاملات وتسريعها، ومع ذلك فهي لا تخلو من بعض العيوب التي قد تؤثر على استخدامها. ويمكن توضيح أهم هذه المزايا والعيوب فيما يلي:

أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية مجموعة من المزايا يمكن إعادها كما يلي:

أ. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للأفراد

1- توفير الوقت والجهد

إنّ المواقع الإلكترونية أو المتاجر الإلكترونية متاحة طوال أيام الأسبوع وعلى مدار 24 ساعة. ممّا يُتيح للزبون ميزة إختيار الوقت المناسب دون الحاجة إلى التنقّل أو الإنتظار لإقتناء منتج معيّن. كما أنّ عملية الشراء لا تتطلب سوى النقر على المنتج وإدخال بعض البيانات مثل رقم البطاقة الائتمانية مع توفّر عدّة وسائل دفع ملائمة كالدفّع عند الإستلام نقدًا، أو استخدام النقود الإلكترونية.⁽⁴⁷⁾

2- حرية الإختيار

يمكن للزبون من خلال عمليّات الشراء عبر التجارة الإلكترونية، المقارنة بين أسعار وأشكال السلع والخدمات المتوفّرة عبر الأنترنت وإمكانية الولوج إلى العديد من المواقع لإختيار الأنسب.

(47) -تبّاني أمل، مرميدة سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، كلية الحقوق الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارية دولية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020، ص.11.

كما تُتيح بعض هذه المواقع إمكانية تجربة بعض السلع كبرامج الكمبيوتر والألعاب وإمكانية التواصل مع شركات عالمية (48).

3- خفض الأسعار

إن التسوق عبر الأنترنت يمكن للمستهلك تفادي تكاليف إضافية وتخفيض نفقاته مقارنة بالتسوق العادي، وهذا ما هو في صالح الزبون، كما يمكنه الاستفادة من عروض الخصم الكبيرة التي تطلقها الكثير من الشركات عبر الأنترنت. (49)

4- نيل رضا المستخدم

توفر شبكة الأنترنت إتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للشركات الناشطة في السوق الإلكتروني الاستفادة من هذه الخصائص للرد على إستفسارات العملاء بسرعة بما يضمن تقديم خدمات أفضل وتحقيق رضاهم.

كما تعد التجارة الإلكترونية من أقل وسائل التسوق تكلفة في العديد من المواقع، إذ تمكن المستهلك من مقارنة منتجات الشركات المختلفة بسهولة والحصول على أفضل عرض متاح (50).

ب. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات

1- تخفيض مصاريف المؤسسات

إن إستعمال التجهيزات من أجل الترويج وجذب الزبائن في التجارة التقليدية يشمل ميزانية المؤسسة بتكاليف إضافية كالصيانة وتجهيز المكاتب، في حين أن التجارة الإلكترونية تعتبر أكثر اقتصادية إذ أن وجود قاعدة بيانات على الأنترنت يحتفظ بتاريخ عمليات البيع في المؤسسة

(48) - بوجاني عبد الحكيم، هند ريم "التجارة الإلكترونية"، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 1، عدد 3، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بوسكين بلحاج، عين تيموشنت، 2021، ص.174.

(49) - تيانمي أمل، مرميدة سعدة، مرجع سابق، ص.11.

(50) - سعود بن سليمان النفيعي، جعفر عبد الله موسى إدريس، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، د د ن، دب ن، د س ن، ص.192.

وأسماء الزبائن مما يمكن إسترجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لمراجعة تواريخ عمليات البيع بسهولة. (51)

2- تواصل فعّال مع الشركاء والعملاء

تمنح التجارة الإلكترونية فرصاً للمؤسسات للإستفادة من السلع والخدمات المقدّمة من طرف المؤسسات الأخرى، حيث أنها تقلّص المسافات وتتجاوز الحدود مما يوفر وسيلة فعّالة لتبادل المعلومات مع الشركاء. (52)

3- تطوير الأداء التجاري والخدمي

بما أنّ التجارة الإلكترونية تتطلب بنى تحتية وإستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات وإتصال بالآخرين، حيث بذلك تمنح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في ميدان فحص واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعّالية بنيتها التحتية وبرامج التأهيل الإداري (53).

بناء على ذلك فإنّ التجارة الإلكترونية تساهم في تعيين الأداء التجاري والخدمي للمؤسسات من خلال إعتمادها على بنية تحتية وأساليب حديثة في الإدارة والتسويق والإتصال. كما تُتيح للمؤسسات تقييم كفاءة موظفيها ومدى فعّاليتها، مما يساعد على تطوير جودة الخدمات وتحقيق قدر أكبر من التنظيم والفعّالية.

(51) - بازة فايزة، بوتشيشة منى، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، دراسة حالة شركة جوميا الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: مالية وتجارية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2023، ص.19.

(52) - المرجع نفسه، ص.15.

(53) - حسين حياة، "دراسة تقييمية للتجارة الإلكترونية"، مجلة أفاق للعلوم، مجلد 7، عدد 1، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2022، ص.555.

ج.مزايا التجارة الإلكترونية على المستوى القومي

1-دعم التجارة الخارجية

إنَّ التجارة الإلكترونية تؤدي إلى درجة الإنفتاح الإقتصادي من خلال تسويق السلع والخدمات على نطاق عالمي ، وبتكلفة محدودة ممَّا يوفرُّ فرصاً لزيادة معدلات الصادرات⁽⁵⁴⁾.

2-دعم التنمية الإقتصادية

نظراً لما تقدّمه التجارة الإلكترونية من تقليص تكاليف التسويق والدعاية والإعلان وتوفير الوقت والمكان اللّازمين لإنجاز المعاملات التجارية ، وتحسين المستوى التكنولوجي ورفع كفاءة العمّال بإعتبار أنّ ذلك يعدُّ من مقوّمات نجاحها، كما أنّ نجاح المشروعات الصّغيرة والمتوسطة يساهم في تنشيط حركة التجارة الدوليّة بكفاءة وفعاليّة ممَّا يدفع بعجلة التنمية الإقتصادية⁽⁵⁵⁾.

3-توفير الخدمات العامة

ساهمت التجارة الإلكترونية في توفير العديد من الخدمات الحكومية للمواطن كخدمات التعليم والصحة والضمان الاجتماعي عبر الأنترنت. كما عملت على تخفيض التكاليف المرتبطة بالحصول على هذه الخدمات لا سيّما الخدمات المقدّمة بصورة إلكترونية⁽⁵⁶⁾.

4-دعم القطاعات التكنولوجية

يساهم إنتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي في ظهور مجالات متخصصة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بهدف تعزيز البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، ومع تزايد إستعمالها وتوسيع نطاقها تنشأ فرص إستثمارية تعمل على توجيه رؤوس الأموال نحو تطوير وتحسين الوسائل التكنولوجية. ممَّا يؤدي إلى إنشاء صناعات تقنيّة حديثة تدعّم الإقتصاد الوطني.

(54) - تباي أمل، مرميدة سعدة، مرجع سابق، ص.12.

(55) - بازة فايزة، بوتشيشة منى، مرجع سابق، ص.19.

(56) -سعود بن سليمان النفيعي، جعفر عبد الله إدريس، مرجع سابق، ص.195.

كما يُساهم ذلك أيضًا في توفير فرص عمل متعددة من خلال إمكانية إنشاء مشاريع تجارية صغيرة مرتبطة مباشرة بالأسواق المالية بتكاليف استثمارية منخفضة، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على التقليل من نسبة البطالة⁽⁵⁷⁾.

ثانياً: عيوب التجارة الإلكترونية

رغم المزايا العديدة التي تتميز بها التجارة الإلكترونية، إلا أنها لا تخلو من بعض العيوب التي قد تؤثر في كفاءة المعاملات الإلكترونية.

أ. الطابع اللامادي غير ملموس للتجارة الإلكترونية

حيث يؤدي هذا الطابع إلى عدم قدرة المشتري على فحص السلعة بطريقة عينية قبل شراؤها الأمر الذي قد يتسبب في حدوث بعض المشاكل بعد الشراء، فهنا يجب على الدول التعاون فيما بينها من أجل إيجاد أسلوب أمثل يمنع حدوث هذا النوع من المخالفات في مثل هذا النوع من التجارة بالإضافة إلى التجاوزات الأخرى من أهمها عمليات غسل الأموال⁽⁵⁸⁾.

ب. غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية

يعتبر هذا التعامل تهديداً لمصالح العملاء والشركات والبُنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير البيانات أو التلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب⁽⁵⁹⁾.

وعليه فإن الاعتماد على هذا النمط من المعاملات داخل البيئة الرقمية يفترض أن تتسم بالدقة والسرعة ما قد يؤدي إلى ضمان الثقة بين الأطراف المتعاقدة نظراً لما يُتيح من فرص التلاعب والتحريف في البيانات والمستندات التجارية. كما أنّ هذه المخاطر لا تقتصر على جانب

(57) - حسين حياة، مرجع سابق، ص. 557.

(58) - محمد عمر منصور الشويرق، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ص. 67.

(59) - بوجاني عبد الحكيم، هند ريم، مرجع سابق، ص. 175.

واحد فقط بل تمتد لتشمل جميع الأطراف حيث يتعرّض العملاء لعمليات الغش والإستغلال ممّا يؤثّر سلّبا على الثقة في البيئة الإلكترونية.

ج. صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية

نظراً لغياب العلاقة المباشرة بين الأطراف يبرم عقد البيع بين البائع والمشتري رغم بعد المسافة بينهما واختلاف التوقيت الزمّني بينهما⁽⁶⁰⁾.

ممّا يعني أنّ غياب اللقاء المباشر بين أطراف العقد في التجارة الإلكترونية يؤدي إلى صعوبة التأكد من الهوية الحقيقية للمتعاملين خاصّة في ظل اعتماد المعاملات على الوسائل الإلكترونية فقط، كما أنّ إبرام عقد بيع بين أطراف تفصل بينهم مسافات جغرافية واختلاف في التوقيت الزمّني يزيد من عملية التحقق والمطابقة وهو ما يترتب عنه مخاطر تتعلّق بانتحال الهوية أو تقديم بيانات غير دقيقة ممّا يؤثّر على مستوى الأمان والثقة في المعاملات الإلكترونية.

المبحث الثاني

الضوابط القانونية لممارسة التجارة الإلكترونية

يتطلّب ممارسة أي نشاط تجاري وجود مجموعة من الأحكام والقواعد القانونية التي تنظّم مختلف معاملاتها. ويشمل ذلك أيضا المعاملات التجارية التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية بين التاجر والمستهلك.

في هذا السياق عمل المشرع الجزائري على وضع إطار قانوني ينظّم هذا النوع من المعاملات، حيث أصدر قانوناً خاصاً بالتجارة الإلكترونية سنة 2018 والذي يهدف إلى تنظيم المعاملات التجارية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية، نظراً لما أصبحت تمثّله من أهمية متزايدة في الحياة الإقتصادية.

(60) - تباري أمال، مرميدة سعدة، مرجع سابق، ص.14.

المطلب الأول

شروط التجارة الإلكترونية ونطاق ممارستها

من المعروف أنَّ شروط ممارسة التجارة الإلكترونية من الرّكائز الأساسيّة التي تضمّن تنظيم المعاملات التجاريّة عبر الأنترنت وحماية أطرافها، خاصّةً في ظل التطوّر التكنولوجي وانتشار التعاملات الرّقمية. حيث ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظهور هذا النمط الجديد من التجارة القائم على سرعة تداول المعلومات والقدرة على التكيّف مع التغيرات، إضافة إلى إتّساع نطاقها ليشمل مختلف مجالات الحياة.

الفرع الأول

شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

مع الإنتشار الواسع للتجارة الإلكترونية وتزايد الإعتماد عليها في مختلف المجالات، أصبح من الضروري تنظيمها، وإضمان سيرها بشكل سليم وآمن يتطلّب ذلك مراعاة عدّة شروط سواء من حيث الأشخاص أو من حيث ممارسة النشاط التجاري.

أولاً: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية من حيث الأشخاص

وفقاً لنص المادة 2 من القانون رقم 05-18 يطبّق 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⁽⁶¹⁾

من خلال هذه المادة يتّضح أنَّ ممارسة التجارة الإلكترونية، تخضع لمجموعة من الشروط القانونية حيث يشترط لتطبيق القانون الجزائري أن يكون أحد أطراف العقد الإلكتروني جزائرياً

(61) -قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

ومقيماً إقامة شرعية في الجزائر أو أن يكون شخصاً معنوياً خاضعاً للقانون الجزائري، وأن يتم إبرام العقد أو تنفيذه داخل التراب الوطني.

ثانياً: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية من حيث ممارسة النشاط التجاري

يتطلب ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية استيفاء مجموعة من الشروط القانونية المتعلقة بالنشاط التجاري، بهدف ضمان مشروعية المعاملات الإلكترونية وتنظيمها وحماية أطرافها.

أ. التسجيل في السجل التجاري

تكمن أهمية السجل التجاري في كونه وسيلة قانونية لتنظيم الائتمان التجاري، إذ يُتيح من خلاله نظام التعريف والشهر القانوني للتجار، وكذا بيان مختلف العناصر المكوّنة لنشاطهم التجاري من بينها، توفير قدر كافٍ من الشفافية في المعاملات، مما يساهم في تعزيز الثقة لدى المتعاملين وسير المبادلات التجارية.⁽⁶²⁾

وعلى هذا الأساس فإنّ الالتزام بالقيد في السجل التجاري، يمتدّ ليشمل ممارسة النشاط التجاري عبر وسائل الإتصال الإلكتروني. حيث يتعيّن على كل تاجر سواءً كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً تسجيل نشاطه في السجل التجاري، باعتبار هذا الإجراء متطلباً قانونياً يهدف إلى ضمان الشفافية وتعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية.⁽⁶³⁾

منه تُجدر الإشارة إلى أنّ المشرع قد واكب التطوّر التكنولوجي، من خلال إمكانية التسجيل في السجل التجاري بعد ما كان ذلك يتم بالطرق التقليدية.

(62) -تبانّي أسعيد ، بقة عبد الحفيظ ، " ضوابط ممارسة التجارة الإلكترونية طبقاً للقانون رقم 18-05"، مجلة الصدي للدراسات القانونية السياسية ، مجلّد 2، عدد 4، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص.90.

(63) - رحّالي سيف الدين، فريد عبّاس "شروط ممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18-05"، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلّد 4، عدد 8، جامعة مورسلي عبد الله، تيبازة، 2020، ص.72.

وهذا ما كرّسه المشرع الجزائري بموجب المادة 5 من القانون رقم 13-06 المعدّل بالقانون رقم 04-08 التي تنص على أنّه: "يمكن القيد في السجل التجاري بالطريقة الإلكترونية ويمكن إصدار مستخرج السجل التجاري بواسطة إجراء إلكتروني يحدد بموجبه عن طريق التنظيم". (64)

حيث جاء في نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 19-251، "يمتدّ أجل مطابقة مستخرجات السجلات التجارية (65) المنصوص عليها في أحكام المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 18-112 المؤرخ في 18 رجب 1439 الموافق لـ 05 أفريل 2018، يتّضح أنّ هذا النص يحيل إلى نص المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 18-112 التي جاء فيها، "على التجار الحائزين السجل التجاري المزود بالرمز الإلكتروني (س ت إ) طلب تعديل مستخرجات سجلاتهم التجارية لدى فروع المركز الوطني للسجل التجاري المختصة إقليمياً بغرض الحصول على الرمز الإلكتروني (س ت إ)".

يعتبر الرمز الإلكتروني (س ت إ)، شفرة بيانية تتضمن معطيات وبيانات ومعلومات مشفرة حول التاجر. (66)

كما يتم قراءة الرمز الإلكتروني (س، ت، إ) بأي جهاز مزود بنظام إلتقاط الصور بواسطة تطبيق يحمل مجّاناً من البوابة الإلكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري. كما تتمّ عملية المعلومات الموجودة في الرمز الإلكتروني بانتظام من طرف مصالح المركز الوطني للسجل

(64) - قانون رقم 04-08، مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلّق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ر ج ج د ش، عدد 52 الصادر في 18 أوت 2004، معدّل ومنتّم بالقانون رقم 13-06، مؤرخ في 23 جويلية 2013، ج ر ج ج د ش، عدد 39 الصادر في 31 جويلية 2013، معدّل ومنتّم بالقانون رقم 18-08، مؤرخ في 10 جوان 2018، ج ر ج ج د ش، عدد 35، الصادر في 13 جوان 2018.

(65) - مرسوم تنفيذي رقم 19-251 مؤرخ في 16 سبتمبر 2019، معدّل ومنتّم بالمرسوم التنفيذي رقم 18-112، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري بواسطة إجراء إلكتروني، ج ر ج ج د ش، عدد 57، الصادر في 18 سبتمبر 2018.

(66) - مرسوم تنفيذي رقم 18-112، مؤرخ في 5 أفريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري، الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، ج ر ج ج د ش، عدد 21، الصادر في 11 أفريل 2018.

التجاري (67). فقد أورد في نفس الشأن المرسوم التنفيذي رقم 19-89، الذي يحدد كفاءات حفظ سجلات المعاملات الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، حيث ورد ضمن نص المادة 4 من هذا المرسوم، أنه يجب على المورد الإلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية، وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري وذلك قبل تاريخ 20 سنة من الشهر بالنسبة للمعاملات التجارية التي أجراها خلال الشهر السابق (68)، بمعنى أن المورد الإلكتروني ملزم بحفظ سجلات معاملاته لدى المركز الوطني للسجل التجاري قبل يوم 20 من كل شهرين الشهر السابق، حيث يهدف هذا الإجراء إلى ضمان الشفافية ومتابعة النشاط التجاري الإلكتروني بشكل رسمي وموثوق.

ب. التسجيل في الصناعات التقليدية والحرفية

يتعين على كل حرفي سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً، ممارسة نشاطه التجاري (69) وتسجيل الحرفيين وقطاع الصناعات التقليدية ضمن السجل الخاص بالصناعات التقليدية والحرفية. غير أنه يُلاحظ أن المشرع الجزائري لم يحدد الجزاءات في حالة قيام الحرفي بممارسة نشاطه التجاري دون التسجيل المسبق في هذا السجل.

ج. نشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت

لتفعيل النشاطات التجارية الإلكترونية في الجزائر يشترط القانون رقم 18-05 على المورد الإلكتروني إنشاء موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية تخزن على أنظمة المعالجة الإلكترونية داخل البلاد. هذا الشرط جزءاً أساسياً من عملية التسجيل في السجل التجاري حيث يهدف في ضمان

(67) - مرسوم تنفيذي رقم 18-112، مؤرخ في 5 أبريل 2018، مرجع سابق.

(68) - مرسوم تنفيذي رقم 19-89. مؤرخ في 5 مارس 2019 يحدد كفاءات حفظ سجلات المعاملات الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، ج ر ج د ش، عدد 17، الصادر في 17 مارس 2019.

(69) - رحالي سيف الدين، مرجع سابق، ص. 82.

سيطرة السلطات على البيانات وتوفير بيئة تجارية آمنة⁽⁷⁰⁾. ومن الضروري هنا التمييز بين الموقع الإلكتروني والصفحة الإلكترونية. فالأول يمثل مجموعة من الصفحات المرتبطة بإسم نطاق واحد. بينما تعدّ الصفحة الإلكترونية مستنداً بسيطاً يعرض ضمن المتصفح مثل: المستندات المكتوبة بلغة (HTML) التي قد تحتوي على تنسيقات (CFF) وبرمجيات جافاسكريبت ووسائط متعددة كالصور والفيديوهات⁽⁷¹⁾.

د. العرض التجاري:

يعتبر من أهم الوسائل التي يعتمد عليها المتعاملون لعرض منتجاتهم وخدماتهم على المستهلك أو العميل الإلكتروني، بهدف إحاطتهم علماً بطبيعة السلعة والخدمات وخصائصها ونوعيتها.

وعليه يمكن القول بأنّ العرض التجاري الإلكتروني يقع في جوهر الالتزام بالإعلام الإلكتروني. وتأسيساً على المادة 11 من القانون رقم 05-18 يشترط أن يقدم المورد الإلكتروني هذا العرض بكتابة واضحة مرئية مقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل المعلومات الواردة في نفس المادة على سبيل الحصر تتمثل هذه المعلومات في:

- 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 بإحتساب كل الرسوم.

- حالة توفر السلعة أو الخدمة.

(70) -بوطيش أسماء، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية، محاضرة مقدمة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، تخصص: إدارة إلكترونية، 2024، ص.4.

(71) -حزّام فتيحة، المعاملات الإلكترونية (دراسة على ضوء القانون رقم 05-18)، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق، عمان، 2022، ص.52.

- كيفية ومصاريف وأجال التسليم.
- الشروط العامة للبيع لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.
- شروط الضمان التجاري
- طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقاً.
- كيفية وإجراءات البيع.
- شروط فسخ العقد عند الإقتضاء.
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية.
- مدة صلاحية العرض عند الإقتضاء.
- شروط وأجال العدول عند الإقتضاء.
- طريقة تأكيد الطلبية.
- طريقة إرجاع المنتج وإستبداله أو تعويضه.
- تكلفة إستخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها⁽⁷²⁾.

هـ.الطلبية المسبقة في المعاملة الإلكترونية

عرّفت المادة 6 الفقرة 7 من القانون رقم 05-18 الطلبية المسبقة بأنها "تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج".

(72) --قانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

من خلال نص هذه المادة، يمكن القول بأنّ الطلبية المسبقة يقصد بها أنّ المورد الإلكتروني يسمح للمستهلك بطلب أو حجز منتج غير متوفّر حالياً، مع إلزامه ببيعه أو تسليمه له عند توفره مستقبلاً.

بالرجوع إلى المادة 12 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فإنّ الطلبية المسبقة تمرّ بمراحل إلزامية هي:

-وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني بحيث يتمّ تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة.

-التحقّق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لا سيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوجودي والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإلغاءها، أو تصحيح الأخطاء المحتملة.

-تأكيد الطلبية التي تؤدي إلى تكوين العقد.

-يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبّراً عنه صراحة

-يجب أن لا يتضمّن الخانات المعدة للعلن من قبل المستهلك الإلكتروني أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره⁽⁷³⁾.

يستخلص من هذه المادة أنّه يجب إحترام المراحل التي تمرّ بها الطلبية المسبقة عند إبرام الطلبية الإلكترونية لحماية المستهلك الإلكتروني. وتبدأ هذه المراحل بتمكين المستهلك من الإطلاع على الشروط التعاقدية بوضوح، ثمّ منحه فرصة التحقق من تفاصيل الطلبية مثل المنتج والسعر والكمية، مع إمكانية تعديلها وإلغاءها، وأخيراً تأكيد الطلبية بشكل صريح.

(73) -قانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية مرجع سابق.

و. وجود الإشهار الإلكتروني

عرّف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني بموجب المادة 6 الفقرة 6 من القانون رقم 18-05 على أنه "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁽⁷⁴⁾.

من خلال هذه المادة يتّضح أنّ المشرع الجزائري عرّف الإشهار الإلكتروني بإعتباره وسيلة تستعمل عبر وسائل الإتصال الإلكترونية من أجل الترويج للسلع والخدمات سواءً بصفة مباشرة أو غير مباشرة. إذ يشمل هذا النوع من الإشهار مختلف الإعلانات يتمّ نشرها عبر الأنترنت أو الوسائط الرقمية. كما حدّد المشرع الجزائري أيضا شروط الإشهار الإلكتروني بموجب المادة 30 من القانون رقم 18-05، وهي كالآتي: "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري، تتمّ عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن يُلبّي المقتضيات الآتية:

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية.
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تمّ تصميم الرسالة لحسابه.
- ألاّ تمسّ بالنظام العام والأداب العامة.
- أن تحدد بوضوح ما إذا كان العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، وفي حالة ما إذا كان هذا العرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً.
- التأكّد من جميع الشروط الواجب إستقائها، للإستفادة من العرض التجاري ليست مضلّة ولا غامضة."

والمفهوم من هذه المادة أي المادة 30 من القانون رقم 18-05، أنّ المشرع قد حدّد جملة من الشروط الواجب توفّرها في كل إشهار أو ترويج أو رسالة لها طبيعة تجارية أو هدف تجاري.

(74) - قانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

والتي تتم عبر المنظومة الإلكترونية حيث لا بدّ أن لا تخالف النّظام العام والأداب العامة وأن لا تكون غامضة، وأن تحدد الغرض من العرض التجاري بوضوح⁽⁷⁵⁾.

إضافةً إلى ما جاء به نص المادة 34 من قانون التجارة الإلكترونية أن "منع الإشهارات التي منعها القانون بموجب التنظيم والتشريع المعمول بهما من نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الإتصال الإلكتروني⁽⁷⁶⁾.

ومنه فإنّ المشرع الجزائري لم يضع الإشهار الجزائري بصفة مطلقة، وإنّما قيّده بضرورة إحترام الأحكام القانونية المنظمة للتسويق الإلكتروني، بحيث يكون الإعلان مشروعاً من حيث موضوعه ومضمونه.

الفرع الثاني

نطاق ممارسة التجارة الإلكترونية

يشمل نطاق معاملات التجارة الإلكترونية عدة جوانب أساسية يمكن من خلالها تحديد طبيعة هذا النوع من المعاملات وحدوده. ولتوضيح ذلك سيتم التطرّق إلى عنصرين رئيسيين يتمثلان في: إقليمية ممارسة التجارة الإلكترونية، إضافةً إلى المعاملات المستثناة في التجارة الإلكترونية.

أولاً: المعاملات المستثناة في القانون الجزائري.

إستثنى المشرع الجزائري بعض المعاملات المستثناة من نطاق تطبيق التجارة الإلكترونية نظراً لطبيعتها الخاصّة وخضوعها لتنظيم قانوني خاص.

(75) -بولحبال عبد اللّطيف محمّد رشيد، باكلي رابح، التجارة الإلكترونية في الجزائر واقع وأفاق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص: المهن القانونية والقضائية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2021، ص.29.

(76) -قانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

1- المعاملات المستثناة من التعامل الإلكتروني بموجب المادة الثالثة من القانون رقم 05-18

تنص المادة الثالثة من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه، "تُمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما". غير أنه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي:

- لعب القمار والرّهان واليانصيب.

- المشروبات الكحولية والتبغ.

- المنتجات الصيدلانية.

- المنتجات التي تمسّ بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

- كل سلعة أو خدمة محضرة بموجب التشريع المعمول به.

- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.

كما تخضع المعاملات الإلكترونية المسموح بها للحقوق والرّسوم المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما، فمن خلال تحليل المادة الثالثة المذكورة أعلاه يتّضح لنا أنّ المعاملات التجارية عبر الاتصال الإلكتروني تحكمها مجموعة من الضوابط المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية، إضافةً لذلك وكأصل عام فالشخص له مُطلق الحرية في تسويق أو إقتراح توفير السلعة أو الخدمة التي يرغب فيها عن طريق الوسائط الإلكترونية، بإعتبار أنّ الوسائط الإلكترونية عديدة ومتنوعة. وبصفة إستثنائية منع المشرع الجزائي على سبيل الحصر لا المثال بعض المعاملات من ممارستها في إطار التجارة الإلكترونية في المادة الثالثة المذكورة سلفا كون أنّ هذه المعاملات غير مشروعة أو غير تجارية⁽⁷⁷⁾، يتمّ توضيحها على النحو الآتي:

(77) -قانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

أ. حظر لعب القمار والرّهان واليانصيب

نتيجةً للتطوّر الكبير الذي شهدته وسائل الإتصال الحديثة وانتشار شبكة الأنترنت أدّى ذلك إلى ظهور معاملات تتمّ عبر وسائل إلكترونية. غير أنّ هذه الوسائل قد تستغل في ممارسة بعض الأنشطة غير المشروعة من بينها القمار والرّهان الإلكتروني. كما إشتهرت فكرة اليانصيب في الآونة الأخيرة وأصبحت متداولة عبر الأنترنت، حيث تمّ إستغلال هذه الفكرة في عمليات الإحتيال بحجة اليانصيب عن طريق إرسال رسائل بالبريد الإلكتروني للأشخاص وإيهامهم بالفوز بمبالغ خيالية تجعل المتلقّي يدلي بمعلومات أحيانا دون إنتباه، مع أنّ لعب القمار والرّهان ممارسة ممنوعة في القواعد العامة بإستثناء الرّهان الخاص بالمسابقة والرّهان الرياضي الجزائري⁽⁷⁸⁾ وقد تدخّل المشرع الجزائري لتنظيم هذا المجال حيث إستبعد المعاملات المرتبطة بالقمار والرّهان من نطاق التجارة الإلكترونية وفقا للقانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. كما جرّم هذه الأفعال بموجب قانون العقوبات وفقا لنص المادة 612 التي تنصّ على معاقبة كل من ينظم أو يدير أو يهيئ وسائل لممارسة القمار، وكذلك كل من يشارك فيه حماية للنظام العام والأداب العامة.⁽⁷⁹⁾

ب. حظر التعامل بالمشروبات الكحولية و التبغ

يكمّن الهدف من حظر التعامل بالمشروبات الكحولية والتبغ في التخفيف من تعاطيها الذي قد يؤدي إلى مخاطر صحيّة لمتعاطيها. فالمشرع الجزائري منع الترويج والإشهار لمواد التبغ والمشروبات الكحولية وذلك طبقا للمادتين 51 و60 من القانون رقم 18-11 المتعلق بالصحة

(78) -أمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر ج د ش، عدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم بالأمر رقم 05-10، مؤرخ في 6 جوان 2005، ج ر ج د ش، عدد 44 صادر في 26 جوان 2005 .

(79) -أمر رقم 166-56، مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج د عدد 37 الصادر في 22 جوان 2016، معدل ومتمم بالقانون رقم 24-06، مؤرخ في 28 أفريل 2024، ج ر ج د ش، عدد 30 صادر في 28 أفريل 2024.

تنصّ المادة 51 من هذا القانون على أنه: "يمنع كل شكل من أشكال الترويج والدعاية والإشهار لمواد التبغ". فالمقصود من ذلك أنّ المشرع وضع قاعدة قانونية واضحة تقضي بمنع أي نشاط إعلاني مرتبط بمنتجات التبغ، سواءً كان ذلك عبر الإعلانات بوسائل الإعلام المختلفة أو الملصقات واللافتات أو الإشارات والرموز التي تشجّع على إستهلاك التبغ إلى غير ذلك لهدف حماية الأفراد خاصة الشباب من التأثير بالإعلانات التي تشجّع على تعاطيها. إضافة للمادة 60 من نفس القانون المذكور سلفا التي تنصّ على: "يمنع الترويج والدعاية والإشهار للمشروبات الكحولية ولكل مادة أخرى معيّنة ومصنّفة مُضرة بالصحة"⁽⁸⁰⁾. فهذه المادة تؤكد على حظر الإشهار والدعاية للمشروبات الكحولية عبر مختلف وسائل الإعلام والاتصال، مع تشديد الرقابة على المحتوى الإعلاني. ومن خلال هاتين المادتين يسعى المشرع الجزائري إلى تعزيز حماية الصحة العامة والمستهلك. ذلك بمنع الترويج للمشروبات الكحولية والمواد المضرة.

ج. حظر التعامل بالمنتجات الصيدلانية

قيّد المشرع الجزائري التعامل بالمواد الصيدلانية من خلال تنظيم الإشهار الخاص بها نظراً لإرتباطها المباشر بصحة الإنسان، حيث نصّت المادة 237 الفقرة السابعة من قانون رقم 18-11 المتعلّق بالصحة على أنّ: "يمنع الإشهار للمواد الصيدلانية والترويج لها إتجاه الجمهور بكل الوسائل الإعلامية"⁽⁸¹⁾ "ذلك لحماية المستهلك من الإستعمال غير السليم للأدوية بإعتبار أنّ هذا المنع ليس مطلقاً إذ أجاز المشرع الإشهار الموجّه لمهني الصحة، كما نصّت الفقرة الأولى من نفس المادة من قانون الصحة على إمكانية القيام بأنشطة ترويجية لغرض التعريف بالمواد الصيدلانية وتشجيع وصفها وتسليمها في إطار مهني منظم وبالتالي يتّضح أنّ المشرع الجزائري

(80) - قانون رقم 18-11، مؤرخ في 2 جويلية 2018، يتضمن قانون الصحة، ج 3 د ش، عدد 28 الصادر في 16 ماي 2018.

(81) - المرجع نفسه.

يسعى إلى تحقيق التوازن بين حماية الصحة العامة وتمكين المختصين من الإطلاع على المعلومات الدوائية اللازمة لممارسة مهامهم".

د. حظر التعامل بالمنتجات التي تنص على حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية

يمنع المشرع الجزائري عرض أو تسويق أي منتج ينتهك حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية للغير والمقصود من ذلك منع تداول المنتجات المقلدة أو التي تحمل علامات تجارية مزيفة أو منسوخة دون إذن صاحب الحق. إذ يُعدُّ هذا الفعل إعتداء على الحقوق الإستثنائية التي يمنحها القانون لصاحب العلامة أو الإبتكار، كما يعتبر تقليد العلامة التجارية جريمة يُعاقب عليها القانون طبقاً للمادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات خاصة إذا كان شأن هذا التقليد أحدث لبس لدى المستهلك أو الإضرار بصاحب العلامة الأصلية⁽⁸²⁾.

إضافةً إلى أنَّ التشريعات تفرض عقوبات جزائية على مرتكبي هذه الأفعال تتراوح وفقاً للنصوص القانونية بين الغرامات والعقوبات المنصوص عليها في المواد المحددة لذلك.

هـ. حظر التعامل في السلع أو الخدمات الخطرة أو الممنوعة قانوناً

يحظر القانون ممارسة أي نشاط تجاري إلكتروني يتعلّق بسلع أو خدمات تشكّل خطراً على الأفراد أو المجتمع أو التي يمنع القانون الترويج لها. فالهدف من هذا الحظر هو حماية الصحة والأمن العام مثل منع الترويج أو الإتجار بالمواد المخدرة أيضاً أي منتجات محظورة بموجب التشريع المعمول به⁽⁸³⁾.

(82) -قانون رقم 03-06، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر ج د ش، عدد 44، الصادر في 18 جويلية 2018.

(83) -رحالي سيف الدين، مرجع سابق، ص.76.

و. حظر التعامل بكل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي أو إجراءات خاصة.

هناك بعض المعاملات يشترط القانون لإبرامها شكلية معينة أو إعداد عقد رسمي وبالتالي لا يمكن إتمامها عبر الوسائل الإلكترونية فقط، من بين هذه المعاملات تلك التي تتعلق ببعض التصرفات القانونية مثل الرهن أو تسجيل العقارات لضمان صحة المعاملة وحماية أطرافه⁽⁸⁴⁾.

2- المعاملات المستثناة من للتعامل الإلكتروني بموجب المادة الخامسة من القانون رقم 18-

05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

تنص المادة 5 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على: «تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به وكذا المنتجات أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي». يتضح من خلال هذا النص أن المشرع الجزائري قد منع التعامل إلكترونياً بالمنتجات الحساسة وكذا المنتجات التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي، فقد أحال المشرع في تحديد مفهوم المنتجات الحساسة في النصوص التنظيمية ذات الصلة خاصة المرسوم التنفيذي الذي يحدد قواعد الأمن المطبقة على الأنشطة المرتبطة بالتجهيزات الحساسة. ويقصد بهذه التجهيزات الوسائل أو المعدات التي قد يؤدي إستعمالها الغير مشروع إلى الإضرار بالأمن الوطني أو النظام العام وبموجب المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 09-410⁽⁸⁵⁾ من أجل تحقيق الأمن العام التجاري في إطار التجارة الإلكترونية والمحافظة عليه، فرض المشرع الجزائري على الموردين الإلكترونيين التزامات أهمها: لا بد أن لا يكون الإشهار التجاري مضلل أو كاذب ما يؤدي إلى تغليب المستهلك

(84) رحالي سيف الدين، مرجع سابق، ص. 76.

(85) -مرسوم تنفيذي رقم 09-410، مؤرخ في 10 ديسمبر 2009، يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة، ج ر ج د ش، عدد 73، الصادر في 13 ديسمبر 2009، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 16-61 مؤرخ في 11 فيفري 2016، ج ر، عدد 9، الصادر في 17 فيفري 2016.

الإلكتروني وأن لا يمسّ بالأداب العامة والنظام العام. وتأكيداً على ذلك فإنّ كل مخالفة لأحكام المادة 5 يعاقب مرتكبها بغرامة مالية من 500,000 دج الى 2,000,000 دج دون المساس بتطبيق العقوبات الأشدّ في التشريع المعمول به، مع إجازة أن يأمر القاضي بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السّجل التجاري طبقاً للمادة 38 من القانون رقم 18-05⁽⁸⁶⁾.

ثانياً: إقليمية ممارسة التجارة الإلكترونية

بموجب نص المادة 7 من القانون رقم 18-05 "يُعفى بعض إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصّرف البيع عن طريق الإتصالات الإلكترونية لسلعة أو خدمة من طرف مورد إلكتروني مقيم لمستهلك إلكتروني موجود في بلد أجنبي عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

حيث يجب أن تحول عائدات هذا البيع بعد الدفع إلى حساب البريد الإلكتروني للمواطن في الجزائر، لدى بنك معتمد من قبل الجزائر أو لدى بريد الجزائر. حيث تتمثل الأحكام القانونية لمزاولة التجارة الإلكترونية العابرة للحدود في وضعيتين:

الوضعية الأولى:

هيّ التي يكون فيها المورد الإلكتروني مقيماً في الجزائر والمستهلك الإلكتروني مقيماً في بلد أجنبي، وتشمل الضوابط ما يلي: تُعفى المبيعات عن طريق الإتصال الإلكتروني من إجراءات الرقابة الخارجية على الصّرف مع شرط عدم تخطّي قيمة السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الجزائري وفقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما، وإجبارية تحويل عائدات البيع الإلكتروني إلى حساب المورد الإلكتروني الموطّن لدى بنك معتمد من قبل بنك أو بريد الجزائر.

الوضعية الثانية:

(86) -قانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

يكون فيها المورد الإلكتروني غير مقيم في الجزائر، والمستهلك الإلكتروني مقيماً في الجزائر من بين شروطها: تعفى من إجراءات الرقابة على صرف المنتجات محل البيوع الإلكترونية موجهة للاستعمال الشخصي للمستهلك الإلكتروني المقيم، مع شرط عدم تجاوز قيمة المنتج ما يعادله بالدينار وفقاً للتشريع والتنظيم المعمول به، وإلزامية تحويل ثمن المنتجات من الحساب البنكي للمستهلك الإلكتروني بالعملة الصعبة⁽⁸⁷⁾.

المطلب الثاني

دوافع وأسس التجارة الإلكترونية

تكمن دوافع التجارة الإلكترونية في التطور التكنولوجي السريع وانتشار استخدام الأنترنت، إضافة إلى رغبة الأفراد والمؤسسات في تقليل تكاليف وتوسيع نطاق الأسواق، كما ساهمت في تسهيل تبادل السلع والخدمات بسرعة وفعالية. كما تقوم التجارة الإلكترونية على أسس تكنولوجية وقانونية تضمن أمن المعاملات وثقة المتعاملين واستمرار النشاط التجاري الرقمي. وهذا ما يؤدي بنا إلى التعرف أكثر على دوافع التجارة الإلكترونية (الفرع الأول)، ثم أسس التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

دوافع التجارة الإلكترونية

ترجع نشأة وانتشار التجارة الإلكترونية إلى مجموعة من الدوافع المرتبطة بالتطور التكنولوجي والتحويلات الاقتصادية المعاصرة التي أثرت في أنماط المعاملات التجارية، ومن ثم تبرز أهمية الوقوف على أهم هذه الدوافع التي ساهمت في تطورها وتوسعها.

(87) - عبد اللّوي خديجة، محاضرات في قانون معاملات التجارة الإلكترونية، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الحاج بوشعيب، عين تيموشنت، 2021، ص. 33-34.

أولاً: تسهيل التبادلات التجارية

يعتبر تسهيل التبادلات التجارية من أهم الدوافع التي تؤدي إلى إنتشار التجارة الإلكترونية، ذلك من خلال رغبة المتعاملين الإقتصاديين في إيجاد إطار أكثر ملائمة لممارسة أنشطتهم التجارية. إلى جانب إتساع نطاق التجارة الإلكترونية ليشمل مختلف الجوانب المادية والغير مادية التي دفعتهم إلى الإقبال على هذا النمط من المعاملات لذا إتسع إستعمالها بشكل كبير في الوقت الحالي. (88)

ومن هذا السياق يتضح أنّ الحاجة إلى عمليات البيع والشراء كانت سبباً في توجّه الأفراد والمؤسسات نحو التجارة الإلكترونية من أجل تطوير أساليب التعامل التجاري ومواكبة التغيرات التي تعرفها المعاملات الاقتصادية الحديثة.

ثانياً: الفعالية التجارية

تعتبر الفعالية التجارية دافعاً مهماً في تعميم التجارة الإلكترونية للوصول إلى مستوى عالٍ من الكفاءة في الإنتاج والتوزيع، وهو مادفع المؤسسات إلى تحسين إنتاجها أو البحث عن أفضل الإستراتيجيات لتسويق منتجاتها والتعريف بها، ممّا شجّعها على إستعمال تكنولوجيا المعلومات والإتصال في إطار النشاط التجاري. (89).

وذلك ما أدّى بالمؤسسات الإقتصادية إلى تطوير أساليبها وتحسين إستراتيجيتها التسويقية للتعريف بمنتجاتها بشكل أفضل.

ثالثاً: إيجاد أسواق جديدة

في الوقت الذي إشتدّ فيه التنافس بين الشركات أصبح دافع إيجاد الأسواق الجديدة أساسياً في إزدهار التجارة الإلكترونية، وذلك ما حفّزها للإعتماد على تكنولوجيا المعلومات والإتصال

(88) - عبد المجيد قدي، عبد الله البحري، "آليات تطبيق التجارة الإلكترونية ومزاياها على الاقتصاد الجزائري"، مجلة الحقيقة، مجلد 11، عدد 4، جامعة أحمد دراية، 2012، ص.6.

(89) - بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص.46.

كوسيلة لتمكينها من توسيع نطاق نشاطها التجاري والترويج بمنتجاتها عبر الإشهار الإلكتروني.⁽⁹⁰⁾

ما يعني أنّ المنافسة القويّة بين الشركات جعلتها تبحث عن وسائل جديدة لتسويق منتجاتها، لذلك أصبحت تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والإشهار الإلكتروني ممّا ساعدها على الوصول إلى أسواق جديدة على المستوى العالمي.

الفرع الثاني

أسس التجارة الإلكترونية

حتى يتمكّن التاجر أو مقدّم الخدمة من ممارسة نشاطه في مجال التجارة الإلكترونية، لا بدّ من توفّر مجموعة من الأسس التي يقوم عليها والتي لا يمكن أن تتحقق إلّا من خلالها⁽⁹¹⁾، وتنقسم هذه الأسس إلى أسس تكنولوجية (أولاً)، وأسس قانونية تجارية (ثانياً).

أولاً: الأسس التكنولوجية

تقتضي ممارسة التجارة الإلكترونية توفّر أسس تكنولوجية متكاملة تعدّ شرطاً أساسياً لقيامها. حيث تتمثل في جملة من الوسائل التقنيّة الضروريّة من بينها البرمجيات، أجهزة الحاسب الآلي والتقنيات الحديثة المؤهلة لممارسة هذا النشاط سواءً من جانب المنتج أو المستهلك كما يقتضي توفّر موقع إلكتروني خاص بمقدّم الخدمة يمكنه من عرض منتجاته وسلعه عبر الشبكة العالمية ما يضمن تسهيل عملية التبادل الإلكتروني وتحقيق فعاليته⁽⁹²⁾.

أ- الحاسوب

(90) - عبد المجيد قدي، عبد الله البحري، مرجع سابق، ص.6.

(91) - الزاوي عبد اللطيف، مرجع سابق، ص.19.

(92) - وادفل زينة، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، تخصّص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014، ص.13.

لا بدّ من الإشارة إلى أنّ دراسة الحاسوب لا ينبغي أن تنصرف إلى الجهاز بحد ذاته بقدر ما تنصبّ على برامجه، ذلك أنّ الحاسوب في صورته المادية المجردة وأن يكون أدلة جامدة لا تكتسب قيمتها الحقيقية إلاّ من خلال إرتباطها ببرنامج يحولها من مجرد قطعة مادية عديمة الدلالة إلى أداة ذات نفع عظيم. في هذا عرّف التوجيه المتضمن لقواعد حماية برامج الحاسوب الصادر عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية برنامج الحاسوب بأنه "مجموعة من المعارف والمعلومات التي يعبر عنها بأي شكل من الأشكال سواء كان شفهيًا أو مكتوبًا أو مرئيًا أو غير ذلك، ويمكن نقلها أو تحويلها إلى صورة قابلة للمعالجة بواسطة آلة، بحيث تمكّن جهازًا إلكترونيًا من تنفيذ عمليات معقدة، وتحقيق نتائج محددة إستجابة لأهداف عملية حتى من قبل الأشخاص غير مصممي البرنامج⁽⁹³⁾.

ب- الأنترنت

احتلّت شبكة الأنترنت مكانة بارزة في العالم المعاصر، حيث أصبحت تستخدم على نطاق واسع في مختلف مجالات الحياة. إذ تتيح إمكانية الولوج إلى المعلومات والأخبار في أي وقت وفي أي مكان، ويعدّ إستخدامها في المجال التجاري من أبرز تطبيقاتها الحديثة وعلى هذا الأساس تعتبر التجارة عبر الأنترنت من أهم صور التجارة الإلكترونية، ذلك أنّه لا يمكن تصوّر قيام هذه الأخيرة دون وجود شبكة الأنترنت التي ساهمت فعليًا في إرساء دعائمها وتحقيق وجودها العملي⁽⁹⁴⁾.

ج- الهاتف

يعد الهاتف من أكثر وسائل الإتصال الفعّالة في تسهيل المعاملات نظرًا لما يوفره من سرعة في نقل الصّوت بشكل مباشر. وقد عرّفه المشرّع الجزائري بأنّه وسيلة تُتيح نقل المكالمات عبر الشبكات العمومية بما يسمح لكل مستعمل سواء كان ثابتًا أو متنقلًا بإجراء إتصال مع طرف آخر.

(93) - وادفل زينة، مرجع سابق، ص.19.

(94) - الزاوي عبد اللطيف، مرجع سابق، ص.20

وفي إطار المعاملات التجارية يمكن إعتقاد الهاتف كوسيلة لإبرام العقود حيث يتم التعاقد بين الأطراف في نفس الوقت دون الحاجة إلى تواجدهما في مكان واحد. ويتميز هذا النوع من التعاقد بكونه فوراً إذ يتحقق بمجرد تبادل الإيجاب والقبول شفويًا. وقد أقرّ المشرّع بصفة هذا النوع من التعاقد معتبرا إياه تعاقدًا يتم في مجلس عقد حُكمي تتحقق فيه الإراداتان عبر وسيلة اتصال مباشرة دون وساطة⁽⁹⁵⁾.

د- الموقع الافتراضي

يعتبر الموقع الافتراضي بمثابة العنوان الإلكتروني الذي يختاره التاجر لمزاولة نشاطه التجاري، كما يتمكن من خلاله عرض منتجاته وخدماته والوصول إلى المتعاملين في مختلف الأماكن. وينشأ هذا الموقع عن طريق إختيار عنوان إلكتروني مميز وثابت لكل مستخدم، كما يجب أن يكون تحديده واضحًا وسهل التذكّر ويتكون عادةً من عدّة عناصر من بينها: إسم المستخدم إسم النّطاق إمتداد النّطاق الذي يشير إلى المجال الجغرافي أو نوع النشاط.

وعليه يعتبر الموقع الافتراضي أداة أساسية في التجارة الإلكترونية فهو يمثل واجهة رقميّة للتاجر ووسيلة فعّالة للتعريف بخدماته والتواصل مع عملائه ممّا يجعله عنصرًا لا يستغنى عنه في بيئة المعاملات الإلكترونية الحديثة⁽⁹⁶⁾.

ثانياً: الأسس القانونية والتجارية للتجارة الإلكترونية

تقوم التجارة الإلكترونية على أساسين قانونيين رئيسيين: يتمثل الأساس الأول في توحيد الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية على المستوى الدولي والوطني، بما يضمن تحديد الإنسجام التشريعي ومواكبة الطابع العابر للحدود لهذه المعاملات. أمّا الأساس الثاني يكمن في

(95) - الزاوي عبد اللّطيف، مرجع سابق، ص21 .

(96) - قانون رقم 18-05، المتعلّق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

ضرورة إرساء تشريعات وطنية مرنة قادرة على التكيف مع الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية، والتطورات التكنولوجية المتسارعة، بما يكفل فعالية التنظيم القانوني واستمراريته.⁽⁹⁷⁾

تتمثل الأسس التجارية للتجارة الإلكترونية في مجموعة من المعايير ذات طابع تجاري التي تقوم عليها هذه المعاملات، يأتي في مقدمتها ضرورة توفر موقع إلكتروني يعكس الهوية التجارية للمؤسسة من حيث الشكل التجاري واسم النطاق وغالباً ما يرتبط بإسم الشركة أو المؤسسة، ويكون بمثابة علامة تجارية رقمية تميزها عن غيرها. كما تلتزم هذه الأخيرة بإعتماد هذا العنوان الإلكتروني في مختلف تعاملاتها لا سيما في علاقتها بأجهزة الرقابة القضائية والضريبية مع إلزامية تضمينه في كافة الوثائق والمحركات التجارية الصادرة عنها. إلى جانب ذلك يستلزم لممارسة التجارة الإلكترونية إستيفاء جملة من الشروط المرتبطة بحقوق الممارسة من بينها القيد في السجل التجاري والحصول على الرقم الجبائي بإعتبارهما من المتطلبات الجوهرية التي تضيء الشرعية على النشاط التجاري وتمكّن من ممارسته بصفة قانونية منتظمة⁽⁹⁸⁾.

كما قد نصّ المشرّع الجزائري في المادة 9 من القانون رقم 05-18 على ما يلي: "تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للتسجيل التجاري تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري في سجل الصناعات التقليدية والحرفية"⁽⁹⁹⁾.

يفهم من هذا النص أنّ المشرّع ألزم الموردين بضرورة التسجيل في هذه البطاقة إلى جانب إستيفاء الشروط القانونية من بينها إيداع إسم النطاق لدى الجهات المختصة.

(97) - وادفل زينة ، مرجع سابق ، ص.24.

(98) - الزاوي عبد اللطيف، مرجع سابق ، ص.22.

(99) - قانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

خلاصة الفصل

على ضوء ما تمّ التطرّق إليه في هذا الفصل ، يتّضح أنّ التجارة الإلكترونيّة تمثّل مفهوماً حديثاً تتعدّد أبعاده بين التعريفات الفقهية والشرعية والدولية، وتتفرد بخصائص وأنواع تميزها عن نمط التجارة التقليديّة. ورغم أنّها تقدّم مزايا ملموسة تساهم في تسهيل المعاملات التجارية، إلّا أنّ فعاليّتها قد تواجه بعض العيوب وهو ما يستلزم إستبفاء شروط محددة لممارستها وضبط نطاق تطبيقها والأحوال المنظمة لها، إستجابة للدوافع التي أدّت إلى إنتشارها المتسارع.

الفصل الثاني

التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع
الجزائري

يشهد مجال التجارة الإلكترونية تطورا متسارعا، فرض على المشرع الجزائري مواكبة هذا التحول ذلك من خلال وضع إطار قانوني ينظم المعاملات التي تتم عبر وسائط إلكترونية ويضمن حجيتها القانونية، وفي هذا السياق سعى المشرع الجزائري الى الاعتراف بالتجارة الإلكترونية وتنظيم أهم عناصرها، خاصة ما يتعلق بالعقد الإلكتروني باعتباره الأداة الأساسية لإبرام المعاملات الإلكترونية، وما يرتبط به من وسائل مثل التوقيع والدفع الإلكتروني مما يضمن فعالية هذه المعاملات وتعزيز الثقة بين المتعاملين.

ويهدف هذا التنظيم الى تحقيق التوازن بين تشجيع المعاملات الإلكترونية من جهة، وتوفير الحماية القانونية اللازمة للأطراف المتعاملة من جهة أخرى، في ظل ما تطرحه البيئة الرقمية من إشكالات قانونية متنوعة، ومع ذلك لا تزال هذه التجارة تواجه مجموعة من التحديات المستقبلية المرتبطة بمدى كفاية النصوص القانونية الحالية وبمسألة الحماية القانونية للأطراف المتعاملة خاصة في ظل تنامي المخاطر الإلكترونية، وعليه يتضمن هذا الفصل التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية من خلال مبحثين رئيسيين: الأول يخصص بالاعتراف القانوني للتجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني مخصص للتحديات المستقبلية والحماية المقررة لها.

المبحث الأول

الآليات القانونية لإبرام العقد الإلكتروني في معاملات التجارة الإلكترونية

تقوم معاملات التجارة الإلكترونية على مجموعة من الآليات القانونية التي تنظم إبرامها عبر الوسائط الإلكترونية إذ يعتبر العقد الإلكتروني أساس هذه المعاملات، كما يساهم التوقيع الإلكتروني في إثبات هوية المتعاقدين والتعبير عن إرادتهم، بينما يعمل التصديق الإلكتروني على توثيق صحة التوقيع، إضافة إلى الدفع الإلكتروني الذي يعدّ كوسيلة لتنفيذ الإلتزامات المالية في البيئة الرقمية. وهذا ما تمّ التركيز عليه خلال هذا المبحث بتقسيمه إلى مطلبين (المطلب الأول) يخصّص العقد الإلكتروني كآلية أساسية لإبرام معاملات التجارة الإلكترونية (المطلب الأول)، أما (المطلب الثاني) مخصّص لتبيان آليات التعامل في التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول

العقد الإلكتروني كآلية لإبرام معاملات التجارة الإلكترونية

أدى ظهور التجارة الإلكترونية وما نتج عنه من تطورات في المعاملات التجارية الى تطور أساليب إبرام العقود في مختلف المجالات، حيث أصبحت العقود الإلكترونية تشمل شتى نواحي الحياة التجارية وغيرها دون أن يخرج ذلك عن الوظيفة الأساسية للتجارة الإلكترونية. وقد ساهم هذا التطور في تسهيل المعاملات بين مختلف فئات المجتمع،⁽¹⁰⁰⁾ ومن هنا يهّمنا معرفة مفهوم العقد الإلكتروني (الفرع الأول)، مع التطرّق لمراحل إبرام العقد الإلكتروني (الفرع الثاني) .

(100) - محمد فواز محمد المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية (أركانها إثباتها حمايتها التشفير، التوقيع الإلكتروني)، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص. 22.

الفرع الأول

مفهوم العقد الإلكتروني

يعتبر العقد الإلكتروني الركيزة الأساسية الذي تقوم به التجارة الإلكترونية ويرجع ذلك إلى ما يتميز به من سهولة وسرعة إبرامه عبر الوسائط والوثائق الإلكترونية وهو ما ساهم في تشريع المعاملات وتبسيط إجراءاتها مقارنة بالعقود التقليدية.⁽¹⁰¹⁾

إنطلاقاً من الأهمية التي يكتسبها العقد الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية فإنه يستلزم تحديد مفهومه وخصائصه وعليه ينقسم هذا الفرع إلى تعريف العقد الإلكتروني (أولاً)، ثم خصائصه وتنظيمه في التشريع الجزائري (ثانياً).

أولاً: تعريف العقد الإلكتروني

للعقد الإلكتروني عدة تعريفات فقهية وتشريعية وفيما يأتي أبرزها:

أ. التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني

اختلف الفقهاء في تعريف العقد الإلكتروني حيث ذهب إجماعاً إلى تعريفه بأنه العقد الذي يتم إبرامه عبر شبكة الأنترنت غير أنّ هذا التعريف يؤخذ عليه حصر وسيلة إبرام العقد الإلكتروني في شبكة الأنترنت فقط متجاهلاً بذلك الوسائل الأخرى.⁽¹⁰²⁾

عرّفه البعض الآخر بأنه: "تبادل الإيجاب والقبول بين البائع والمشتري من خلال الوسائل الإلكترونية وذلك إستناداً إلى نماذج معدة مسبقاً والمعالجة بطريقة إلكترونية بهدف إنشاء آثار

(101) - بوثابت صونية، العقد الإلكتروني على ضوء قانون 18-05، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، 2024، ص.6.

(102) - خالد حسن أحمد، الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي: (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص.230.

قانونية⁽¹⁰³⁾. ويلاحظ من هذا التعريف حصر وسيلة التعبير عن الإرادة في الوسائل الإلكترونية فقط في حين أنّ هذه الوسيلة لا تمثل سوى صورة من صور التعبير في بيئة التجارة الإلكترونية التي قد تتم عبر وسائل متعددة كالمواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية وتطبيقات الإتصال الحديثة، كما عرّفه الآخرون بأنّه : "كل عقد يبرم عن بعد بإستعمال وسيلة إلكترونية ويستمر إلى غاية تمام إنعقاده فه وتعرف شامل ومرن لعدم تقيده بوسيلة إلكترونية محددة"⁽¹⁰⁴⁾.

ب. التعريف التشريعي للعقد الإلكتروني

1- تعريف المشرع الجزائري

أقرّ المشرع الجزائري العقد الإلكتروني في المادة 6 الفقرة الثانية وفقا للقانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁽¹⁰⁵⁾ التي تنص على أنّ: "العقد الإلكتروني بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق لـ 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الإتصال الإلكتروني"⁽¹⁰⁶⁾. كما نصّت المادة 03 الفقرة 4 من القانون رقم 04-02 "العقد هو كل إتفاق أو إتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة محررة مسبقا لأحد أطراف الإتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن لهذا الأخير إحداث تغيير حقيقي له"⁽¹⁰⁷⁾.

(103) - بن حمدين حميدة، زيدان عبد النور "الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني المبرم وفق القانون رقم 05-18"، مجلة صوت القانون ، مجلد 10، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجبالي، بونعامة ،خميس مليانة، 2021، ص.173.

(104) -خالد حسن أحمد، مرجع سابق، ص.230

(105) - قانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

(106) - قانون رقم 04-02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مؤرخ في 23 جوان 2004، ج ر ج د ش، عدد 41، صادر في 19 سبتمبر 1990.

(107) - المرجع نفسه.

2- تعريف منظمة الأمم المتحدة الأنيسترال للعقد الإلكتروني

أولت التشريعات المختلفة إهتماماً كبيراً بتنظيم التجارة الإلكترونية وما يرتبط بها من عقود باعتبار أن العقد الإلكتروني يصنّف ضمن العقود التجارية. وقد سعت بعض هذه التشريعات خاصة في المواثيق الدولية إلى تقديم تعريف له وفي هذا الإطار قد تطرّق قانون الأنيسترال النموذجي المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁽¹⁰⁸⁾ إلى معالجة العقد الإلكتروني بشكل غير مباشر من خلال الإشارة إلى تبادل البيانات الإلكترونية وذلك إستناداً للمادة 2 الفقرة ب التي نصّت على أنه: "يراد بمصطلح تبادل البيانات نقل المعلومات من حاسوب إلى حاسوب آخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات. ويتّضح من خلال هذا التعريف أنّ المشرع لم يتّجه إلى وضع تعريف صريح ومباشر للعقد الإلكتروني وإنما ركّز على بيان الوسائل التي يتم من خلالها إبرامه وعليه فإنّ العقد الإلكتروني وفقاً لهذا القانون يفهم أنّه كل إتفاق يتم إبرامه باستعمال الوسائل التقنية الإلكترونية التي نصّ عليها القانون⁽¹⁰⁹⁾

ثانياً: خصائص العقد الإلكتروني

يتميّز العقد الإلكتروني بعدة مميّزات تميّزه عن العقود التقليدية والمتمثلة فيما يلي

1- يتم إبرام العقد الإلكتروني دون التواجد المادي للأطراف المتعاقدة:

إذ تتمثل السمة الأساسية لهذا العقد في أنّه يعقد بين الطرفين لا يجمعهما مجلس عقد حقيقي وإنما يتم التعاقد عن بعد عبر وسائل الإتصال التكنولوجية وبناءً على ذلك فه ويدخل ضمن العقود المبرمة عن بعد بحيث يتم تبادل الإيجاب والقبول إلكترونياً من خلال شبكة الأنترنت

(108) - قانون الأنيسترال النموذجي، مرجع سابق.

(109) - الزهراء مراد، "العقد الإلكتروني وأطرافه"، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 30، عدد 2، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، الجزائر، 2019، ص.304.

مما ينشئ ما يسمّى بمجلس عقد افتراضي أو حكمي يجمع بين المتعاقدين وبالتالي فهو عقد ذو طابع فوري رغم إبرامه في بيئة غير مادية.⁽¹¹⁰⁾

2- شمولية التعاقد الإلكتروني لكل المعاملات

يتَّسَمُّ العقد الإلكتروني بطابع الشمولية إذ يمكن أن يشمل مختلف أنواع المعاملات غير أن بعض الفقه يتَّجه إلى إضفاء الطابع التجاري عليه باعتبار أنَّ المعاملات التجارية هي الغالبة عليه في هذا النوع من العقود حيث يطلق عليه عقد التجارة الإلكترونية ويقصد به تنظيم المعاملات التجارية المتعلقة بالسلع والخدمات سواء كانت بين مشروع تجاري وآخر، أو بين تاجر ومستهلك وذلك عبر وسائل إلكترونية.⁽¹¹¹⁾

3- العقد الإلكتروني من عقود الإستهلاك

نظراً لكون أحد أطراف العقد مستهلكاً بررت الحاجة إلى حمايته باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وهو ما دفع المشرع إلى التدخّل لمواجهة ما قد يتعرض له من ضغوط من قبل المهنيين وإستغلالهم له ويزداد هذا الأمر تعقيداً مع تنوع السلع والخدمات إضافةً إلى اعتماد وسائل الإشهار والترويج التي قد تؤثر في إرادة المستهلك وتوجيه إختياراته ويجد المستهلك صعوبة في التكوين تقدير قديد للسلع أو الخدمات محل التعاقد في جودتها وصلاحياتها، رغم الأوصاف المقدمة من طرف المورد وهو ما يجعله يتعرّض لبعض المخاطر عند إبرامه للعقد⁽¹¹²⁾.

(110) - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستندات، الإلكترونية، د ط، د س ن، الإسكندرية، 2008، ص.17.

(111) - شحاتة غريب شلقامي، التعاقد الإلكتروني في التشريعات العربية (دراسة مقارنة) ، د ط، دار الجامد الجديدة، الأزاريطة، 2007، ص.45.

(112) - مهنا بن رشيد بن حمد السّدي، عقود التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت : (دراسة فقهية قانونية مقارنة مجلس العقد أنموذجاً) مصر، 2019، ص.108.

الفرع الثاني

إبرام العقد الإلكتروني

إنَّ التحديث التكنولوجي في وسائل الإتصال بالأخص تلك التي تمكّن وتتيح للأشخاص القدرة في التعبير عن إرادتهم عن بعد دون الحاجة إلى الإنتقال أو الإلتقاء في مجلس واحد، أدى إلى ظهور نمط جديد من التعاقد يعرف بالعقد الإلكتروني أو التعاقد عن بُعد. وقد عرف هذا النوع من العقود إنتشاراً وإمتداداً واسعاً في مجال التجارة الإلكترونية حيث أصبح وسيلة أساسية لإبرام المعاملات.

وتتجلى هذه الدراسة في الإيجاب الإلكتروني والقبول الإلكتروني، وكذا زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني.

أولاً: الإيجاب الإلكتروني

يقصد بالإيجاب أنّه تعبير الشخص عن إرادته في التعاقد من خلال عرض يقدمه إلى شخص أو أشخاص آخرين بقصد إبرام العقد، ويخضع الإيجاب الإلكتروني للقواعد العامة التي تحطم الإيجاب التقليدي. غير أنه يتميز ببعض الخصائص في إطار المعاملات الإلكترونية (113) فالمشرع الجزائري لم يعطي تعريفاً صحيحاً للإيجاب في العقد الإلكتروني سواءً في القانون المدني أو في أحكام التجارة الإلكترونية 05-18 (114)، ذلك ما يستدعي الرجوع إلى الفقه القانوني ومختلف التشريعات المقارنة فقد عرّفه الفقه القانوني بأنه "تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن

(113) - سعيدي إكرام نهال، راسي محمد، "إبرام العقد الإلكتروني بين القانون المدني والقوانين الخاصة"، مجلة الفكر القانونية والسياسية، مجلد 7، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمر تليجي، الأغواط، 2023، ص. 1145-1146.

(114) - قانون 05_18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

بعد من خلال شبكة دولية للاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية ويتضمن كافة العناصر اللازمة لإبرام العقد بحيث يستطيع من يوجه إليه أن يقبل التعاقد مباشرة. (115)

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد حدّد بشكل عام كيفية تعبير الأفراد عن إرادتهم في المعاملات القانونية وفق المادة 60، حيث يمكن أن يتم ذلك بطرق متعددة مثل التعبير الشفهي أو الكتابي أو حتى بالإشارات المتداولة التي تعتبر معبرة بشكل عام.

كما عرّفه التوجيه الأوروبي الصادر في 20/05/1997 أنّه كل إتصال يتضمّن كافة العناصر اللازمة لتمكين المرسل إليه بأن يقبل التعاقد مباشرة ويستبعد هذا النطاق مجرد الإعلان. (116)

ثانيا: خصائص الإيجاب الإلكتروني

يتميّز الإيجاب الإلكتروني بجملة من الخصائص التي تعكس طبيعته الحديثة والمغايرة للإيجاب التقليدي. إذ يتم هذا الإيجاب عن بعد من خلال عرض الإرادة التعاقدية عبر وسائل الإتصال الحديثة دون الحاجة إلى التواجد المادي للأطراف في مكان واحد (117) وهو ما يترتب عنه بالضرورة الاعتماد على وسيط إلكتروني يتمثّل غالبا في مقدم خدمة الأنترنت الذي يتولّى نقل هذا الإيجاب عبر الشبكات الرقمية . كما أنّ هذه العملية عبر وسائل إلكترونية سمعية وبصرية تتيح توظيف الصوّر الثابتة والمتحركة والصوت في عرض الإيجاب (118) بما يضيف عليه طابعًا تفاعليًا وسريع الانتشار. وإلى جانب ذلك يغلب على الإيجاب الإلكتروني الطابع

(115) - خالد حسن أحمد، مرجع سابق، ص.255.

(116) - المرجع نفسه.

(117) - جحنيط خديجة، "الإيجاب الإلكتروني في التشريع الجزائري : دراسة تحليلية للمفهوم والأحكام القانونية" مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، مجلد 10، عدد 2، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2025، ص.65.

(118) - بومسلة عبد القادر "خصوصية الإيجاب والقبول في المعاملات الإلكترونية"، مجلة الدراسات القانونية والسياسة، مجلد 4، عدد 2، جامعة عمار ثلجي، 2018، ص.323.

الدولي نظراً لكونه غير مقيد بحدود جغرافية معينة حيث ساهمت الشبكة المعلوماتية في إزالة العوائق التقليدية التي قد تحول دون إتمام التصرفات القانونية مما جعل هذا النوع من الإيجاب أكثر إنفتاحاً وامتداداً عبر مختلف الدول دون التقيد بمكان محدد.⁽¹¹⁹⁾

ثالثاً: شروط الإيجاب الإلكتروني

الإيجاب هو التعبير الذي يصدر عن الشخص من خلاله يعبر عن إرادته في إبرام عقد معين. بحيث يبرم العقد بمجرد إقتران الإيجاب بالقبول من الطرف الآخر على أن يكون هذا الإيجاب محدداً ودقيقاً، بما يعكس الإرادة النهائية والقطعية للموجب وفقاً للقواعد العامة فيشتت في الإيجاب الإلكتروني أن يكون واضحاً ومحدداً متضمناً لجميع العناصر والشروط الجوهرية للعقد وأن يكون نهائياً وباتاً بما يدل على اتجاه الإرادة نحو الالتزام⁽¹²⁰⁾ مع ضرورة توفر حسن النية لدى الموجب تجعله ملتزماً بالعرض المقدم منه متى إقترن بالقبول.⁽¹²¹⁾

رابعاً: القبول الإلكتروني

القبول الإلكتروني هو تعبير صادر عن إرادة الطرف الموجّه إليه الإيجاب يفيد رضاه وموافقته على ما ورد فيه ويعد بذلك الإرادة الثانية اللازمة لقيام العقد إذ لا ينعقد العقد قانوناً إلا بتلاقي الإيجاب مع القبول وتطابق الإرادتين⁽¹²²⁾ ولا يختلف القبول الإلكتروني عن القبول التقليدي

(119) - بن خضرة زهيرة «أحكام الإيجاب الإلكتروني» مجلة الدراسات القانونية، مجلد 7، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدية، 2021، ص.759.

(120) - يومعلي زكية «خصوصية الإيجاب الإلكتروني»، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 1، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، 2015، ص.11.

(121) - غانم عادل «محاضرات في قانون المعاملات الإلكترونية» موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر تخصص: القانون الخاص كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، ص.14.

(122) - قواسمي وفاء، بلخريش لوي العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر تخصص: قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2022، ص.28.

في جوهره وإنما يضمن الاختلاف فقط في الوسيلة حيث يتم التعبير عنه عبر وسائل إلكترونية من خلال شبكة الأنترنت فيكون قبولاً عن بُعد يتطابق مع الإيجاب من حيث المضمون⁽¹²³⁾.

1- شروط القبول

يشترط في القبول أن يصدر في شكل معين أو وفق طبيعة خاصة حيث يمكن أن يتم عبر وثائق إلكترونية خاصة إذا كان الموجب قد إشتراط ذلك في إطار التاجر الإلكتروني في عقد البيع كما يجب أن يكون القبول باتاً وجاهزاً أي أن تتجه إرادة القابل إلى الإلتزام بالعقد بشكل نهائي بإعتبار أن القبول هو تعبير عن إرادة مكتملة ومطابقة للإيجاب مما يعني أن إرادة القابل تكون واضحة ومحددة نحو إبرام العقد وترتيب آثاره القانونية وبناءً عليه لا يجوز الرجوع عن القبول بعد تحقق التلاقي بين الإيجاب والقبول إذ ينعقد العقد في هذه اللحظة ويصبح ملزماً للطرفين وفقاً لقوة العقد ولا يستطيع أحدهما العدول عنه، ونظراً لخصوصية العقود الإلكترونية خاصة في مجال الإستهلاك فإن المستهلك لا تتاح له إمكانية فعلية لمعاينة السلع أو الإلمام الكامل بخصائص الخدمة قبل التعاقد مما يجعل إبرام العقد يتم اعتماداً على المعلومات الإلكترونية المتاحة⁽¹²⁴⁾.

2- صور القبول الإلكتروني

يتكون القبول الإلكتروني من ثلاث صور المتمثلة في القبول عبر البريد الإلكتروني والقبول الإلكتروني عبر الويب، والقبول الإلكتروني عبر المحادثة.

أ. القبول عبر البريد الإلكتروني:

يتميز القبول عبر البريد الإلكتروني بكونه وسيلة فعّالة في إبرام العقود الإلكترونية، حيث ساهم في توفير الوقت والجهد وتجاوز العوائق التي تعرقل تطور المعاملات التجارية. وقد أصبح

(123) - خالد حسن أحمد، مرجع سابق، ص.258.

(124) - دناي نور الدين، "الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 1، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تندوف، 2017، ص.97-98.

التعبير عن الإرادة من خلاله واقعا عمليا في مجال التعاملات الإلكترونية نظرا لسرعته الكبيرة إذ لا يستغرق إرسال القبول دقائق معدودة بل يتم في ثواني قليلة بخلاف البريد التقليدي الذي قد يستغرق أياما أو حتى شهورا للوصول إلى المرسل إليه. (125)

ب.القبول الإلكتروني عبر الويب

يعرف الويب على أنه مجموعة ضخمة من المستندات المخزنة على شبكة الأنترنت تمكن الأفراد والجهات من الإطلاع على معلومات تخص أطراف أخرى قامت بنشرها ويتم ذلك عبر أسلوب تكنولوجي يعتمد على نظام النصّ الفائق (Hypertext) الذي يتيح تنظيم البيانات والمعلومات وإسترجاعها بسرعة وسهولة. (126)

ج.القبول عبر المحادثة

تعتبر غرف المحادثة فضاء يلتقي فيه المستهلك بالتاجر أو ممثله حيث يتم تبادل المفاوضات بينهم بشأن التعاقد إلى أن يقدم عرض يشكل إجابا يقابله قبول من الطرف الآخر وفي هذه الحالة يصدر القبول معبرا عن الموافقة على الإيجاب بما يتضمنه من شروط ويتيح هذا النوع من التعاقد عبر المحادثة للطرفين إمكانية رؤية بعضهما البعض عبر الشبكة والتواصل من خلال كاميرات متصلة بجهاز الحاسوب. (127)

ثالثا/ زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني:

تعتبر مسألة زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني من أهم وأدق الإشكالات التي يطرحها التعاقد عبر الشبكات الأنترنت لما لها من أهمية كبيرة إذ يترتب على تحديدها معرفة الوقت الذي

(125) - لزغر وسيلة "القبول في التعاقد الإلكتروني" مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مجلد 3، عدد 9، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2016، ص. 375 .

(126) - بهلولي فاتح، مرجع سابق، ص. 100.

(127) - لزغر وسيلة، مرجع سابق، ص. 375.

يثبت فيه إنعقاد العقد وكذا الوقت الذي يحق فيه للمستهلك الرجوع⁽¹²⁸⁾ ومن هذا المنطلق سيتم معالجة زمان ومكان إبرام العقد.

أ. زمان إبرام العقد الإلكتروني

تتعدد النظريات حول تحديد زمان إنعقاد العقد الإلكتروني وذلك ما سنتطرق إليه:

1- نظرية إعلان القبول

تقضي هذه النظرية بأن العقد يبرم بمجرد إعلان القابل عن قبوله دون الحاجة إلى علم الموجب بهذا القبول ووفقاً لهذا الإتجاه فإن لحظة إنعقاد العقد الإلكتروني تتم عند قيام القابل بإرسال الرسالة الإلكترونية المتضمنة للقبول حتى قبل تصديرها.⁽¹²⁹⁾

2- نظرية تصدير القبول

تقوم هذه النظرية على أنّ العبرة بتصدير القبول وليس بمجرد إعلانه لأنّ الإعلان وحده لا يعد قبولاً نهائياً مادام بقي في حوزة صاحبه، ووفقاً لهذا الإتجاه يعتبر العقد مبرماً منذ لحظة خروج الرسالة الإلكترونية المتضمنة للقبول من القابل وتحولها في نطاق سيطرة الوسيط الإلكتروني دون اشتراط وصولها إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالموجب على شبكة الأنترنت.⁽¹³⁰⁾

3- نظرية وصول القبول

هذه النظرية لم تكن معروفة في العقد التقليدي وإنما ظهرت لتنظيم العقد الإلكتروني في ظل التجارة الإلكترونية ووفقاً لهذه النظرية فإنّ العقد لا ينعقد في لحظة علم الموجب بالقبول وإنما

(128) - يوسف أحمد النوافلة، حجية التوقيع في الإثبات، الطبعة الأولى، دار وائل، للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص109.

(129) - رابحي جوهر، ياسع فاطمة، التجارة الإلكترونية في ال قانون 05-18، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020، ص.29.

(130) - خالد حسن أحمد، مرجع سابق، ص.276-277.

ينعقد في اللحظة التي يؤكد فيها الموجب إستلامه للقبول سواء علم به فعليا أو يعلم وذلك من خلال إرساله رسالة إلى القابل يؤكد فيها إستلام القبول وإنعقاد العقد.⁽¹³¹⁾

4- نظرية العلم بالقبول

يرى أنصار هذه النظرية أنّ التعبير عن القبول وتصديره مجرد وقائع مادية لا يترتب عليها أثر قانوني بذاتها، ومن الناحية القانونية لا ينعقد العقد إلا في اللحظة التي يصل فيها القبول إلى علم الموجب. إذ يعتبر القبول في هذه المرحلة منشأ للأثار القانونية المتمثلة في إبرام العقد وقد وُجّهت إنتقادات أنّها تجعل القاضي في موقف صعب فيما يتعلق بإثبات علم الموجب بالقبول.⁽¹³²⁾

5- مكان إبرام العقد الإلكتروني

تنص المادة 67 من ق م ج على أنّه⁽¹³³⁾: "يعتبر التعاقد ما بين غائبين قد تمّ في المكان وفي الزمان اللذان يعلم فيهما الموجب بالقبول ما لم يوجد إتفاق أو نص قانوني يقضي بغير ذلك، ويفترض أنّ الموجب قد علم بالقبول في المكان وفي الزمان اللذان وصل فيهما إليه القبول".

وبفهم من فحو المادة أنّ القاعدة العامة مفادها مكان إبرام العقد بين غائبين هو المكان الذي يعلم فيه الموجب بالقبول إلا إذا إتفق الطرفان على خلاف ذلك أو نصّ القانون على غير ذلك، ويبدو تطبيق هذه النظرية يسيرا في العقود التقليدية التي تتم بين غائبين عبر تبادل الوثائق والخطابات المكتوبة نظرا للطبيعة المادية لوسيلة تبادل التراضي بين المتعاقدين. غير أنّ تطبيقها على العقود الإلكترونية يثير إشكالات عديدة بسبب صعوبة تحديد مكان إبرام العقد في دولة معينة

(131) - بوسته إيمان، "إشكالية تحديد زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني"، مجلة المفكر، مجلد 19، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيصر، بسكرة، 2024، ص. 402.

(132) - المرجع نفسه، ص. 401.

(133) - أمر 58-75، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

وذلك لإرتباط شبكة الأنترنت بطبيعة دولية تربط بين مختلف الدول في آن واحد من جهة ولطبيعة غير المادية من جهة أخرى كما أنّ هذه النظرية لا تتلاءم مع جميع صور القبول الذي قد لا يصدر صراحة وإنّما يستنتج من سلوك الموجه إليه الإيجاب كما يصدر الإيجاب من محل إقامة الموجب أو من مكان تواجد مشاريعه المرتبطة بنظام معلوماتي يتم من خلاله الإتصال والتعامل أو من أي مكان تتوفر فيه وسيلة الإتصال⁽¹³⁴⁾.

المطلب الثاني

آليات التعامل في التجارة الإلكترونية

أصبحت التجارة الإلكترونية تعتمد على مجموعة من الآليات الحديثة التي تنظم عملية التعامل بين الأطراف عبر الوسائط الرقمية، وتسهّل إبرام وتنفيذ المعاملات بشكل سريع. وتكمن هذه الآليات في الوسائل التقنية والقانونية التي نظمت تبادل البيانات بطريقة منظّمة، كما تساهم في توفير بيئة إلكترونية ملائمة للتعاقد والدفع عن بعد، من بين هذه الآليات التوقيع والتصديق والدفع الإلكتروني التي تعتبر أساسا في نجاح المعاملات الإلكترونية.

واستنادا إلى ما تم ذكره قد خصّص هذا المطلب للتعرف على التوقيع الإلكتروني (الفرع

الأول) بعد ذلك التصديق الإلكتروني (الفرع الثاني) إضافة إلى الدفع الإلكتروني (الفرع الثالث).

(134) - غانم عادل، مرجع سابق، ص. 20.

الفرع الأول

التوقيع الإلكتروني

يعتبر التوقيع الإلكتروني علامة شخصية مميزة تخص صاحبها، يتم إرفاقها بالمحرر الإلكتروني بإستخدام إسمه وبصمته أو بأي وسيلة تقنية أخرى وذلك بقصد التعبير عن إرادته في الإلتزام بمضمون هذا المحرر والإقرار بما ورد فيه⁽¹³⁵⁾.

من خلال هذا الفرع سنتعرف على تعريف التوقيع الإلكتروني (أولاً)، ثم شروط وأنواع التوقيع الإلكتروني (ثانياً)، ثم حجية التوقيع الإلكتروني (ثالثاً).

أولاً: تعريف التوقيع الإلكتروني

بناء على المادتين 323 و 327⁽¹³⁶⁾ من ق م ج، نجد أنّ المشرع لم يقدم تعريفا دقيقا للتوقيع الإلكتروني. وإنما بين الصور التي يمكن أن يظهر من خلالها، كما إكتفى بالإشارة إلى الإعتراف به عن طريق شروط محددة تتمثل في إمكانية التأكد من هوية الشخص الموقع وأن يكون منشأً ومحفوظاً في ظروف تضمن سلامته. غير أن المشرع الجزائري إستدرك هذا النقص. ممّا دفعه إلى إصدار المرسوم التنفيذي رقم 07-162⁽¹³⁷⁾ المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-123 الذي عرّف صراحة التوقيع الإلكتروني من خلال نص المادة 3 من هذا الأخير التي تنص على أن "التوقيع الإلكتروني هو معطى ينتج عن إستخدام أسلوب عمل يستجيب لشروط المادتين 323 و 323 مكررا 1 من القانون المدني من خلال الفقرة 2 من المادة 3 من ذات

(135) - عبد الله نوار الشعت، الإثبات والإلتزامات في العقود الإلكترونية، الطبعة الثانية، د د ن، الإسكندرية، 2024، ص.308.

(136) - أمر رقم 75-58، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

(137) - مرسوم تنفيذي رقم 07-162 مؤرخ في 30 ماي 2007، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-123، مؤرخ في 9 ماي 2001، المتعلق بنظام الإستغلال المطبق على نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر ج ج د ش، عدد 37، الصادر في 7 جوان، 2007.

المرسوم نجد أن المشرع تضمن التوقيع المؤمن على أنه هو توقيع إلكتروني يفي بالمتطلبات الآتية:

أ- أن يكون خاص بالموقع.

ب- يتم إنشاؤه بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت رقابته الحصرية.

ج- أن يضمن مع الفعل المرتبط به صلة بحيث يكون أي تعديل لاحق للفعل قابل للكشف عنه.

كما عرّفته المادة 2 الفقرة 2 من القانون 02-26⁽¹³⁸⁾ على أن " التوقيع الإلكتروني بيانات في شكل إلكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقياً ببيانات أخرى في شكل إلكتروني يستخدمها الموقع للتوقيع تستعمل كطريقة التوثيق"، يتضح من هذه المادة أن التوقيع الإلكتروني لم يعد مجرد وسيلة تقنية بل أصبحت أداة قانونية حديثة تضمن توثيق المعاملات الإلكترونية وإثبات هوية صاحب التوقيع.

ثانياً: شروط وأنواع التوقيع الإلكتروني

يتطلب التوقيع الإلكتروني توافر شروط قانونية محددة لضمان صحته وحجيته، كما تتعدد أنواعه وفقاً للوسائل التقنية المستخدمة في إنشائه.

أ. شروط التوقيع الإلكترونية

يعتبر التوقيع بمثابة وسيلة تتيح لأطراف التعاقد إظهار قبول الموقع لشروط العقد، وعليه فإن هذه الوسيلة يجب أن تأخذ بالشكل الذي يسمح لها بأداء وظيفتها للقيام بالإثبات.

(138) - قانون رقم 02-26، مؤرخ في 17 فيفري 2026، يحدد القواعد العامة المتعلقة بخدمات الثقة للمعاملات الإلكترونية وبالتعريف الإلكتروني، ج ر ج د ش، عدد 14 صادر في 18 فيفري 2026.

وعليه فإنه يشترط لقيام التوقيع عدة شروط من بينها⁽¹³⁹⁾ :

1- إرتباط التوقيع الإلكتروني بالمحرر ارتباطاً وثيقاً

معناه يجب أن يكون التوقيع مرتبطاً ارتباطاً مادياً مباشراً بالمحرر الإلكتروني حتى يعد دليلاً على إقرار الموقع بما ورد فيه كالتوقيع الرقمي مثلاً الذي يقوم على مفتاحين عام وخاص، ولا يمكن لأي شخص الإطلاع على محتوى المحرر إلا من يملك المفتاح الخاص ، وبذلك يرتبط المحرر بالتوقيع ارتباطاً لا يقبل الانفصال والتعديل إلا من طرف صاحب المحرر نفسه⁽¹⁴⁰⁾.

2- سيطرة الموقع على منظمة التوقيع

يستلزم هذا الشرط أن ينفرد صاحب التوقيع بتوقيعه ،حتى لا يتمكن لأي شخص معرفة طريقة إعداد توقيعه الخاص به أو الولوج إليه سواء أثناء استعماله لهذا التوقيع أ وعند إنشائه⁽¹⁴¹⁾.

3- صحة التوقيع ووضوحه

يشترط لتمتع التوقيع بحجيته أن يكون صحيحاً وواضحاً خالياً من أي تعديل أو تحريف إذ لا يعول عليه إذا شابته عيوب مادية أو لحقت به تغيرات ،لأن ذلك من شأنه أن يؤثر عليه ويسقط حجيته في الإثبات⁽¹⁴²⁾.

(139) - خالد مصطفى فهمي، النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني في ضوء التشريعات العربية والإتفاقيات الدولية ، د ط ،دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2007، ص.27.

(140) -براهمي فائزة، "الشروط القانونية لحجية التوقيع الإلكتروني"،مجلة القانون والعلوم السياسية، مجلد 8، عدد 1، جامعة صالحى أحمد، النعامة، 2022، ص.151.

(141) - المرجع نفسه، ص.151.

(142) - خالد مصطفى فهمي، مرجع سابق، ص.22.

4- تحديد هوية الموقع

يشترط أن يكون التوقيع قادراً على إثبات هوية الموقع والتعرف عليها، ويتحقق هذا الأمر في التوقيع الإلكتروني بالإعتماد على الأنظمة والتطبيقات الأمنية أو من خلال الرجوع إلى الجهات المانحة للتوقيع الإلكتروني، وشهادة التصديق التي تسمح بالتحقق من هوية صاحب التوقيع والتأكد من شخصيته. كما يعدّ التوقيع بالرقم السري في بطاقة الصّرف الآلي دليلاً على شخصية الموقع، حيث أنّ قيام حامل البطاقة بإدخالها في جهاز الصّرف وإدخال الرقم السري ثمّ تعرف الجهاز عليه، وتمكينه من الولوج إلى حسابه الشخصي له دلالة كافية لتحديد هوية صاحب البطاقة⁽¹⁴³⁾.

أ. أنواع التوقيع الإلكتروني

تتنوّع صورّ التوقيع الإلكتروني بحسب الطريقة التي يتم بها هذا التوقيع، كما تختلف هذه الصورّ فيما بينها من حيث درجة الثقة ومستوى الضمان الذي تقدّمه الإجراءات المتبعة⁽¹⁴⁴⁾. وتتمثّل هذه الأنواع في:

1- التوقيع الرقمي أو الكودي

التوقيع الرقمي أو الكودي هو عبارة عن عدّة أرقام يتم تركيبها لتكون في النهاية كوداً يتم التوقيع به، ويستخدم ذلك في التعاملات البنكية والمراسلات الإلكترونية التي تتم بين التجار أو بين الشركات وبعضها، ومثال ذلك بطاقة الإئتمان التي تحتوي على رقم سري لا يعرفه سوى العميل. ويعدّ هذا النوع وسيلة آمنة لتحديد هوية الشخص الذي قام بالتوقيع من خلال الحاسب الآلي⁽¹⁴⁵⁾.

(143) - فاطمة الزّهران جندولي، "القوة الثبوتية للتوقيع الإلكتروني في مجال معاملات البيئة الرّقمية"، مجلة الحوار المتوسطي، مجلد 13، عدد 2، جامعة الجبلالي لبياس، سيدي بلعبّاس، 2022، ص. 25.

(144) - عبد العزيز سمية، "التوقيع الإلكتروني وسيلة حديثة للإثبات"، (دراسة مقارنة)، مجلة علمية محكمة، مجلد 9، عدد 17، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2014، ص. 176.

(145) - أمير فرج يوسف، التوقيع الإلكتروني والحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني في كافة المعاملات الإلكترونية، الطبعة الأولى، د د ن، الإسكندرية، 2011، ص. 56.

5- التوقيع البيومتري

يعتمد التوقيع البيومتري على العلامات المميّزة لكل شخص مثل البصمة بواسطة الأصبع، أو بصمة شبكة العين، أو نبضات الصوت، أو الحمض النووي وغيرها من الخصائص الذاتية للإنسان. وتتم هذه العملية عبر إستعمال جهاز الحاسوب الآلي والكاميرا وجهاز لقراءة البصمة من أجل تحديد هوية المستخدم، ثم تخزين العلامة المميّزة للشخص في جهاز الكمبيوتر بطريقة مشفرة داخل ذاكرة الحاسوب، وعند الرغبة في إجراء أي عملية لاحقة لا يسمح للشخص بالدخول إلى هذا النظام إلا إذا تطابقت المعلومات الخاصة به مع ما هو مسجل ومشفر داخل جهاز الكمبيوتر (146).

6- التوقيع بالقلم الإلكتروني

يتم التوقيع بالقلم الإلكتروني بنقل التوقيع اليدوي التقليدي عن طريق الماسح الضوئي، حيث تحول صورة التوقيع ثم تدرج ضمن الملف المراد توقيعه لإضفاء الحجية اللازمة عليه، وبعد ذلك يرسل المستند عبر وسائل الإتصال الإلكترونية (147).

ثالثا: حجية التوقيع الإلكتروني

التوقيع الإلكتروني يقوم على مجموعة من العناصر الأساسية، من بينها: أن يكون الموقع على السند شخصا طبيعيا تتوفر لديه البيانات اللازمة لإنشاء هذا التوقيع. كرسالة البيانات

(146) - قندوز نجومين سناء ، الإثبات الإلكتروني في المواد التجارية، د ط، د د ن ، د ب ن، 2022، ص.151.

(147) -أمينة قهواجي، ليلي مطالي، "الإطار المفاهيمي والقانوني للتوقيع والتصديق الإلكترونيين في الجزائر"، مجلة المشكاة في إقتصاد التنمية والقانون، مجلد 4، عدد 8، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عين تموشنت، 2018، ص.24.

لمختلف المعطيات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو إستلامها عبر الوسائل الإلكترونية، وهي محل التوقيع وبشترط أن تكون واضحة ومحددة⁽¹⁴⁸⁾.

وقد نصّ المشرع الجزائري في المادة 327 فقرة 2 على أنه، "يعتدّ التوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 1"، ويتّضح من ذلك أنّ المشرع قد ميّز بين الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني التقليدي والتوقيع الإلكتروني ضمن ما يعرف بالتعادل الوظيفي بينهما. حيث يمكن لكل منهما أداء نفس الوظائف كإثبات الهوية والإقرار بمضمون المعاملة،

وبذلك يكون للتوقيع الإلكتروني حجية الورقة العرفية في الإثبات وليس حجية الورقة الرسمية⁽¹⁴⁹⁾.

رابعاً: أثار الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني

تعتبر خصائص التوقيع الإلكتروني أساساً لجعله وسيلة قانونية موثوقة للإثبات، يمكن إستخدامها في مجالات قانونية وتجارية متعددة. إذ يحظى بإعتراف قانوني يتيح إعتماده في العقود والإتفاقية الرسمية، ممّا يساهم في تسهيل إنجاز المعاملات كما يعزّز الثقة بين الأطراف ويشجع على التوسّع في إستخدام المعاملات الإلكترونية إلى جانب دوره في تسريع الإجراءات وتحقيق قدر أعلى من الأمان. لذلك يعتبر التوقيع الإلكتروني أداة قانونية فعّالة تعادل في حجيتها التوقيع التقليدي⁽¹⁵⁰⁾.

(148) -بركان فضيلة، "التوقيع الإلكتروني وحجيته في الإثبات في القانون المدني الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية مجلد 12، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدية، 2026، ص.138.

(149) - أمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

(150) - بركان فضيلة ، مرجع سابق ،ص.138-139.

الفرع الثاني

التصديق الإلكتروني كآلية للتعاملات التجارية

لتنشيط صحة التوقيع الإلكتروني يجب أن يتمكن الطرف المعني الوصول إلى المفتاح العام والتأكد من مطابقته للمفتاح الخاص غير أنّ هذه المفاتيح لا ترتبط فعلياً بأي شخص معين، الأمر الذي يستوجب الاستعانة بطرف ثالث موثوق به يتولّى ربط هوية الموقع بالمفتاح العام وتعرف هذه الجهة الثالثة الموثوق بها بعبارة التصديق الإلكتروني⁽¹⁵¹⁾.

من خلال هذا الفرع يتم التعرف على التصديق الإلكتروني (أولاً)، ثم بيان جهات أو سلطات التصديق الإلكتروني (ثانياً).

أولاً: تعريف التصديق الإلكتروني

يقصد بالتصديق بالمعنى العام التأكيد بالنسبة للتصرفات القانونية حيث يعرف به أنه يدعم موظف عام مختص على صحة ما ورد في المستند المقدم للتوثيق وصحة نسبته إلى من وقع عليه⁽¹⁵²⁾.

أما التصديق الإلكتروني فهو عملية تهدف إلى التحقق من صحة الكتابة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني، حيث يتولّى القيام بهذه العملية طرف محايد ومستقل عن أطراف التعاقد الإلكتروني، وقد يكون هذا الطرف شخصاً طبيعياً أو شركة أو هيئة معينة، يطلق عليها مقدّم خدمات التصديق أو جهات التصديق⁽¹⁵³⁾.

(151) - أمير فرج يوسف، التوقيع الإلكتروني، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط، الإسكندرية، 2008، ص.94.
(152) - أمال بوبكر، "التصديق الإلكتروني في النظام القانوني الجزائري"، مجلة المبتكر للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 1، عدد 3، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجبالي، 2018، ص.212.
(153) - كبير أمينة، "التصديق الإلكتروني (دراسة مقارنة)"، مجلة القانون والمجتمع، مجلد 8، عدد 1، جامعة أحمد دراية، أدرار، ص.135.

ثانيا: جهات التصديق الإلكتروني

جهات التصديق "هي الجهات التي تصدر شهادة تربط بين الموقع وبيانات إنشاء الموقع، وتلك الجهات مرخص لها داخل الجمهورية أو خارجها بتقديم خدمات تتعلق بالتوقيع الإلكتروني" (154).

أ.سلطات التصديق الإلكتروني

من بين أهم الهياكل الموجودة في العالم، إختارت الجزائر مخططاً تنظيمياً يضم السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني، وهي سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي (155) ويتفرع عنها سلطة إقتصادية مخصصة للجانب الاقتصادي بموجب المادة 29 من القانون رقم 15-04 وتتعامل مع الشركات الخاصة والبنوك وكذا المواطنين. كما صدرت السلطة الحكومية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 16-135 (156)، الذي يحدد طبيعة السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني وتشكيلها وتنظيمها حيث تتكون من مدير عام ومجلس التوجيه ومصالح إدارية وتقنية، ويشكل مجلس التوجيه من المدير العام للسلطة بصفته رئيساً، وممثل رئيس الجمهورية إضافةً إلى ممثلين عن الوزراء المكلفين بالدفاع الوطني والداخلية والعدل والمالية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال (157).

ب.مقدم خدمة التصديق

(154) - أمير فرح يوسف، التوقيع الإلكتروني، مرجع سابق، ص.52.

(155) - أمال بوبكر، مرجع سابق، ص.215.

(156) - مرسوم تنفيذي رقم 16-135، مؤرخ في 25 أبريل 2016، يحدد طبيعة السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني وتشكيلاتها وتنظيمها وسيرها، ج ر ج د ش، عدد 28، الصادر في 28 أبريل 2016.

(157) - مرسوم تنفيذي رقم 16-135، مرجع سابق.

هي هيئة عامة أو خاصة تعمل تحت إشراف السلطة التنفيذية وتختص جهة التوثيق أو التصديق الإلكتروني وتقديم خدمات تتعلق بالتوقيع الإلكتروني⁽¹⁵⁸⁾، ومن بين التزامات مؤدي خدمات التوثيق التحقق من صحة البيانات المقدمة والحصول على ترخيص من السلطة المختصة مع الالتزام بإصدار شهادات التصديق الإلكتروني وإلغائها عند الحاجة فضلاً على إحترام مبدأ السرية في معالجة المعطيات. كما يتحمل مسؤولية التأكد من سلامة المعلومات الواردة في شهادة التصديق الإلكتروني وصحة التوقيع الإلكتروني المرتبط بها، وتقوم مسؤوليته في حال الإخلال بهذه الالتزامات، خاصة إذا ترتب عن ذلك ضرر للغير⁽¹⁵⁹⁾.

ثالثاً: شهادة التصديق الإلكتروني

شهادة التصديق هي وثيقة يقدمها مقدّم خدمات الشهادة الإلكترونية، بهدف إثبات نسبة التوقيع الإلكتروني إلى شخص محدد وذلك إستناداً إلى إجراءات التوثيق المعتمدة. يقصد بهذه الشهادة الحصول على تأكيد بصحة نسبة رسالة البيانات أو المحرّر الإلكتروني إلى مصدر، وأنّ التوقيع الإلكتروني يعدّ توقيعاً صحيحاً وصادراً ممّن نسب إليه⁽¹⁶⁰⁾. وقد عرّفها المشرع الجزائري طبقاً للمادة 7 وفقاً للقانون رقم 04-15، على أنّها "وثيقة في شكل إلكتروني تثبت الصلة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع"⁽¹⁶¹⁾، ويتّضح من هذه المادة أنّ المشرع الجزائري نسب تعريف شهادة التصديق الإلكتروني إلى وظيفتها ولم يسنده إلى الجهة المصدرة لهذه الشهادة. أمّا بخصوص النوع الثاني المتمثل في شهادة التصديق الإلكتروني الموصوفة، لم يضع

(158) - خالد حسن أحمد، مرجع سابق، ص. 197.

(159) - أمال بوبكر، "مرجع سابق، ص. 216-217.

(160) - خالد حسن أحمد، مرجع سابق، ص. 210.

(161) - قانون رقم 04-15، مؤرخ في 1 فيفري 2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتصديق والتوقيع إلكترونين، ج ر ج د ش، عدد 6، صادر في 10 فيفري 2015.

لها المشرع تعريفاً صريحاً غير أنّه نظم أحكامها في نص المادة 15 من القانون المذكور سلفاً حيث عرّفت بأنّها "شهادة تصديق إلكتروني تستجيب لمتطلبات محددة تتمثل في (162):

-أن يتم إصدارها من قبل طرف ثالث موثوق ومقدم خدمات تصديق وفق سياسة التصديق الإلكتروني المعتمدة.

-أن تضمن مجموعة من البيانات المحددة بنص الفقرة 3 من نص المادة.

الفرع الثالث

الدفع الإلكتروني كآلية لسير المعاملات الإلكترونية

يعتبر الدفع الإلكتروني مؤشراً حقيقياً على مدى سير المعاملات وكفاءتها، وهذا ما يدفع البنوك إلى إدراك ضرورة تطوير وتحديث وسائل الدفع بإعتبار أنّ هذه الأخيرة أصبحت فعّالة في عصر يتطلّب السرعة في معالجة مختلف المعاملات (163).

أولاً: تعريف الدفع الإلكتروني

بيّن المشرع الجزائري الدفع الإلكتروني في قانون النقد والقرض رقم 03-11 (ملغى) بموجب المادة 69 منه حيث "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكّن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" (164)، ويلاحظ أنّ هذا التعريف جاء واسعاً إذ يفتح المجال أمام مختلف وسائل الدفع دون تقييدها بشكل محدد.

(162) -قانون رقم 15-04، مرجع سابق.

(163) -بودلال فطومة، "الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، مجلد 6، عدد 1، جامعة سي الحواس، الجزائر، 2023، ص. 1428.

(164) -أمر رقم 03-11، مؤرخ في 26 أوت 2003، يتعلّق بالنقد والقرض، ج ر ج د ش، عدد 5 صادر في 27 أوت 2003، معدّل ومتمم.

ومع صدور القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نصّ المشرع في المادة 6 الفقرة 5 منه على أن " وسيلة الدفع الإلكتروني هي كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكّن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بُعد عبر منظومة إلكترونية"⁽¹⁶⁵⁾.

ثانياً: خصائص الدفع الإلكتروني

تتمثل خصائص الدفع الإلكتروني في:

1- الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية

هو وسيلة مقبولة في مختلف الدول، حيث يستخدم لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في مختلف أنحاء العالم⁽¹⁶⁶⁾.

2- الدفع بواسطة نقود رقمية

هو قيمة نقدية تخزن في بطاقة تحتوي على ذاكرة رقمية أو في ذاكرة رئيسة تابعة للمؤسسة التي تتولّى إدارة عملية التبادل، وعليه فإنّ الدفع لا يتم إلاّ بعد الخصم من هذه النقود، يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة جغرافياً وينجز الدفع عبر شبكة الأنترنت من خلال تبادل المعلومات الإلكترونية، حيث يعطى الأمر بالدفع وفق معطيات إلكترونية تتيح الإتصال المباشر بين طرفي العقد⁽¹⁶⁷⁾.

(165) -قانون رقم 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

(166) -سالم مجدي عادل، "وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على تحسين نوعية الخدمة ورفع أداء المؤسسات المالية، مؤسسة بريد الجزائر نموذجاً"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، مجلد 9، عدد 1، 2025، ص.213.

(167) -سلطاني حميد، "مفهوم الدفع الإلكتروني"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 11، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، الجزائر، 2022، ص.214.

3- الدفع بواسطة البطاقة البنكية

تتم عملية الدفع من خلال البطاقات البنكية العادية بحيث لا يشترط توفر مبالغ محددة مسبقاً لهذه الغاية، بل أنّ المبالغ المسحوبة عبر هذه البطاقات يمكن سحبها أيضاً بوسائل أخرى كالشيك لتسوية كافة المعاملات المالية⁽¹⁶⁸⁾.

ثالثاً: وسائل الدفع الإلكتروني (الملحق رقم 1)

تعددت وسائل الدفع الإلكتروني وظهرت أشكالاً متنوعة تتلاءم مع طبيعة المعاملات وعمليات تسوية المدفوعات، حيث كان ظهورها الأول في صورة البطاقات البنكية ومع التطور السريع في مجال التكنولوجيا والاتصالات برزت أنماطاً جديدة ومتنوعة من هذه الوسائل⁽¹⁶⁹⁾.

1- وسائل الدفع الإلكتروني المطوّرة

تتمثل هذه الوسائل بصورة أساسية من السّفْتَجَة الإلكترونية، السند للأمر الإلكتروني، والشيك الإلكتروني، والتحويل المصرفي الإلكتروني.

أ- السّفْتَجَة الإلكترونية: هي محرّر إلكتروني ثلاثي الأطراف تتمّ معالجته إلكترونياً بصورة كلية أو جزئية، يتضمّن أمراً صادراً من شخص يسمّى السّاحب إلى شخص آخر يسمّى المسحوب عليه، بأن يلتزم بدفع مبلغ من النقود إلى شخص ثالث يسمّى المُستفيد عند الإطلاع أو في تاريخ محدد⁽¹⁷⁰⁾. (الملحق رقم 2)

(168) -مصحح فاطمة، أيت علي زينة، "مفهوم الدفع الإلكتروني وتمييزه عن الدفع التقليدي"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 11، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 لونيس علي، الجزائر، 2022، ص. 226.

(169) -سالم مجدي عادل، مرجع سابق، ص. 215.

(170) - كريدي نبيلة، "السّفْتَجَة الإلكترونية"، مجلة النبراث للدراسات القانونية، مجلد 2، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي تبسي، الجزائر، 2017، ص. 93.

ب- **السند للأمر الإلكتروني:** هو محرر شكلي ثلاثي الأطراف يتم معالجته إلكترونيا بصورة جزئية أو كلية، يتضمن تعهدًا من محرره بدفع مبلغ من النقود في تاريخ معين لفائدة شخص آخر يسمى المستفيد، وتخضع السندات للأمر الإلكتروني للأحكام ذاتها التي تسري على السند للأمر التقليدي، وتطبق عليها القواعد العامة المتعلقة بتوافر الرضا والمحل والسبب والأهلية اللازمة لإصدار الأوراق التجارية وهي نفس القواعد المطبقة على السفتجة. كما أن الصورة التي يصدر بها سند الأمر الإلكتروني قد تكون في شكل ورق مع إمكانية إنشائه ومعالجته عبر الوسائل الإلكترونية⁽¹⁷¹⁾.

ج- **التحويل المالي الإلكتروني:** تتمثل هذه الطريقة في تحويل مبلغ مالي محدد من حساب المدين إلى حساب الدائن (télévirement) ويتولى ذلك الجهة التي تقوم على إدارة عملية الدفع الإلكتروني وهي البنك.⁽¹⁷²⁾

د- **الشيك الإلكتروني:** يعتبر الشيك أنه محرر ثلاثي الأطراف يعالج إلكترونيا بصورة كلية أو جزئية، يتضمن أمراً صادراً من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه ، يقضي بدفع مبلغ من النقود إلى شخص ثالث يعرف بالمستفيد وه وأكثر الأوراق التجارية القابلة للإستفادة منها في إطار المعاملات الإلكترونية⁽¹⁷³⁾. (الملحق رقم 3)

(171) -دويني مختار، "وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطوّر التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، مجلد 7، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جيلالي ليايس ،سيدس بلعباس، 2021، ص.195.

(172) - محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، د ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص.105.

(173) - عماد الدين بركات، طيب حورية، "وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة القانون والتنمية المحلية، مجلد 1، عدد 2، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019، ص.128.

2- وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة

يُندرج ضمن هذه الوسائل الحديثة الدفع الإلكتروني، بطاقات الدفع الإلكترونية، والنقود الإلكترونية.

أ- **بطاقات الدفع الإلكترونية:** "هي البطاقات البلاستيكية والمغناطيسية التي تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها بدلا من حمل النقود وأشهرها الفيزا والماستركارد و AmericanExpress وهناك عدّة أنواع من هذه البطاقات أهمها⁽¹⁷⁴⁾:

1- **بطاقة الدفع:** هي وسيلة من خلالها يتم تحويل مبلغ من حساب حامل البطاقة إلى حساب التاجر خلال يوم أو يومين، كما تستعمل أيضا في سحب النقود من الحساب⁽¹⁷⁵⁾.

2- **بطاقة السحب الآلي:** تتيح للعميل بموجبها سحب مبالغ نقدية من حسابه، في الحدود الأقصى المتفق عليه⁽¹⁷⁶⁾.

3- **البطاقة الذكية :** هي بطاقة إلكترونية تشبه الحاسوب المتنقل ، نظراً لإحتوائها على سجل يتضمن البيانات والمعلومات والأرصدة المتاحة لصاحبها وحدود المصروفات المالية التي يقوم بها فضلا عن المعطيات الشخصية ورقمه السري ، كما تمكّن هذه البطاقة للمستخدم من إختيار أسلوب التعامل بها سواء من خلال الدفع المباشر أو نظام الإئتمان⁽¹⁷⁷⁾.

(174) - حزام فتية، مرجع سابق، ص.187.

(175) - عماد الدين بركات ، طيب حورية، مرجع سابق، ص.127.

(176) - حزام فتية، مرجع سابق، ص.187.

(177) - مطاي عبد القادر ، بن شنيبة كريمة، صلاح محمد، "وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في عصرنة المنظومة المصرفية الجزائرية"، مجلة الإقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، مجلد 2، عدد 2، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، 2020، ص.35.

3- بطاقة الائتمان: تصدر هذه البطاقة من هيئات مثل visa و Mastercard وغيرها، وبموجبها يمنح للمستخدم تسهيلات إئتمانية ضمن حدود مالية محدّدة، وذلك حسب الإتفاق المبرم بينه وبين البنك حيث يتمّ تحديد سقف أقصى للسحب ، ممّا يتيح للمستخدم إجراء عمليات الشراء والدفع بإستخدام هذه البطاقة حتى في حال عدم توفّر رصيد في حسابه ، وفي المقابل يتقاضى البنك عمولة نظير هذه الخدمة على أن يتم إقتطاع المبالغ المستحقّة عند توفّر رصيد في حساب المستخدم ، كل ذلك وفقاً للعقد المبرم بين الطرفين⁽¹⁷⁸⁾. (الملحق رقم 4)

المبحث الثاني

التحديات المستقبلية للتجارة الإلكترونية والحماية المقررة لها

يثير تطور التجارة الإلكترونية مجموعة من الإشكالات التي تجمع بين التحديات التقنية والتشريعية والتكنولوجية، ممّا يستدعي ضرورة البحث عن سبل فعّالة لتطويرها خاصّة في الجزائر. وفي المقابل تتطلّب هذه البيئة توفير حماية قانونية مناسبة لضمان أمن المعاملات.

فمن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى التحدّيات المستقبلية للتجارة الإلكترونية وسبل تطويرها (المطلب الأول)، ثمّ إلى الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

التحديات المستقبلية للتجارة الإلكترونية وسبل تطويرها

تواجه الجزائر شأنها شأن باقي الدول النامية مجموعة من العقبات والتحديات عند اعتماد التجارة الإلكترونية، إذ يمكن تصنيفها في عوائق تقنية وتشريعية وتكنولوجية. غير أنّ وجود إستراتيجية متكاملة للتحوّل الرقمي لا يعني بالضرورة أنّ تنفيذها يتم بسلاسة. وهذا ما يحيلنا إلى توضيح إشكالات تطبيق التجارة الإلكترونية (الفرع الأول)، وسبل تطويرها (الفرع الثاني).

(178) -يوسف أحمد النواقل، حجية المحررات الإلكترونية في الإثبات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص91.

الفرع الأول

إشكالات تطبيق التجارة الإلكترونية

تعاين التجارة الإلكترونية في الجزائر من عدّة إشكالات تعرقل تطورها، تتعلّق بالجوانب التقنية والتشريعية والتكنولوجية. وهذا ما سيتم الإشارة إليه من خلال هذا الفرع.

أولاً: التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية

تتمثّل في المشاكل التي تواجهها التجارة الإلكترونية ذات الصلة بالمجال التقني منها:

أ. ضعف البنى التحتية التكنولوجية

إن تطوير التجارة الإلكترونية يتطلب إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متقدمة، تساعد على إنتشار استخدام الأنترنت وتوفير بيئة ملائمة وداعمة للتجارة الإلكترونية وقادرة على تحمّل أعباء ومخاطر هذا النوع من المبادلات التجارية وتظهر الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع من حيث شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية، والأجهزة والبرمجيات ، وأجهزة الإعلام الآلي، والأقراص الصلبة وغيرها(179).

ب. إنتشار ظاهرة الأمية المعلوماتية

وهي الأمية الناتجة عن تدني مستوى الوعي، بالإستخدام السليم لتقنيات المعلومات في

مجال الأعمال ممّا ينعكس سلباً على عمليات الشراء عبر الأنترنت(180).

(179) -مزهود نور الدين، مقدم ياسين، "واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، مجلد 7، عدد 2، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2022، ص.33.

(180) -حمري نجود، حمري نوال ، " واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية ، مجلد 4، عدد 1، جامعة أفلو، الجزائر، 2021، ص.20.

ج.محدودية شبكات الاتصالات الهاتفية السلكية والأسلكية

إنَّ أوَّل ما يبرز تأخّر الجزائر في إستخدام البنى التحتيّة التكنولوجية هو ضعف خدمات الهاتف الثابت، أي فيما يتعلّق بالمعدّات اللاّزمة للإنترنت والتي تشمل أساساً أجهزة الحاسوب. إذ أنّ هذه الوسائل تتطلّب إمكانيات مالية لتوفيرها والجزائر تعدّ من الدّول ذات التجهيز المحدود بالحواسيب، وهذا ما يشكل عائقاً أمام إستخدام الإنترنت بإعتبار أنّ الحاسوب هو الوسيلة الأساسيّة للولوج إلى الشبكة وممارسة أيّ نشاط تجاري، كما أنّ عدم القدرة على صناعة الحاسوب يؤدي إلى ارتفاع تكلفة إقتنائه. ومن المعلوم أنّ الجزائر تواجه صعوبة من الناحية المالية بسبب ارتفاع تكاليف إستعمال الإنترنت⁽¹⁸¹⁾.

ثانياً: التحديات التجارية للتجارة الإلكترونية

يتطلّب التحوّل من بيئة التجارة التقليدية إلى بيئة التجارة الإلكترونية تبادل الأعمال والأنشطة التجارية بوسائل رقميّة، ممّا تمثّل تحدياً أمام المؤسّسات والمشروعات التجارية في الجزائر، حيث تفتقر غالبيتها قابلية التحول الجذري إلى مؤسّسات إلكترونية، فأغلب المؤسّسات الجزائرية مرتبطة إرتباطاً وثيقاً منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية أو عدم إستيعابها بشكل كافي لمفهوم المعاملات الإلكترونية، والذي يحول دون إعتمادها على التجارة الإلكترونية التي تتطلّب أولاً قناعة كافية بأهمية وفائدة التجارة عبر الإنترنت ومن ثمّ تبني خطط وإستراتيجيات للتحوّل إلى التجارة الإلكترونية، كذلك نقص خبرات المؤسّسات الجزائرية في مجال التجارة الإلكترونية. فمفهوم التجارة الإلكترونية لا يزال غامضاً عند العديد من المؤسّسات فهذه المؤسّسات تفضّل أن تقوم بالإعلان

(181) -قاسة سيليا ، مرجع سابق،ص.39.

عن منتجاتها عن طريق اللافتات الإشهارية وبوسائل أخرى دون أن تستغل الأنترنت لتسويق وبيع منتجاتها⁽¹⁸²⁾.

ثالثا: التحديات التشريعية للتجارة الإلكترونية

1- وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة معاملات التجارة التقليدية ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات الأمر الذي يخضع المستهلك للضريبة وفقاً للتجارة التقليدية وعدم إخضاعه عندما يشتري نفس السلعة أو الخدمة إلكترونياً⁽¹⁸³⁾.

2- تحديات تأمين المستهلك من عمليات الإحتيال عبر الأنترنت ومن المواقع المزيفة أو المحتوى الغير قانوني الخاص بالخدمات والمنتجات المعروضة وكيفية التصدي لها⁽¹⁸⁴⁾.

3- حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد وقبول التوقيع الإلكتروني كونه يقوم بنفس الوظيفة التي يقوم بها التوقيع العادي وعدم وجود وثائق ورقية لإثبات الصفقات التجارية الإلكترونية بالنسبة للدول التي لا تعترف بحجية مخرجات الرسائل الإلكترونية الحديثة⁽¹⁸⁵⁾.

4- إنعدام التحقق من هوية المتعاملين أو التأكد من قوة بياناتهم الشخصية، مما يؤدي إلى ضعف الثقة بين الأطراف المعنية⁽¹⁸⁶⁾.

(182) -بنكوس المختار ، ساحلي جميلة ، "أثر التجارة الإلكترونية في الجزائر تشخيص الصعوبات واستشراف للحلول" ،مجلة دراسات مالية محاسبية وجبائية، مجلد 1، عدد 1، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، ، 2021،ص.13.

(183) -المرجع نفسه ، ص.13.

(184) -محمد حسين الطاهر خليفة، التجارة الإلكترونية الواقع التحديات والمستقبل، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد، السودان، 2012، ص.74.

(185) - جيفالي حسين ، الحماية الجنائية للمعاملات التجارية الإلكترونية في التشريع الجزائري، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق ،عمان، 2023،ص.69-70.

رابعاً: التحديات الاجتماعية والثقافية للتجارة الإلكترونية

حيث يعتمد المستهلكون هذا النمط أكثر من أي وقت مضى فهذا التوسع يعتبر إيجابياً لكنه قد يمثل أيضاً مزيداً من التحديات إلى جانب التجارة الإلكترونية، بما يمكنهم التفاعل مع النشاط التجاري عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، ثم إتمام عملية الشراء من الموقع الإلكتروني للشركة(187).

د. ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني لدى أفراد المجتمع

تؤدي الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دوراً مهماً في إنتشارها وتطورها لا سيما داخل المؤسسات الإنتاجية، فهناك فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف الإستخدام السليم لتقنيات المعلومات وهو ما يفسر أيضاً إنتشار الأمية المعلوماتية التي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات. كما أنّ محدودية إدراك المواطنين لأهمية ربط التجارة بالأنترنت إلى جانب ضعف التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث يقتصر إستعمال الأنترنت لدى الكثير على أغراض ترفيهية فقط(188).

(186) - جيفالي حسين، مرجع سابق، ص.69.

(187) - محمد شايب، "مستقبل التجارة الإلكترونية التحديات والفرص"، المجلة الجزائرية للأبحاث الاقتصادية والمالية، مجلد 8، عدد 1، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الجزائر، 2025، ص.76.

(188) - مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون العلاقات الاقتصادية الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017، ص.314.

هـ. الأمية بشكلها العام وحاجز اللغة

تعتبر الجوانب الاجتماعية والثقافية في الجزائر من أبرز العوائق التي تحدّ من إنتشار التجارة الإلكترونية إذ يصعب على الدولة التي يعاني فيها حوالي 7,5 مليون شخص من الأمية الحرفية أن تنتقل بسهولة نح والاقتصاد الرقمي واعتماد أسلوب التجارة عبر الأنترنت.

إلى جانب ذلك يعتبر عامل اللغة من بين التحديات التي تعيق تطوّر وإنتشار التجارة الإلكترونية حيث تعدّ من الأولويات لإستخدام شبكة الأنترنت لأغراض تجارية خاصّة وأنّ أغلب المعاملات الإلكترونية تتمّ باللغة الأجنبية الثانية المتمثلة في اللغة الإنجليزية⁽¹⁸⁹⁾.

خامسا: التحديات الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

الإفتقار إلى النظم المصرفية القادرة على حل مشكلات السداد والدفع عبر الأنترنت وبواسطة بطاقات الإئتمان، ويبرز في هذا السياق دور البطاقة الإلكترونية كأداة رئيسية في عمليات البيع والشراء بما نجد إنتشارا واسعا محدودا لبطاقات الدفع والإئتمان إلى جانب ضعف الخبرات التجارية والدفع التقني اللازم لتحويل النشاط التجاري إلى أعمال إلكترونية.

كما تتأثّر التجارة الإلكترونية في الجزائر بعوامل مالية متعدّدة خاصّة الرسوم والضرائب المفروضة على المؤسسات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلوماتية للتجارة الإلكترونية ممّا يقلّل من فعاليتها ويؤثر سلبا على نموّها⁽¹⁹⁰⁾.

—قصور أسواق رأس المال لدعم وتمويل مشروعات التجارة الإلكترونية، لأنّ في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للإنتلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية⁽¹⁹¹⁾.

(189) — قاسة سيليا، مرجع سابق، ص.42.

(190) — إسماعيل نسرين، يحيائي إلهام ، "تحديات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية بالجزائر وسبل مواجهتها" ، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، مجلّد 2، عدد 4، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019، ص.111.

الفرع الثاني

سبل تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر

إنّ تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر يتطلب العديد من السبل، وذلك ما سيتم التركيز عليه من خلال هذا الفرع.

أولاً: نشر الوعي والثقافة الإلكترونية

إنّ إعتداد التجارة الإلكترونية على أرض الواقع يتطلب خطة إعلامية تنموية علمية ومدرسة بعناية وموجهة حسب الفئات المستهدفة التي يتم مخاطبتها، حيث أنّ تنفيذ هذه الحملات التوعوية يكون بهدف نشر الوعي وتعزيز الاستعداد النفسي لإعتداد التجارة الإلكترونية باعتبارها عاملاً أساسياً في تكوين إتجاه عام إيجابي نحو هذا النوع من التجارة والمزايا التي توفرها لدى مختلف الفئات بتنوع ثقافتهم سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات. كما أنّ نجاح سبل التوعية في أداء دورها يرتبط بمدى تركيزها على نشر الثقافة والمعرفة باستخدام الأنترنت والتجارة الإلكترونية، وتحسين جهود الجمهور بفوائد إلى جانب توفير الموارد البشرية وتكييف نظام التكوين والتعليم ليتلاءم مع هذا النوع الحديث من المعاملات⁽¹⁹²⁾.

ثانياً: تنمية الموارد البشرية وتطوير المناهج الدراسية

تشكل الموارد البشرية ركيزة أساسية لتنمية المعاملات الإلكترونية لذلك من الضروري تأهيل الكوادر البشرية من المحترفين وذلك من خلال تحسين المناهج الدراسية بالجامعات وفقاً لمتطلبات سوق العمل وربط برامج التدريب بما يتعلق بالتجارة الإلكترونية وتمكين الشباب بالمهارات اللازمة لإستخدام الإتصالات والتقنيات في ميدان التجارة، وتنمية قدراتهم في مجالات متعددة مثل

(191) -- إبراهيم مسلم، "واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مجلد 12، عدد 1، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2018، ص.162.

(192) - عشوب ليلي، "رهانات والأفاق المستقبلية للتجارة الإلكترونية في الجزائر العوائق والحلول"، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، مجلد 8، عدد 2، جامعة الشهيد حامة لخضر الواد، الجزائر، 2023، ص.366-367.

الإقتصاد المعرفي والقطاع المصرفي والمبيعات والتسويق، وتطوير الأعمال وخدمة العملاء وغيرها(193).

ثالثا: توفير بنية معلوماتية متينة

من خلال إعتداد نُظم وشبكات متطورة في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية كجهاز حيوي قادر على توفير إتصالات عالية السرعة والكفاءة، وكذا العمل على تعميم إستخدام الأنترنت وتعزيز قدرة الوصول إليها. وتُتيح الولوج لها لأوسع شريحة في المجتمع وبأسعار مناسبة ، والتعجيل بالإصلاحات والمشاريع الطموحة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودعم البرامج التي تخدم السياسات التنموية في الجزائر للنهوض بهذا القطاع(194).

رابعا: إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة

لتوفير الحماية وتعزيز الثقة لجميع المتعاملين ،الأمر الذي يساهم في تقليص عمليات النصب والإحتيال من خلال وضع قواعد صارمة تجاه المخالفات وعدم الإلتزام بالقوانين والشروط اللازمة(195).

خامسا: دفع تطوير الإقتصاد الرقمي

يعتمد الإقتصاد الرقمي على ثلاثة مكونات أساسية تتمثل في البرمجة، الخدمات، الأجهزة ، ورغم معاناة الجزائر من بعض النقائص في هذا المجال إلا أنه يعمل على تفعيل خبرات ومهارات المنظّمات الجزائرية العاملة في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتصديرها نح والأسواق، وذلك من خلال وضع إجراءات تسعى إلى تهيئة بيئة مناسبة ومحفزة لتطوير صناعة تكنولوجيا

(193) - بنكوس المختار، ساحلي جميلة، مملّاج سابق، ص.15.

(194) -صراع كريمة ، كربالي بغداد "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000-2018"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير، العلوم التجارية، مجلد 12، عدد 1، جامعة المسيلة، 2010، ص.223.

(195) - يوبي عقيلة، حربي سميرة، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وعراقيل إستخدامها"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد 5، عدد 2، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي تبسي، تبسة، 2021، ص.572.

المعلومات والاتصال بشكل كافي وتأهيل منتجاتها، كما يقتضي ذلك على ضرورة توجيه الكفاءات العلمية والتقنية الوطنية في مجال الإعلام والاتصال نحو أطر متخصصة⁽¹⁹⁶⁾.

المطلب الثاني

الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

تعتبر الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية عنصراً أساسياً لضمان أمن المعاملات، وتعزيز الثقة بين المتعاملين في البيئة الرقمية، فهي تساهم في توفير إطار قانوني منظم يواكب التطور التكنولوجي ويقلص من المخاطر المرتبطة بالتعامل عبر الأنترنت، كما تهدف إلى تحقيق الاستقرار ودعم نمو المعاملات الإلكترونية في بيئة آمنة.

وبناءً على ذلك فإن هذه الحماية تشمل جانبين، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية (الفرع الأول) ثم الحماية الجزائية للتجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية

تقوم الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية على مجموعة من القواعد التي تهدف إلى تنظيم المعاملات الإلكترونية وضمان حماية حقوق المتعاملين.

إلى جانب ذلك تتمثل هذه الحماية على حماية المستهلك قبل إبرام العقد وحماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد.

أولاً: حماية المستهلك قبل إبرام العقد

أصبح المستهلك في ظل تزايد الإقبال على إبرام المعاملات الإلكترونية معرضاً لمحاولات التلاعب بمصالحه ومحاولة خداعه ، إذ يسعى المورد من أجل تسويق منتجاته وترويجها إلى

(196) - عشوب ليلي، مرجع سابق، ص.368.

إستخدام وسائل غير مشروعة لتضليل المستهلك عبر إيهامه بوجود مزايا غير حقيقية في السلع وتعدّ مرحلة ما قبل التعاقد من أهم وأدق المراحل⁽¹⁹⁷⁾ وسيتم دراستها كآآتي:

أ.حق المستهلك في الإعلام

يعدّ الحق في الإعلام أو ما يسمّيه البعض بحق التبصير من الحقوق الأساسية التي أقرّتها تشريعات التجارة الإلكترونية لفائدة المستهلك، باعتبار أنّ الإعلام يمثّل الوسيلة الأولى لتواصله مع السلع والخدمات. فمن خلال المعلومات التي يحصل عليها تتكوّن لديه صورة عنها. وبناءً عليها يقرّر الإقدام على التعاقد أو الإمتناع عنه⁽¹⁹⁸⁾. وللمستهلك أيضاً الحق في منحه المعلومات الضرورية التي تُساعد على إتخاذ قراره ويقصد بذلك الحق في الإعلام المتعلّق بالمنتجات الضرورية وهو حق يندرج في عقود التجارة الإلكترونية ويتضمّن ثلاث نقاط أساسية:

-التبصير والتوضيح بالخصائص المميّزة للسلع والخدمات المعروضة باعتبارها الدّافع الرئيسي للمستهلك نح والتعاقد.

-التبصير والتوضيح بسعر السّلع والخدمات.

-التبصير والتوضيح ببعض البيانات الإلزامية ومنها إلّزام البائع بضمان العيوب الخفية تجاه المستهلك وعدم جواز الإتفاق على الإعفاء منها كونها شرطاً لحماية المستهلك الذي يجهل حقيقة العيوب الخفية التي قد يسعى المنتج أو التاجر إلى إخفاءها⁽¹⁹⁹⁾.

(197) - سام عبد القادر، الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر، تخصّص: القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2019، ص.80.

(198) - زاوي عباس، مانع سلمى "الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية"، مجلة الحقوق والحريات ، مجلد 5، عدد 4، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص.311.

(199) - خليل بن يوسف "حماية المستهلك في ظل قانون التجارة الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 9، عدد 1، جامعة يحي فارس ، المدية، ، 2023، ص.988-989.

وقد جاء في نص المادة 17 من قانون حماية المستهلك⁽²⁰⁰⁾ على أنه "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم أو بأي طريقة أخرى مناسبة".

كما قد عرّفه المشرع الجزائري في المادة 3 الفقرة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بحماية المستهلك⁽²⁰¹⁾ على أنه "كل وسيلة بدون الحضور الشخصي المتزامن للمتدخل والمستهلك يمكن إستعمالها لإبرام العقد بين هاذين الطرفين". يتضح من مضمون هذه المادة أنّ التعاقد بين المستهلك والمتدخل لا يشترط فيه الحضور المادي، بل يمكن أن يتمّ عن بعد بإستعمال وسائل الإتصال المختلفة، وهذا يعني أنّ الإعلام في البيئة الإلكترونية يعتمد أساساً على وسائل تقنية لنقل المعلومات وتمكين المستهلك من معرفة تفاصيل العقد قبل إبرامه حتى في غياب اللقاء المباشر بين الطرفين.

-يكتسب الحق في الإعلام الإلكتروني أهمية كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية، لأنّ هذا الأسلوب في التعاقد يؤثر على رضا المستهلك دون أن يكون على دراية كاملة وحقيقية بالمنتج ممّا يؤدي إلى إختلاف التوازن العقدي لذلك فإنّ إقرار الإلتزام بالإعلام الموجّه للمستهلك يعدّ الوسيلة الأنسب لإعادة المساواة بين أطراف العقد وتحقيق التوازن في عملية التعاقد⁽²⁰²⁾.

(200) - قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مؤرخ في 25 فيفري 2009، ج ر ج ج د ش، عدد 15 الصادر في 8 مارس 2009.

(201) - مرسوم تنفيذي رقم 13-378، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ج ج د ش، عدد 58، صادر في 18 نوفمبر 2013.

(202) - إمدالو سهام، لحسن ليلي، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013، ص.29.

ب. حق المستهلك الإلكتروني في الحماية من الإعلانات الكاذبة والمضللة

إنَّ المستهلك الإلكتروني يختلف عن المستهلك التقليدي من حيث وسيلة التعاقد، والتي تقوم أساساً على استخدام الوسائل الإلكترونية، وتعتمد هذه الوسائل بدرجة كبيرة على أسلوب الدعاية والإعلان للسلع والخدمات بهدف جذب المستهلكين إلى التعامل وإستعمال هذه التقنيات في تسهيل عملية التعاقد والتواصل إذا إستخدمت للغرض الذي وُضعت من أجله.

غير أنَّه في الكثير من الأحيان يتم إساءة إستعمال أساليب الدعاية والإعلان من قبل ذوي النوايا السيئة للإيقاع بالمستهلك وإيهامه بخصائص ومزايا غير حقيقية للسلع والخدمات لذلك لا بدَّ من التركيز على الحماية المدنية للمستهلك منها.

كما قد دفعت خطورة الدعاية والإعلان بعض الخبراء إلى وصفها بأنَّها مصادد المستهلكين نظرا لإعتمادها على الوسائل التفاعلية الذكية التي تستهدف إلى إغراء المستهلك كالتصاميم والرَّسوم وإدعاء التفرُّد في إنتاج السلع والخدمات، إضافةً إلى الإستعانة بشهادات شخصيات مشهورة في المجتمع⁽²⁰³⁾.

ج. إلزام المورد الإلكتروني بحسن النية في المفاوضات

يعدّ إلزام المورد الإلكتروني بحسن النية في المفاوضات من الإلتزامات الأساسية التي ترافق كل عقد إلكتروني لما له من دور في تحقيق الثقة بين الأطراف، وهو أن يتصرّف المورد أثناء مرحلة التفاوض بصدق وأن لا يقوم بإخفاء معلومات مهمّة أو تقديم بيانات مضلّة قد تلحق ضرراً بالمستهلك الإلكتروني، كما ينبغي عليه الدخول إلى المفاوضات بقصد إبرام العقد فعلاً مع الإبتعاد عن الأساليب الغير مشروعة والإحتيالية⁽²⁰⁴⁾. كما أورد المشرع الجزائري حسن النية في تنفيذ العقد

(203) - زواوي عباس، مانع سلمى، مرجع سابق، ص. 312-313.

(204) - سمّام عبد القادر، مرجع سابق، ص. 82.

من خلال المادة 107 من القانون المدني⁽²⁰⁵⁾ على أنه "يجب تنفيذ العقد طبقا لما إشتل عليها وبحسن النية".

ثانيا: حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد

لحماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد في التجارة الإلكترونية أهمية بالغة، حيث تمتد الحماية إلى ما بعد إبرام العقد لضمان إحترام المورد لإلتزاماته وذلك من خلال ضمان تسليم المنتج أ وتقديم الخدمة وفق الشروط المتفق عليها.

أ. حق المستهلك في العدول

يعتبر حق المستهلك في الانسحاب أو العدول عن التعاقد من أبرز مظاهر الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني إذ يرى جانب من الفقه بأن المستهلك الإلكتروني يتمتع بما يعرف بخيار الرؤية، وهو حق يضمن له الوقاية من الغش والتضليل من جانب البائع.

وفد نصّت المادة 6 من التوجيه الأوروبي رقم 97-07 على أنه "يجوز للمشتري في كل عملية بيع إرجاع المنتج إلى البائع من أجل إستبداله وإسترداد ثمنه في مدة 7 أيام كاملة محسوبة من تاريخ تسليم البضاعة وذلك دون جزاءات بإستثناء نفقات الإحالة"⁽²⁰⁶⁾.

كما عرّف المشرع الجزائري حق العدول الإلكتروني في نص المادة 19 من القانون رقم 09-18 المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه "حق المستهلك في التراجع عن إقتناء منتج دون إبداء أي سبب"⁽²⁰⁷⁾، وبذلك يكون المشرع الجزائري قد واكب التوجيه الأوروبي في إقرار حق المستهلك في الرجوع عن العقد دون تقديم مبرر. غير أنه لم

(205) - أمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

(206) -حوالف عبد الصمد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، مجلد 8، عدد 1 جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف، 2016، ص.127.

(207) - قانون رقم 18-09، المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، معدّل ومتمم بالقانون رقم 09-03، مؤرخ في 10 جوان 2018، ج ر ج ج د ش، عدد 35، الصادر في 13 جوان 2018.

يحدّد بشكل دقيق أهم الأسس التي يقوم عليها هذا الحق من حيث الشروط وكيفية ممارسته من طرف المستهلك إضافة إلى عدم تحديد قائمة المنتجات التي يشملها نطاقه.

ب. حق المستهلك في الحماية من الشروط التعسفية

الشرط التعسفي هو الشرط الذي يفرض على غير المهني أو على المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير للسلطة الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة مجحفة⁽²⁰⁸⁾. وقد عرّفه المشرع الجزائري في المادة 3 فقرة 5 من القانون رقم 04-02 المعدّل والمتمّم بالقانون رقم 10-06⁽²⁰⁹⁾ بأنه " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدّة بنود أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

من خلال هذه المادة يتّضح أنّ المشرع الجزائري يهدف إلى حماية التوازن بين أطراف العقد فكل شرط أو بند سواء كان وحده أو مع شروط أخرى يعتبر غير مقبول والغرض هو منع الإستغلال وتحقيق العدالة بين المتعاقدين.

لم ينص المشرع الجزائري على أي حماية للمستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية لكن هذا لا يعني أنّ المستهلك الإلكتروني لا يحظى بأي حماية وذلك طبقاً لما جاء في المرسوم التنفيذي رقم 06-306⁽²¹⁰⁾ في المادة 7 منه على أنّ " البحث في العقود ما بين كل تاجر أو المورد الإلكتروني وكل عون إقتصادي بما في ذلك المستهلك الإلكتروني والتي تحدّد إذا ما كانت تعسفية أم لا وقد كانت مشكلة من 7 أعضاء وعدّل تكوينها إلى 10 أعضاء بموجب المرسوم

(208) - زيوش عبد الرؤوف "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، مجلد 5، عدد 2، جامعة أحمد ابن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، 2020، ص.99.

(209) - قانون رقم 10-06، مؤرخ في 15 أوت 2010، معدّل ومتمّم بالقانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج د ش، عدد 46 صادر في 18 أوت 2018.

(210) - مرسوم تنفيذي رقم 06-306، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، ج ر ج د ش، عدد 56، صادر في 11 سبتمبر 2006.

رقم 08-44. وللمستهلك الإلكتروني طبقاً للمادة 10 من القانون المدني السالف الذكر ، أن يطلب من القاضي المكلف بالتحقيق خفض الإلتزامات الناتجة عن الشرط التعسفي أو إلغائها وفقاً لأحكام العدالة أو يطلب إبطال العقد.

الفرع الثاني

الحماية الجزائية للتجارة الإلكترونية

سننظر من خلال هذا الفرع إلى كيفية معالجة المشرع الجزائري موضوع الحماية الجزائية للتجارة الإلكترونية وذلك بدراسة حماية البيانات الشخصية (أولاً)، ثم جرائم التجارة الإلكترونية (ثانياً).

أولاً: جمع البيانات الشخصية وأسماء النطاق

أ. جمع البيانات الشخصية

ألزم المشرع الجزائري بموجب المادة 26 من القانون رقم 18-05 المنظم لمعاملات التجارة الإلكترونية الحدود الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي للزبائن والزبائن المحتملين ألاّ يجمع إلاّ البيانات الضرورية التي تقتضيها طبيعة المعاملات التجارية ويجب عليه أن يراعي قبل التشكيل ما يلي:

-الحصول على موافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل جمع هذه البيانات.

-ضمان أمن وسريّة البيانات والمعلومات بالإضافة إلى الإلتزام بكافة الأحكام القانونية⁽²¹¹⁾.

فتعرف البيانات الشخصية طبقاً للمادة 3 من القانون رقم 18-07 أنها "كل معلومة بغض النظر عن دعامتها متعلقة بشخص معرف أو قابل للتعريف عليه والمشار إليه الشخص المعني بصفة مباشرة أو غير مباشرة لا سيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدّة عناصر خاصة

(211) - قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

بالهوية البدنية والفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو التقنية أو الإقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية⁽²¹²⁾.

وعادة ما تكون هذه البيانات مكوّنة من صورتين البيانات الإسميّة والغير إسميّة، حيث تشمل البيانات الإسميّة إسم الشّخص ولقبه وعادة ما يستخدم الإسم في مواقع التواصل الاجتماعي، وفي حساب البريد الإلكتروني وكذا عند التسوق عبر الأنترنت لطلب السلع والخدمات. أمّا البيانات الغير إسمية فهي معلومات غير مباشرة لا يمكن من خلالها تحديد هوية الشّخص بشكل مستقل، إلّا عند ربطها ببيانات أخرى مثل رقم الهاتف والسيارة. وتشمل كذلك البيانات المالية كالدخل الشّهري للفرد وحجم الديون. وتعدّ مسألة حماية الحق في البيانات من القضايا المعقّدة التي دفعت بعض التشريعات إلى وضع آليات قانونية لحمايتها، وذلك من خلال إشتراط التصريح المسبق عند معالجة البيانات الشخصية⁽²¹³⁾.

ب. أسماء النطاق في التجارة الإلكترونية

تعتبر أسماء النطاق من المفاهيم حديثة الظهور ومع الإستعمال الواسع لشبكة الأنترنت وتزايد عدد هذه الأسماء مع مرور الوقت، أصبح من الضروري وضع قواعد قانونية لحمايتها من القرصنة ومن تعدّد التسميات الغير مشروعة بها. وتعدّدت التسميات التي أطلقت على أسماء النطاق حيث نجد منها أسماء الحروف ومجال المواقع الإلكترونية.

فقد عرّفه جانب من الفقه بأنه: "ترجمة رقميّة تتمّ بواسطة حروف ورموز معينة تسمح بتدفّق المعلومات عبر شبكة الأنترنت".

(212) -قانون رقم 07-18، مؤرخ في 10 جويلية 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر ج د ش، عدد 34، الصادر في 2018.

(213) - عبيزة منيرة "الحماية القانونية للبيانات الشخصية من الجرائم المعلوماتية في ضوء التشريع الجزائري"، مجلة الإجتهد القضائي، مجلد 15، عدد 2، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023، ص.183-184.

بينما يرى جانب آخر أيضا من الفقه أنّه بمثابة العنوان البريدي في مجال المعلومات ، إذ يتمثل في صندوق بريد إلكتروني يعبر عن عنوان صاحبه عبر شبكة الأنترنت يسهّل الوصول إليه ويشير إلى موقعه الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت⁽²¹⁴⁾.

كما عرّف المشرع الجزائري أسماء النطاق في المادة 6 الفقرة 8 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، "إسم النطاق هو عبارة عن سلسلة أحرف أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق ، وتسمح بالتعرّف والولوج إلى الموقع الإلكتروني"⁽²¹⁵⁾.

ثانيا: جرائم التجارة الإلكترونية وعقوباتها

تتمثل هذه الجرائم فيما يلي:

أ. جريمة إختراق مواقع التجارة الإلكترونية

يستطيع قراصنة الحاسب الآلي Hackers الوصول إلى المعلومات المالية والشخصية وإختراق الخصوصية وسرية المعاملات بسهولة وذلك راجع إلى التطور الهائل في الحاسب الآلي ونظمه ووسائل الإتصال، وهو ما يصاحبه تقدم كبير في الجريمة المعلوماتية وطرق إرتكابها، لا سيما أنّ مرتكبي هذه الجرائم ليسوا مجرمين عاديين، بل هم خبراء في الحاسب الآلي سواء كانوا محترفين أو هواة أو قراصنة، وتتمّ هذه الأفعال من خلال الحصول على بيانات ومعلومات التاجر الإلكتروني ثمّ إستعمالها لأغراض غير مشروعة. وهو ما يعدّ إنتهاكا لحرمة الحياة الخاصة للأفراد⁽²¹⁶⁾. وفي قانون العقوبات الجزائري جاء في نص المادة 394 مكرر 1 و2 على جرائم الإعتداء على بيانات المواقع وتمثلت في التلاعب بالمعطيات والتعامل بالمعطيات غير

(214) - رابحي جوهر، ياسع فاطمة، التجارة الإلكترونية في القانون 05-18، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020، ص.98.

(215) - قانون رقم 05-18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق.

(216) - عبد الرحيم صباح، عبد الرحيم وهيبة "جرائم التجارة الإلكترونية"، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، مجلد 1، عدد 1، جامعة الواد، الجزائر، 2017، ص.40.

مشروعة⁽²¹⁷⁾ ، فيعاقب مرتكبها بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات وغرامة من 500000 دج إلى 2000000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات ، أو يحاول ذلك وتضاعف العقوبة إذا ترتب في ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة.

كما أنّ العقوبة تتغير من 6 أشهر إلى سنتين والغرامة من 50000 دج إلى 150000 دج إذا ترتب على الأفعال المذكورة سلفاً تخريب نظام إنتقال المنظومة.

ب.الإعداد على البطاقات البنكية

أنّ البطاقات البنكية بما فيها بطاقة الإنتمان ليست أمن دائما وإن كانت لها مزايا من خلال وظائفها المتعددة التي تحققها للعملاء، وللتجارة بحد ذاتها وذلك من حيث ربح الوقت وضمان السرعة في إبرام وتنفيذ المعاملات التجارية إلا أنّها لا تخلو من سلبيات تهدد تطور التجارة الإلكترونية، إذ ساعد ظهور هذه البطاقات وإنتشارها على شيوع الجريمة بمختلف أشكالها ، وإنعكس بدورها على تطوير أساليب إرتكاب الجرائم المعلوماتية⁽²¹⁸⁾.

ج.جريمة الإتجار بمعطيات غير مشروعة

يقصد بها الإتجار عمدا بمعطيات غير مشروعة ومخزنة في أنظمة إلكترونية بقصد تحقيق الربح الغير مشروع منها، وذلك بإستعمالها لإرتكاب جرائم من وراءها وه وما نصّت عليه المادة

(217) - أمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 جوان 1966، معطل ومتّمْ بالأمر رقم 97-10، مؤرخ في 6 مارس 1997، متضمّن قانون العقوبات، ج ر ج د ش، عدد 49 صادر في 11 جوان، 1966.

(218) - موزالي نور الدين "الجرائم المعلوماتية في إطار التجارة الإلكترونية وسبل مكافحتها"، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 9، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدية، 2023، ص.186.

394 مكرر 2 بحيث تكون العقوبة في هذه الحالة الحبس من شهرين إلى 3 سنوات وبغرامة من 1000000 دج إلى 5000000 دج⁽²¹⁹⁾.

د. سرقة بيانات البطاقات الائتمانية

يتم الحصول على أرقام بطاقة الائتمان الخاصة بالغير عن طريق سرقة البطاقة نفسها أو الإستيلاء على بياناتها خارج الفضاء الإلكتروني، كما يمكن الحصول عليها عبر الشبكة الإلكترونية بإحدى الوسائل المختلفة حيث يقوم الجاني باستغلال بيانات البطاقة المملوكة للغير لإقتناء السلع والخدمات عبر الأنترنت⁽²²⁰⁾.

هـ. جريمة الغش

لم تتضمن المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 المعدل والمتّم على تعريف الغش التجاري بل إستبدل المشرع لفظ الغش بلفظ التزوير، ويستدل الإحالة إلى نص المادة 431 من ق ع ج الخاصة بالغش، كما أنّ المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إستخدمت لفظ الغش الذي يقضي إلى المرض أو العجز عن العمل وأشارت إلى العقوبة المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات⁽²²¹⁾، "يعاقب عليها بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وغرامة من 20,000 إلى 100,000 دج".

كما نصّت المادة 432 إضافةً إلى ذلك فإن "العقوبة ترتفع من 5 سنوات إلى 10 سنوات وغرامة مالية من 50,000 إلى 1,000,000 دج إذا ألحقت المواد الغذائية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو قدّمت له من مرض أو عجز في العمل".

(219) - أمر رقم 66-156 المتعلق بالعقوبات، مرجع سابق.

(220) - عبد الرحيم صباح، عبد الرحيم وهبية، مرجع سابق، ص. 40.

(221) - قانون رقم 82-04، المتعلق بقانون العقوبات، مؤرخ في 13 فيفري 1982، معدل ومتّم، بالأمر رقم 66-156، المتعلق بقانون العقوبات.

و. استخدام الأسماء والعلامات التجارية المتشابهة

بعض المواقع الإلكترونية تقوم بتقليد العلامات التجارية المشهورة على الشبكة، بهدف جذب المستهلك والإحتيال عليه. ولا يجوز الإعتداء على العلامة التجارية المشهورة فإنّ ذلك يعدّ تقليدًا يتطلب شطب الموقع ويعدّ منافسة غير مشروعة⁽²²²⁾.

(222) - عبد الرحيم صباح، عبد الرحيم وهيبية، مرجع سابق، ص.40.

خلاصة الفصل

كرّس المشرع الجزائري تنظيمًا قانونيًا للتجارة الإلكترونية من خلال إقرار مختلف المعاملات المبرمة عبر الوسائط الإلكترونية، والإعتراف بالعقد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والتصديق والدفع الإلكتروني كآليات قانونية معتمدة لإبرام وتنفيذ المعاملات التجارية الإلكترونية. كما برزت عدّة تحديات تعيق تطوّر التجارة الإلكترونية في الجزائر، من بينها التحديات التشريعية والتقنية والتكنولوجية والثقافية. ممّا يستوجب تطوير المنظومة التشريعية وتعزيز الوعي بثقافة التعامل الإلكتروني، كذلك أقرّ المشرع حماية قانونية للتجارة الإلكترونية من خلال قواعد الحماية المدنية الرّامية إلى حماية المستهلك قبل إبرام العقد وأثناء تنفيذه، إضافة إلى الحماية الجزائية المتعلقة بحماية البيانات الشخصية وأسماء النطاق ومكافحة الجرائم الإلكترونية من خلال تقرير العقوبات المناسبة لها.

خاتمة

خاتمة

في ختام هذه الدراسة توصلنا إلى أنَّ التجارة الإلكترونية أصبحت في السنوات الأخيرة من أهم أشكال التجارة الحديثة، وذلك بسبب التطور الكبير والسريع في التكنولوجيا ووسائل الإتصال. فقد أصبح العالم يعتمد بشكل متزايد على الأنترنت في البيع والشراء، وأصبحت المعاملات التجارية تتم عن بُعد دون الحاجة إلى اللقاء المباشر بين البائع والمشتري، وهذا النوع من التجارة ينتشر بشكل واسع وسريع في مختلف الدول.

وفي هذا الإطار حاول المشرع الجزائري مواكبة هذا التطور من خلال وضع قوانين خاصة تنظم التجارة الإلكترونية، وخاصةً القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. هذا القانون جاء ليحدد طريقة ممارسة النشاط التجاري عبر الأنترنت ووضع قواعد واضحة لإبرام العقود الإلكترونية، وتنظيم العلاقة بين التاجر والمستهلك، كما يحدد الإلتزامات التي يجب على التاجر الإلكتروني إحترامها. بالإضافة إلى ذلك إهتم بتنظيم وسائل الدفع الإلكتروني لضمان سير المعاملات بطريقة آمنة ومنظمة، ومن هذه النصوص القانونية يظهر أنَّ المشرع الجزائري يسعى إلى نظام قانوني حديث يواكب التحول الرقمي ويشجع على إستخدام التكنولوجيا في المجال الاقتصادي.

كما يتّضح أنَّ المشرع الجزائري لم يكتفي فقط بتنظيم النشاط التجاري الإلكتروني، بل حاول أيضاً تحقيق توازن مهم بين هدفين أساسيين، هما تشجيع التجارة الإلكترونية ودعم الاقتصاد الرقمي من جهة، وحماية المستهلك من جهةٍ أخرى. حيث أنَّ حماية المستهلك تُعتبر من أهم النقاط التي ركّز عليها القانون، وذلك من خلال ضمان شفافية المعلومات المقدمة، وحماية البيانات الشخصية.

والحد من الغش أو الإستغلال الذي قد يحدث في المعاملات الإلكترونية. وهذا يدل على أنَّ الدولة تسعى إلى توفير بيئة رقمية آمنة تُساعد على تطوير هذا النوع من التجارة.

خاتمة

ورغم هذه الجهود القانونية والتنظيمية، إلا أنّ التجارة الإلكترونية في الجزائر ما زالت تواجه بعض التحديات والعراقيل، من بين هذه التحديات ضعف الوعي لدى بعض المستخدمين بكيفية التعامل الإلكتروني، إضافةً إلى نقص الثقة في عمليات الشراء عبر الأنترنت عند فئة من المجتمع. كما أنّ البنية التحتية الرقمية ما زالت بحاجة إلى تطوير أكبر، خاصّةً من حيث سرعة الأنترنت وانتشار وسائل الدفع الإلكتروني بشكل أوسع وأكثر سهولة كذلك فإنّ التطوّر السريع في المجال التكنولوجي يفرض على المشرع ضرورة مراجعة وتحديث القوانين بشكل مستمر حتى تبقى مواكبة لهذه التغيرات المتسارعة.

وعليه يمكن القول أنّ التجارة الإلكترونية في الجزائر تعرف تطوراً تدريجياً ومستمراً تعكس توجه الدولة نحو بناء إقتصاد رقمي حديث يعتمد على التكنولوجيا والابتكار. غير أنّ نجاح هذا التحول لا يعتمد فقط على وجود قوانين بل يرتبط أيضاً بمدى تطبيق هذه القوانين على أرض الواقع، وتعزيز الثقة بين المتعاملين، وتوفير بيئة رقمية قوية وآمنة. كما أنّ نشر الثقافة الرقمية والقانونية بين المواطنين يعتبر عاملاً أساسياً لتطوير هذا المجال، لأنّ الوعي يلعب دوراً كبيراً في نجاح التجارة الإلكترونية وانتشارها.

من خلال دراسة موضوع التجارة الإلكترونية في الجزائر يمكن إستخلاص مجموعة من النتائج والتوصيات.

أولاً: النتائج

- أنّ التجارة الإلكترونية أصبحت من أهم صوّر النشاط التجاري الحديث، لما توفّره من سرعة ومرونة في إتمام المعاملات.

- للتجارة الإلكترونية خصائص مميّزة تجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية.

- للتجارة الإلكترونية مزايا متعددة أبرزها توفير الجهد والوقت، تخفيض مصاريف المؤسسات، دعم التنمية الاقتصادية.

خاتمة

في المقابل تزال التجارة الإلكترونية تعاني من بعض العيوب، مثل الطابع اللامادي غير ملموس للتجارة الإلكترونية، صعوبة التحقيق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية.

-أنّ المشرع الجزائري قد سعى إلى تنظيم هذا المجال من خلال وضع قواعد قانونية تشمل العقد الإلكتروني والتوقيع والتصديق والدفع الإلكتروني.

-رغم وجود إطار قانوني إلا أنّ تطبيقه ما يزال يواجه بعض الصعوبات والتحديات التقنية والتشريعية والتكنولوجية.

-تعزيز حماية المستهلك في البيئة الرقمية.

ثانيا: التوصيات

-ضرورة تطوير وتعزيز البنية التحتية الرقمية في الجزائر لدعم إنتشار التجارة الإلكترونية بشكل أوسع.

-العمل على تحديث التشريعات القانونية، بشكل مستمر لمواكبة التطور السريع في المجال الرقمي.

-نشر الوعي الرقمي لدى الأفراد والمؤسسات حول أهمية وأمان إستخدام التجارة الإلكترونية.

-تشجيع المؤسسات الاقتصادية خاصّة الصغيرة والمتوسطة على تبني حلول التجارة الإلكترونية.

-تطوير وسائل الدفع الإلكتروني، وتسهيل إستخدامها لضمان سرعة وأمان المعاملات.

-تعزيز الثقة بين المتعاملين من خلال رقابة قانونية فعّالة، وآليات تسوية المنازعات الإلكترونية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: اللغة العربية

1-الكتب

أ-الكتب العامة

- 1- بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 2- جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الإلكترونية، سلسلة كتابيات تعريفية، صندوق النقد العربي، أب وظبي، 2021.
- 3- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المراسلات، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص25.
- 4- سعود بن سليمان النفيعي، جعفر عبد الله موسى إدريس، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، د د، د ب ن، د س ن.
- 5- الصريفي محمد، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، مؤسسة مورس للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005.
- 6- محمد حسين الطاهر خليفة، التجارة الإلكترونية الواقع التحديات والمستقبل، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد، السودان، 2014.
- 7- محمد عادل عبد العزيز، التجارة الإلكترونية الفكر المحاسبي، | الطبعة الأولى د د ن، د ب ن، 2005.
- 8- محمد عمر الشويري، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 9- محمد نور، تجارة إلكترونية، الطبعة الثانية، دار الجامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 10- نوال عبد الكريم الأشهب، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار المجلد للنشر والتوزيع، عمان، 2014..

- 11- نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، ديوان المطبوعات الجامعية، د ب ن، د س ن.
- ب. الكتب الخاصة:
 - 1- أمير فرج يوسف، التوقيع الإلكتروني، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2008.
 - 2- _____ التوقيع الإلكتروني والحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني في كافة المعاملات الإلكترونية، الطبعة الأولى د د ن، الإسكندرية، 2011.
 - 3- جيفالي حسين، الحماية الجنائية للمعاملات التجارية الإلكترونية في التشريع الجزائري، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق، عمان، 2023.
 - 4- حرّام فتيحة، المعاملات الإلكترونية: (دراسة على ضوء ال قانون 05-18)، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق، عمان، 2022.
 - 5- خالد حسن أحمد، الحجية القانونية للمستندات الإلكترونية بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي: (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2016.
 - 6- خالد مصطفى فهمي، النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني في ضوء التشريعات العربية والاتفاقيات الدولية د ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
 - 7- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستندات الإلكترونية، د ط، د د ن، الإسكندرية، 2008.
 - 8- شحاتة غريب شلقامي، التعاقد الإلكتروني في التشريعات العربية: (دراسة مقارنة)، د ط، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، 2007.
 - 9- عبد الله نوار الشعث، الإثبات والالتزامات في العقود الإلكترونية، الطبعة الثانية، الإسكندرية، 2024.
 - 10- قندوز نجوم سناء، "الإثبات الإلكتروني في المواد التجارية"، د ط، د د ن، د ب ن، 2022.

- 11- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية د ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- 12- محمد فواز محمد المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية (أركانها إثباتها حمايتها التشفير، التوقيع الإلكتروني)، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 13- مهنا بن رشيد بن حمد السعدي، عقود التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت: (دراسة فقهية قانونية مقارنة مجلس العقد أنموذجاً)، د ط، د د ن، مصر، 2019.
- 14- يوسف أحمد النوافلة، حجية المحررات الإلكترونية في الإثبات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

2- الأطروحات والمذكرات الجامعية

أ. أطروحات الدكتوراه:

- 1- بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص: القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
- 2- رضا عبد السلام إبراهيم، معوقات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية من المنظور الاقتصادي، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد والمالية العامة، كلية الحقوق، جامعة المنصورة.
- 3- مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص: قانون العلاقات الاقتصادية الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017.

ب. مذكرات الماجستير

1- ديمش سمية، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011.

ج. مذكرات الماستر:

1) إمدالو سهام، لحسن ليلي، حماية المستهلك الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2013.

2) بازة فايزة، بوتشيشة منى، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، دراسة حالة شركة جوميا الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: مالية وتجارية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2023.

3) بوثابت صونية، العقد الإلكتروني على ضوء قانون 05-18، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريرج، 2024.

4) بولحبال عبد اللطيف محمد رشيد، باكلي رابح، التجارة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: المهن القانونية والقضائية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2021.

5) تباري أمل، مرميدة سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: مالية وتجارية دولية، كلية الحقوق الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020.

قائمة المراجع

- (6) تبول فريدة، دور تطبيقات التجارة الإلكترونية للولوج للأسواق الدولية في المؤسسة الناشئة، مذكرة ماستر الأكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر، 2023.
- (7) الزاوي عبد اللطيف، التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2021.
- (8) سمam عبد القادر، الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2019.
- (9) طاهرين نسرین يمينة، أحكام التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2023.
- (10) قاسة سيليا، إشكالات التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2022.
- (11) قرفي سميرة، فاضل فهمية، التجارة الإلكترونية في ظل القانون 18-05، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، 2017.
- (12) قواسمي وفاء، بلخرشيش لؤي، العقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2022.
- (13) لعمالي ليلي، سعداوي ديهية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص: قانون الأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2021.

14) ياسع فاطمة، رابحي جوهر، التجارة الإلكترونية في القانون 18-05، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2020.

3-المقالات العلمية

1- إبراهيم مسلم، "واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مجلد 12، عدد 1، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2018، ص ص 146-169.

2- إسماعيل نسرین، يحياوي إلهام، "تحديات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية بالجزائر وسبل مواجهتها"، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، مجلد 2، عدد 4، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2019، ص ص 104-118.

3- أمال بوبكر، "التصديق الإلكتروني في النظام القانوني الجزائري"، مجلة المبتكر للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 1، عدد 3، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الجيلالي، 2018، ص ص 211-225.

4- براهيم فائزة، "الشروط القانونية لحجية التوقيع الإلكتروني"، مجلة القانون والعلوم السياسية، مجلد 8، عدد 1، جامعة صالحی أحمد النعام، 2022، ص ص 145-155.

5- بركات عماد الدين، طيب حورية، "وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة القانون والتنمية المحلية، مجلد 1، عدد 2، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019، ص ص 123-134.

قائمة المراجع

- 6- بركان فضيلة، "التوقيع الإلكتروني وحجته في الإثبات في القانون المدني الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 12، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، 2026، ص ص 126-141.
- 7- بلعربي علي، عثمان بقنيس، "الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، مجلد 2، عدد 4، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017. ص ص 353-374.
- 8- بن حشيليف ناصر، بن عمر الحاج عيسى، "التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، مجلد 7، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة نور البشير، الب يض 2025، ص ص 67-81.
- 9- بن حمدين حميدة، زيدان عبد النور، "الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني المبرم وفق القانون رقم 05-18"، مجلة صوت القانون، مجلد 10، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2024، ص ص 171-186.
- 10- بن خضرة زهيرة، "أحكام الإيجاب الإلكتروني"، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 7، عدد 2، جامعة يحي فارس، 2021، ص ص 756-768.
- 11- بن عزوق منير، صباح عزوز فاتح مبروكي، "التجارة الإلكترونية المداخل النظرية والضوابط القانونية"، مجلة مالك بن نبي للبحوث والدراسات، مجلد 3، عدد 1، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021، ص ص 23-31.

قائمة المراجع

- 12- بن عيسى فتيحة، المر سهام، "التجارة الإلكترونية دراسة في القانون رقم 18-05"، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 12، عدد 3، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تمنراست، 2023، ص ص 357-378.
- 13- بنكوس المختار، ساحلي جميلة، "أثر التجارة الإلكترونية في الجزائر تشخيص الصعوبات واستشراف للحلول"، مجلة دراسات مالية محاسبية وجبائية، مجلد 1، عدد 1، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، 2021، ص ص 9-19.
- 14- بوجادي صليحة، "التجارة الإلكترونية دراسة فقهية"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 3، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة برج بوعريريج، 2018، ص ص 7-23.
- 15- بوجاني عبد الحكيم، هند ريم "التجارة الإلكترونية"، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 1، عدد 3، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عين تيموشنت، 2021، ص ص 170-184.
- 16- بودلال فطومة، "الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، مجلد 6، عدد 1، جامعة سي الحواس، 2023، ص ص 1426-1447.
- 17- بوسته إيمان، "إشكالية تحديد زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني"، مجلة المفكر، مجلد 19، عدد 2، جامعة محمد خيصر، بسكرة، 2024، ص ص 393-413.

قائمة المراجع

- 18- بومسلة عبد القادر، "خصوصية الإيجاب والقبول في المعاملات الإلكترونية»، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مجلد 4، عدد 2، جامعة عمار ثليجي، 2018، ص ص324-339.
- 19- بومعالي زكية، "خصوصية الإيجاب الإلكتروني»، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 1، عدد 2، جامعة يحيى فارس، 2015، ص ص133-147.
- 20- تباري أسعيد، بقة عبد الحفيظ، "ضوابط ممارسة التجارة الإلكترونية طبقا للقانون 05-18"، مجلة الصدي للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 2، عدد 4، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ص ص90-110.
- 21- جحنيط خديجة، "الإيجاب الإلكتروني في التشريع الجزائري: دراسة تحليلية للمفهوم والأحكام القانونية، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، مجلد 10، عدد 2، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2025، ص ص61-75.
- 22- حسين حياة، "دراسة تقييمية للتجارة الإلكترونية"، مجلة آفاق للعلوم، مجلد 7، عدد 1، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2022، ص ص550-569.
- 23- حمري نجود، حمري نوال، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 05-18"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، مجلد 4، عدد 1، جامعة أفلو، 2021، ص ص1-24.

قائمة المراجع

- 24- حوالف عبد الصمد، "الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية"، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، مجلد 8، عدد 1، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2016، ص ص 124-130.
- 25- دناي نور الدين، "الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية"، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، مجلد 1، عدد 2، جامعة تندوف، 2017، ص ص 92-100.
- 26- دويني مختار، "وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، مجلد 7، عدد 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي لبيب، سيدي بلعباس، 2021، ص ص 192-203.
- 27- رحّالي سيف الدين، فريد عباس "شروط ممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05"، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 4، عدد 7، جامعة مورسلي عبد الله، تيبازة، 2020، ص ص 69-93.
- 28- زبوش عبد الرؤوف، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، مجلد 5، عدد 2، جامعة أحمد ابن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت، 2020، ص ص 91-116.
- 29- الزهراء مراد، "العقد الإلكتروني وأطرافه"، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 30، عدد 2، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2019، ص ص 301-319.

قائمة المراجع

- 30- زواوي عباس، مانع سلمى، "الحماية المدنية للمستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية"، مجلة الحقوق والحريات، مجلد 5، عدد 4، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص ص303-314.
- 31- سالم مجدي عادل، "وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على تحسين نوعية الخدمة ورفع أداء المؤسسات المالية، مؤسسة بريد الجزائر نموذجاً"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، مجلد 9، عدد 1، جامعة تيسمسيلت، 2025، ص ص211-226.
- 32- سرارمة مريم، "التجارة الإلكترونية في الجزائر: العوائق وآليات التفعيل"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، مجلد 6، عدد 1، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تيسمسيلت، 2022، ص ص39-57.
- 33- سعيدي إكرام نهال، راسي محمد، "إبرام العقد الإلكتروني بين القانون المدني والقوانين الخاصة"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، مجلد 7، عدد 1، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، 2023، ص ص209-224.
- 34- سلطاني حميد، "مفهوم الدفع الإلكتروني"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 11، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، الجزائر، 2022، ص ص209-221.

قائمة المراجع

- 35- صراع كريمة، كريالي بغداد، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000-2013"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، مجلد 12، عدد 1، جامعة المسيلة، 2010، ص ص 209-224.
- 36- عبد الرحيم صباح عبد الرحيم وهيبة، "جرائم التجارة الإلكترونية"، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، مجلد 1، عدد 1، جامعة الوادي، الجزائر، 2017، ص ص 35-47.
- 37- عبد العزيز سمية، "التوقيع الإلكتروني وسيلة حديثة للإثبات (دراسة مقارنة) مجلة علمية محكمة، مجلد 9، عدد 17، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، 2014، ص ص 160-211.
- 38- عبد المجيد قدي عبد الله البحري، "آليات تطبيق التجارة الإلكترونية ومزاياها على الاقتصاد الجزائري"، مجلة الحقيقة، مجلد 11، عدد 4، جامعة أحمد دراية، 2012، ص ص 1-19.
- 39- عبيزة منيرة، "الحماية القانونية للبيانات الشخصية من الجرائم المعلوماتية في ضوء التشريع الجزائري"، مجلة الاجتهاد القضائي، مجلد 15، عدد 2، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023، ص ص 177-194.
- 40- عشوب ليلي، "رهانات والآفاق المستقبلية للتجارة الإلكترونية في الجزائر العوائق والحلول"، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، مجلد 8، عدد 2، جامعة الشهيد حمه لخضر، الواد، 2023، ص ص 365-371.

قائمة المراجع

- 41- العميري سليمة، "مدخل مفاهيمي للتجارة الإلكترونية ومتطلباتها ومعوقاتها"، مجلة دراسات إنسانية، مجلد 13، عدد 1، جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2024، ص ص 471-486.
- 42- فاطمة الزهراء جندولي، "القوة الثبوتية للتوقيع الإلكتروني في مجال معاملات البيئة الرقمية"، مجلة الحوار المتوسطي، مجلد 13، عدد 2، جامعة الجيلالي ليباس، سيدي بلعباس، 2022، ص ص 13-37.
- 43- قهواجي أمينة، مطالي ليلي، "الإطار المفاهيمي والقانوني للتوقيع والتصديق الإلكترونيين في الجزائر"، مجلة المشكاة في اقتصاد التنمية والقانون، مجلد 4، عدد 8، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عين تيموشنت، 2018، ص ص 18-37.
- 44- كبير أمينة، "التصديق الإلكتروني (دراسة مقارنة)"، مجلة القانون والمجتمع، مجلد 8، عدد 1، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2018، ص ص 131-155.
- 45- كتافة شافية، لطرش ذهبية، بولمرج وحيدة، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير"، مجلة دراسات اقتصادية، مجلد 18، عدد 1، جامعة الجلفة، 2020، ص ص 271-290.
- 46- كريدي نبيلة، "السفينة الإلكترونية"، مجلة الميراث للدراسات القانونية، مجلد 2، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي تبسي، الجزائر، 2017، ص ص 89-116.

قائمة المراجع

- 47- خليل بن يوسف، "حماية المستهلك في ظل قانون التجارة الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 9، عدد 1، جامعة يحيى فارس، المدينة، 2023، ص ص 982-1007.
- 48- كواشي حنان، قدي عبد المجيد، "التجارة الإلكترونية كحافز لإستخدام البطاقات البنكية وبطاقات الدفع الإلكترونية نح وتشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الاقتصاد الجديد، مجلد 13، عدد 1، جامعة خميس مليانة، 2022، ص ص 554-570.
- 49- لزغر وسيلة "القبول في التعاقد الإلكتروني"، مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، مجلد 3، عدد 9، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيّان عاشور، الجلفة، 2016، ص ص 370-391.
- 50- محمد شايب، "مستقبل التجارة الإلكترونية التحديات والفرص"، المجلة الجزائرية للأبحاث الاقتصادية والمالية، مجلد 8، عدد 1، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، 2025، ص ص 68-85.
- 51- مراوية صبرينة، "الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية"، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، مجلد 10، عدد 2، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2022، ص ص 951-969.
- 52- مزهود نور الدين، مقدم ياسين، "واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، مجلد 7، عدد 2، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2022، ص ص 28-44.

قائمة المراجع

- 53- مصفح فاطمة، أيت علي زينة، "مفهوم الدفع الإلكتروني وتمييزه عن الدفع التقليدي"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلد 11، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2، 2022، ص ص222-239.
- 54- مطاي عبد القادر، بن شنيعة كريمة، صلاح محمد، "وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في عصرنة المنظومة المصرفية الجزائرية"، مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، مجلد 2، عدد2، جامعة أحمد بن يحيى الونشري، تيسمسيلت، 2020، ص ص28-83.
- 55- موزالي نور الدين، "الجرائم المعلوماتية في إطار التجارة الإلكترونية وسبل مكافحتها"، مجلة الدراسات القانونية، مجلد 9، عدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحيى فارس، المدية، 2023، ص ص178-198.
- 56- ولد علي لطيفة، العيد محمد، "مزايا وتحديات ومسارات التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة المالية والأسواق، مجلد 11، عدد 2، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2024، ص ص317-344.
- 57- يوبي عقيلة، حربي سميرة، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وعراقيل استخدامها"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد 5، عدد 2، جامعة العربي تبسي، تبسة، 2021، ص ص562-574.

4: المداخلات العلمية

1) بن ناصر عابد، "حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات في المعاملات الإلكترونية من منظور إسلامي"، مداخلات مقدمة ضمن أعمال ملتقى: الأسس الفقهية والتشريعية للمعاملات الإلكترونية، ص 1-10.

5: النصوص القانونية

أ. النصوص التشريعية

- 1- أمر رقم 66-156، مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج ر ج ج د ش، عدد 37 الصادر في 22 جوان 1966 معدل ومتمم بالقانون رقم 24-06، مؤرخ في 28 أبريل 2024، ج ر ج ج د ش، عدد 30، صادر في 28 أبريل 2024.
- 2- أمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر ج ج د ش، عدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم بالأمر رقم 05-10، مؤرخ في 6 جوان 2005، ج ر ج ج د ش، عدد 44، صادر في 26 جوان 2005.
- 3- قانون رقم 82-04، متعلق بقانون العقوبات، مؤرخ في 13 فيفري 1982، معدل ومتمم للأمر 66-156.
- 4- قانون الأونسيتال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية لسنة 1996 ومع المادة 5 مكرر المضافة بصيغتها النهائية المنعقد في 1998، الأمم المتحدة، نيويورك، 2000.
- 5- أمر رقم 03-11، مؤرخ في 26 أوت 2003، يتعلق بالنقد والقرض، ج ر ج ج د ش، عدد 51، الصادر في 27 أوت 2003، معدل ومتمم.
- 6- قانون رقم 03-06، مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر ج ج د ش، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.

- 7- قانون رقم 04-02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مؤرخ في 23 جوان 2004، ج ر ج د ش، عدد 41، الصادر في 19 سبتمبر 2004.
- 8- قانون رقم 04-08، مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر ج د ش، عدد 52 الصادر في 18 أوت 2004 معدل و متمم بالقانون رقم 13-06 مؤرخ في 23 جويلية 2013، وقانون رقم 18-08 مؤرخ في 10 جوان 2018.
- 9- قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مؤرخ في 25 فيفري 2009، ج ر ج د ش، عدد 15 الصادر في 8 مارس 2009.
- 10- قانون رقم 10-06، مؤرخ في 15 أوت 2010، معدل و متمم للقانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- 11- قانون رقم 15-04، مؤرخ في 1 فيفري 2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتصديق والتوقيع الإلكترونيين، ج ر ج د ش، عدد 6، الصادر في 10 فيفري 2015.
- 12- قانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مؤرخ في 10 ماي 2018، ج ر ج د ش، عدد 28، الصادر في 16 ماي 2018.
- 13- قانون رقم 18-07، مؤرخ في 10 جويلية 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج ر ج د ش، عدد 34، الصادر في 2018.
- 14- قانون رقم 18-09، المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، معدل و متمم للقانون رقم 09-03، مؤرخ في 10 جوان 2018، ج ر ج د ش، عدد 35، الصادر في 13 جوان 2018.
- 15- قانون رقم 18-11، مؤرخ في 2 جويلية 2018، يتضمن قانون الصحة، ج ر ج د ش، عدد 46 الصادر في 29 جويلية 2018.

قائمة المراجع

16- قانون رقم 02-26، مؤرخ في 17 فيفري 2026، يحدد القواعد العامة المتعلقة بخدمات الثقة للمعاملات الإلكترونية وبالتعريف الإلكتروني، ج ر ج ج د ش، عدد 14، الصادر في 18 فيفري 2026.

أ. النصوص التنظيمية

1- مرسوم تنفيذي رقم 07-162، مؤرخ في 30 ماي 2007، معدل ومتم للمرسوم التنفيذي رقم 01-123، المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر ج ج د ش، عدد 37، الصادر في 7 جوان 2007.

2- مرسوم تنفيذي رقم 09-410، مؤرخ في 10 ديسمبر 2009، يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة، ج ر ج ج د ش، عدد 73، الصادر في 13 ديسمبر 2009 معدل والمتم بالمرسوم التنفيذي رقم 16-61 مؤرخ في 11 فيفري 2016.

3- مرسوم التنفيذي رقم 13-378، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ج ج د ش، عدد 58، صادر في 18 نوفمبر 2013.

4- مرسوم تنفيذي رقم 16-135، مؤرخ في 25 أبريل 2016، يحدد طبيعة السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني وتشكيلتها وتنظيمها وسيرها، ج ر ج ج د ش، عدد 28، الصادر في 28 أبريل 2016.

5- مرسوم تنفيذي رقم 18-112، مؤرخ في 5 أبريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، ج ر ج ج د ش، عدد 21، الصادر في 11 أبريل 2018 معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي رقم 19-251 مؤرخ في 16 سبتمبر 2019، ج ر ج د ش، عدد 57.

6- مرسوم تنفيذي رقم 19-89، مؤرخ في 5 مارس 2019، يحدد كفايات حفظ سجلات المعاملات الإلكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، ج ر ج د ش، عدد 17، الصادر في 17 مارس 2019.

6: وثائق غير منشورة

1- بوحايلس إلهام، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة الماستر، تخصص: القانون الرقمي، محاضرات في قانون التجارة الإلكترونية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، الإخوة منشوري، 2024.

2- بوطيش أسماء، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية، محاضرة مقدمة للسنة الثالثة ليسانس، تخصص: إدارة إلكترونية، 2024.

3- حجاج مصطفى، مطبوعة في مقياس التجارة الإلكترونية، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، تخصص: مالية وتجارية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2022.

4- خديجة عبد اللاوي، محاضرات في قانون معاملات التجارة الإلكترونية، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الحاج بوشعيب، عين تيموشنت، 2021.

5- غانم عادل، محاضرات في قانون المعاملات الإلكترونية، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص: القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية.

ثانيا: باللغة الفرنسية

|–Les textes juridiques

1-loi n°2000-230 du 13 mars 2000 portant adaptation de droit de la preuve ou technologies de l'information et relative à la signature électronique. Journal officiel n°62 du 14 mars 2000.

-Les articles scientifiques

MISSE Brigitte, Le commerce électronique, Décisions Marketing, Editions EMS , n°9, septembre – décembre 1996, pp.95-100.

الملاحق

الملحق رقم 1: نموذج مبسّط عن الشيك الإلكتروني.

المصدر: موقع الشيكات لطباعة الشيكات أونلاين، نموذج شيك بنكي قياسي (دينار) متاح على الموقع

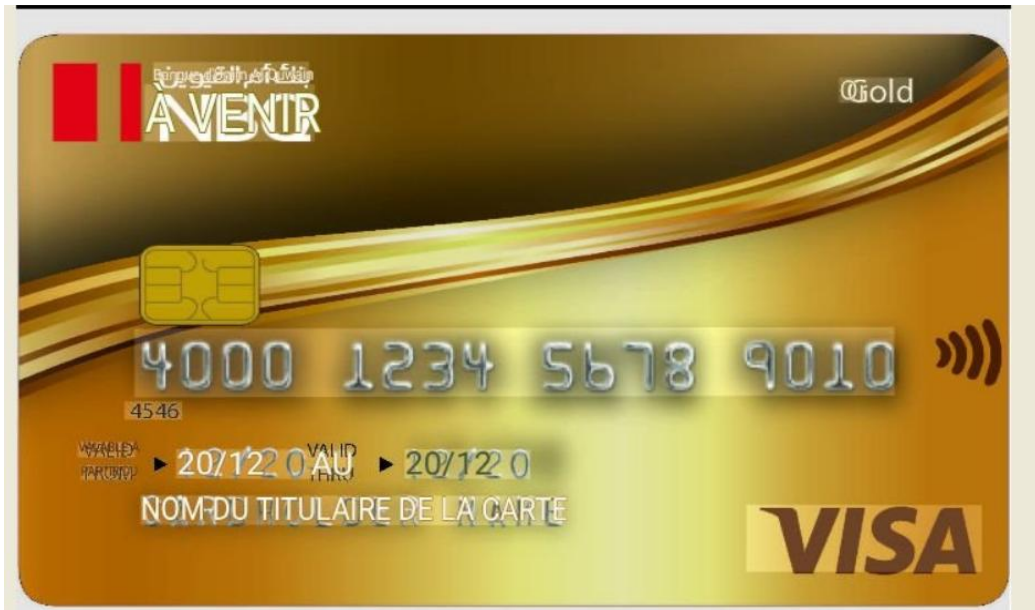
الإلكتروني [https://www. Chequeat.com](https://www.Chequeat.com)

الملحق رقم 2: نموذج عن السّفْتجة الإلكترونية.

البيانات	البيان
001/2026	رقم السفتجة
03/06/2026	تاريخ الإنشاء
مؤسسة النجاح	الساحب
بنك الجزائر	المسحوب عليه
شركة الأمل	المستفيد
50.000 دج	مبلغ السفتجة
03/09/2026	تاريخ الإستحقاق
التوقيع الإلكتروني للساحب	التوقيع الإلكتروني

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتقادا على أحكام السفتجة الواردة في القانون التجاري الجزائري.

الملحق رقم 3: نموذج عن بطاقة الإئتمان.



المصدر: بنك أم القيوين الوطني، بطاقة الإئتمان الذهبية، متوفر على الرابط www.nbq.ae

الملحق رقم 4: توزيع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر سنة 2024..

النسبة %	العدد	وسيلة الدفع الإلكتروني
78,6	15.605.882	بطاقة الذهبية
21,3	4.239.021	بطاقة CIB
—	—	بطاقة الدفع الدولية (visa/MasterCard)
%100	19.844.903	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات (GIE monétique) التقرير المستوى

للمدفوعات 2024، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.giemuntique.dz>

الملحق رقم 4: مؤشرات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المؤشر	القيمة	التطور
قيمة المدفوعات الإلكترونية	939 مليار دج	+146%
المدفوعات عبر الأنترنت	145 مليار دج	+179%
عدد عمليات الدفع	27 مليون عملية	ارتفاع كبير
عدد البطاقات الإلكترونية	21.8 مليون بطاقة	نمو مستمر

المصدر: تجمّع النقد الآلي الجزائري (GIE monétique) - 2025.

فهرس

1	مقدمة.....
---	------------

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية

7	المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.....
7	المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية مع بيان أهم خصائصها وأشكالها
8	الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.....
8	أولاً: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية
9	ثانياً: تعريف التجارة الإلكترونية وفق المنظمات الدولية
9	أ. تعريف التجارة الإلكترونية في منظمة التجارة العالمية
9	ب. تعريف التجارة الإلكترونية في منظمة الأمم المتحدة
10	ج. تعريف التجارة الإلكترونية في منظمة التعاون الاقتصادي
10	د. تعريف التجارة الإلكترونية في منظمة التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي (ApEc) ...
11	هـ. تعريف التجارة الإلكترونية في الاتحاد الأوروبي
11	ثالثاً: التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية

أ. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري	11
ب. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع التونسي	12
ج. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الفرنسي:	13
د. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الأمريكي	14
هـ. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الإيطالي	14
و. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع المصري	15
ز. تعريف التجارة الإلكترونية في التشريع الإماراتي	15
الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية	16
أولاً: إختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية	16
ثانياً: وجود الوسيط الإلكتروني:	16
ثالثاً: غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة	17
رابعاً: عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين	17
خامساً: إعتناء التجارة الإلكترونية على ركائز في تنفيذ المعاملات	18
سادساً: التخصيص والتكيف	18
الفرع الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية	19
أولاً : التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية (B2B)	19
ثانياً: التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك (B2C)	20
ثالثاً: التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية وإدارة حكومية (B2G)	20
رابعاً: التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة الحكومية (C2G)	21

21	خامسا: التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك (C2C)
22	سادسا: التجارة الإلكترونية الغير الربحية
22	المطلب الثاني: تمييز التجارة الإلكترونية عن ما يشابهها من المفاهيم وتقييمها
23	الفرع الأول: تمييز التجارة الإلكترونية عن ما يشابهها من المفاهيم
23	أولا: تمييز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية
24	ثانيا: تمييز التجارة الإلكترونية عن الأعمال الإلكترونية
24	ثالثا: تمييز التجارة الإلكترونية عن التجارة عبر الأنترنت
25	رابعا: تمييز التجارة الإلكترونية عن التجارة الخارجية الإلكترونية
25	خامسا: تمييز التجارة الإلكترونية عن التسويق الإلكتروني
26	الفرع الثاني: تقييم التجارة الإلكترونية
26	أولا: مزايا التجارة الإلكترونية
26	أ. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للأفراد
27	ب. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات
29	ج. مزايا التجارة الإلكترونية على المستوى القومي
30	ثانيا: عيوب التجارة الإلكترونية
30	أ. الطابع اللامادي غير ملموس للتجارة الإلكترونية:
30	ب. غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية:
31	ج. صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية:
31	المبحث الثاني: الضوابط القانونية لممارسة التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: شروط التجارة الإلكترونية ونطاق ممارستها	32
الفرع الأول شروط ممارسة التجارة الإلكترونية	32
أولاً: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية من حيث الأشخاص	32
ثانياً: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية من حيث ممارسة النشاط التجاري	33
أ. : التسجيل في السجل التجاري	33
ب. التسجيل في الصناعات التقليدية والحرفية:	35
ج. نشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت:	35
د. العرض التجاري:	36
هـ. الطلبية المسبقة في المعاملة الإلكترونية	37
و. وجود الإشهار الإلكتروني:	39
أولاً: المعاملات المستثناة في القانون الجزائري	40
1-المعاملات المستثناة من التعامل الإلكتروني بموجب المادة الثالثة من القانون رقم 18-05	41
أ. حظر لعب القمار والرهان واليانصيب	42
ب. حظر التعامل بالمشروبات الكحولية والتبغ	42
ج. حظر التعامل بالمنتجات الصيدلانية	43
د. حظر التعامل بالمنتجات التي تنصّ على حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية...	44
هـ. حظر التعامل في السلع أو الخدمات الخطرة أو الممنوعة قانوناً	44
و. حظر التعامل بكل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي أو إجراءات خاصّة	45

2-	المعاملات المستثناة من للتعامل الإلكتروني بموجب المادة الخامسة من القانون رقم 18-05
	المتعلق بالتجارة الإلكترونية. 45
46	ثانيا: إقليمية ممارسة التجارة الإلكترونية.....
47	المطلب الثاني: دوافع وأسس التجارة الإلكترونية.....
47	الفرع الأول: دوافع التجارة الإلكترونية.....
48	أولا: تسهيل التبادلات التجارية.....
48	ثانيا: الفعالية التجارية.....
48	ثالثا: إيجاد أسواق جديدة.....
49	الفرع الثاني: أسس التجارة الإلكترونية.....
49	أولا: الأسس التكنولوجية.....
49	أ. الحاسوب.....
50	ب. الأنترنت.....
50	ج. الهاتف:.....
51	د. الموقع الافتراضي.....
51	ثانيا: الأسس القانونية والتجارية للتجارة الإلكترونية.....
53	خاتمة الفصل.....

الفصل الثاني

التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري

المبحث الأول: الآليات القانونية لإبرام العقد الإلكتروني في معاملات التجارة الإلكترونية.....	56
المطلب الأول: العقد الإلكتروني كآلية لإبرام معاملات التجارة الإلكترونية.....	56
الفرع الأول: مفهوم العقد الإلكتروني.....	57
أولاً: تعريف العقد الإلكتروني.....	57
أ. التعريف الفقهي للعقد الإلكتروني:.....	57
ب. التعريف التشريعي للعقد الإلكتروني:.....	58
ثانياً: خصائص العقد الإلكتروني.....	59
الفرع الثاني: إبرام العقد الإلكتروني.....	61
أولاً: الإيجاب الإلكتروني:.....	61
ثانياً: خصائص الإيجاب الإلكتروني.....	62
ثالثاً: شروط الإيجاب الإلكتروني.....	63
رابعاً: القبول الإلكتروني.....	63
أ. القبول عبر البريد الإلكتروني:.....	64
ب. القبول الإلكتروني عبر الويب:.....	65
ج. القبول عبر المحادثة:.....	65
ثالثاً/ زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني:.....	65

66	أ. زمان إبرام العقد الإلكتروني
68	المطلب الثاني: آليات التعامل في التجارة الإلكترونية
69	الفرع الأول: التوقيع الإلكتروني
69	أولاً: تعريف التوقيع الإلكتروني
70	ثانياً: شروط وأنواع التوقيع الإلكتروني
73	ثالثاً: حجية التوقيع الإلكتروني
74	رابعاً: آثار الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني
75	الفرع الثاني: التصديق الإلكتروني كآلية للتعاملات التجارية
75	أولاً: تعريف التصديق الإلكتروني
76	ثانياً: جهات التصديق الإلكتروني
76	أ. سلطات التصديق الإلكتروني
76	ب. مقدّم خدمة التصديق
77	ثالثاً: شهادة التصديق الإلكتروني
78	الفرع الثالث: الدفع الإلكتروني كآلية لسير المعاملات الإلكترونية
78	أولاً: تعريف الدفع الإلكتروني
79	ثانياً: خصائص الدفع الإلكتروني
80	ثالثاً: وسائل الدفع الإلكتروني
83	المبحث الثاني: التحديات المستقبلية للتجارة الإلكترونية والحماية المقررة لها
83	المطلب الأول: التحديات المستقبلية للتجارة الإلكترونية وسبل تطويرها

الفرع الأول: إشكالات تطبيق التجارة الإلكترونية	84
أولاً: التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية	84
ثانياً: التحديات التجارية للتجارة الإلكترونية	85
ثالثاً: التحديات التشريعية للتجارة الإلكترونية	86
رابعاً: التحديات الاجتماعية والثقافية للتجارة الإلكترونية	87
خامساً: التحديات الاقتصادية للتجارة الإلكترونية	88
الفرع الثاني: سبل تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر	89
أولاً: نشر الوعي والثقافة الإلكترونية	89
ثانياً: تنمية الموارد البشرية وتطوير المناهج الدراسية	89
ثالثاً: توفير بنية معلوماتية متينة	90
رابعاً: إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة	90
خامساً: دفع تطوير الاقتصاد الرقمي	90
المطلب الثاني: الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية	91
الفرع الأول: الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية	91
أولاً: حماية المستهلك قبل إبرام العقد	91
أ. حق المستهلك في الإعلام:	92
ب. حق المستهلك الإلكتروني في الحماية من الإعلانات الكاذبة والمضللة:	94
ج. إلزام المورد الإلكتروني بحسن النية في المفاوضات:	94
ثانياً: حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد	95

أ. حق المستهلك في العدول:	95
ب. حق المستهلك في الحماية من الشروط التعسقية:	96
الفرع الثاني: الحماية الجزائية للتجارة الإلكترونية	97
أولاً: جمع البيانات الشخصية وأسماء النطاق	97
أ. جمع البيانات الشخصية:	97
ب. أسماء النطاق في التجارة الإلكترونية:	98
ثانياً: جرائم التجارة الإلكترونية وعقوباتها	99
أ. جريمة إختراق مواقع التجارة الإلكترونية:	99
ب. الإعتداء على البطاقات البنكية:	100
ج. جريمة الإلتجار بمعطيات غير مشروعة:	100
د. سرقة بيانات البطاقات الائتمانية:	101
هـ. جريمة الغش:	101
و. إستخدام الأسماء والعلامات التجارية المتشابهة:	102
خاتمة الفصل:	103
خاتمة	105
قائمة المراجع والمصادر	109
الملاحق	128

ملخص

تعتبر التجارة عبر الأنترنت من أبرز التطورات التكنولوجية في العصر الحالي لما تحقّقه من تسهيل كبير لعمليات البيع والشراء وتبادل الخدمات بكافة أنواعها. وتعتمد هذه المنظومة الرقمية الشاملة على آليات أساسية تضمن ثقة المتعاملين وأمن معاملاتهم، حيث تتمثل في الدفع الإلكتروني، التوقيع الإلكتروني والتصديق الإلكتروني.

ونظرا للتطور التقني السريع والمستمر، أصبحت هذه الآليات بحاجة إلى بيئة تشريعية قوية تضبط طريقة عملها وتوفير الحماية القانونية اللازمة ضد المخاطر الرقمية.

بناء على هذا الترابط الوثيق بين التطور التكنولوجي والضرورة التشريعية، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على القواعد القانونية التي تبناها المشرع الجزائري لتأطير هذا النوع الحديث من المعاملات كما تتضمن هذه الدراسة أهم الآليات القانونية المعتمدة لضمان أمن المعاملات الإلكترونية وحماية حقوق المتعاملين. وتسعى إلى إبراز مدى فعالية التشريع الجزائري في مواكبة التطورات الرقمية وتعزيز الثقة في البيئة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية

التجارة الإلكترونية ، الدفع الإلكتروني ، التصديق الإلكتروني، التوقيع الإلكتروني.

Résumé

Le commerce électronique constitue l'une des plus importantes évolutions technologiques de l'ère contemporaine, en raison de la grande facilité qu'il offre dans les opérations de vente, d'achat et d'échange de services sous toutes leurs formes. Ce système numérique repose sur des mécanismes fondamentaux garantissant la confiance des utilisateurs et la sécurité de leurs transactions, à savoir le paiement électronique, la signature électronique et la certification électronique.

Compte tenu de l'évolution technologique rapide et continue, ces mécanismes ont permis la mise en place d'un cadre juridique afin d'adapter la protection juridique des risques.

Partant de ce lien étroit entre développement technologique et la nécessité législative, cette étude vise à mettre en lumière les règles juridiques adoptées par les législateurs algériens afin d'encadrer cette forme moderne de transactions. Elle porte également sur les principaux mécanismes juridiques mis en œuvre pour garantir la sécurité des transactions électroniques et la protection des droits des parties concernées.

Enfin elle cherche à évaluer l'efficacité de la législation algérienne dans l'accompagnement des évaluations numériques et donc le renforcement de la confiance au sein de l'environnement électronique.

-Les mots clés : Commerce électronique . paiement électronique. signature électronique certification électronique. sécurité des transactions électronique