

السنة الثالثة
قانون خاص

سلسلة محاضرات لطالبة كلية الحقوق والعلوم السياسية



محاضرات في مقياس الملتقى: حول قانون التجارة الالكترونية 05-18

من إعداد الأستاذة :

هداية بوعزة

أستاذة محاضرة قسم ا

كلية الحقوق والعلوم السياسية

2024/2023

قائمة المختصرات

- ج : الجزء.
ج ر : الجريدة الرسمية.
د.م.ج : ديوان المطبوعات الجامعية.
ط : طبعة.
فق: الفقرة
ق.ع.ج : قانون العقوبات الجزائري.
ق.م.ج : القانون المدني الجزائري.
م : المادة

Abréviations :

Ed : édition

T :Tome.

UNCITRAL : Commission des Nations unies pour le droit commercial international

P :page.

OECD : Organisation for Economic Co-operation and Development.

B2B: Business to Business.

B2C: Business to Consumer.

B2G: Business to Government.

G2C: Consumer to Government.

المقدمة:

أصبح استخدام الانترنت في العصر الحالي واقعا لا يمكن إنكاره، حيث شاع استخدامها في جميع مناحي الحياة، إذ فرض هذا الواقع نفسه تلقائيا على التعامل بين الأفراد، كأداة من خلالها يستطيع من يريد التعاقد وهو جالس في مكانه أن يحصل على مبتغاه.

وقد كان للمعلوماتية التأثير الكبير في تعديل القواعد القانونية التي تحكم المعاملات القانونية المختلفة بين الأفراد، سواء المدنية أو التجارية منها.حيث أدى إقحام الانترنت في المعاملات إلى ظهور ما يعرف ب

"المعاملات الالكترونية" في القانون الخاص كنقيض للمعاملات الكلاسيكية والتقليدية.

لذلك فقد انبثق عن وسائل الاتصال الحديثة مفهوم جديد وهو "التجارة على الخط" أو "التجارة الالكترونية". وقد شاع مفهومها في ظل العصر الرقمي الذي نعيشه، وعرفت انتشارا واسعا لما تتيحه من المزايا العديدة، فأصبح بإمكان رجال الأعمال تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، وأصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم وعرضها في الأسواق. أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل كثيرا للحصول على ما يريدونه أو الوقوف في طابور طويل أو حتى استخدام النقود التقليدية، إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر وبرنامج مستعرض للانترنت واشتراك بالانترنت¹.

ومن ثم تعد التجارة الالكترونية موضوعا حديثا ونتاجا لإفرازات العقل الإنساني ومن نتائج استخدام الانترنت في مجال المعاملات بين الأفراد والذي ساهم في إختصار المسافات وتقريب المكان وتقليل الجهد واختصار الزمان.

وإذا كانت التجارة الالكترونية في الجزائر لا زالت في بداياتها، إلا أنها فرضت نفسها على مستخدمي الانترنت بسبب انتشار المواقع الالكترونية للتسويق الالكتروني وإقبال الأفراد على التعامل بها. لذلك فقد كانت الحاجة إلى إصدار قانون لتنظيم التجارة الالكترونية في الجزائر لأجل توفير نوع من الحماية القانونية للأطراف المتعاملة في التجارة الالكترونية وحماية حقوقهم، بعد أن تنبه المشرع الجزائري إلى افتقاره للقواعد القانونية التي تواكب التطور التقني المستمر بالنسبة لإتمام الأعمال التجارية الكترونيا، فحاول تكريس جهوده لإثراء المنظومة التشريعية بخصوص هذا المجال، من خلال إصداره القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية². حيث يهدف هذا القانون إلى تحديد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات³. وقد تضمن هذا القانون أربعة أبواب، حيث تعلق الباب الأول بالأحكام العامة لممارسة التجارة الإلكترونية وكذا الإطار المفاهيمي لبعض المصطلحات ذات علاقة بالتجارة الإلكترونية، أما الباب الثاني فتعلق بممارسات التجارة الإلكترونية، وقد

1 - نسرين عبد الحميد نبيه ، الجانب الالكتروني للقانون التجاري ، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 133 .

2 - القانون 05-18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 هـ الموافق ل 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر عدد 28 مؤرخة في 16 ماي 2018 .

3 - المادة 01 من ذات القانون.

تضمن بدوره سبعة فصول تعلق الفصل الأول منها إلى المعاملات التجارية العابرة للحدود، والفصل الثاني بشروط ممارسة التجارة الإلكترونية، والفصل الثالث تعلق بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني، والفصل الرابع تعلق بالتزامات المستهلك الإلكتروني، والفصل الخامس تعلق بواجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته، أما الفصل السادس فتعلق بالدفع في المعاملات الإلكترونية، وتعلق الفصل السابع والأخير بالإشهار الإلكتروني. أما الباب الثالث فتعلق بالجرائم والعقوبات والباب الأخير تعلق بالأحكام الانتقالية والختامية والتي أعطت أجلا لا يتجاوز الستة أشهر للأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يمارسون التجارة الإلكترونية عند تاريخ نشر هذا القانون.

وأمام تزايد انتشار مفهوم التجارة الإلكترونية بسرعة في شتى الأوساط الاقتصادية الاجتماعية والقانونية، إلا أن هناك استفهامات عديدة تدور حولها. فما المقصود بالتجارة الإلكترونية؟ وما النظام القانوني الذي يحكمها؟ وهل استطاع المشرع الجزائري من خلال إصداره للقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية توفير حماية قانونية فعالة للأطراف المتعاملين في إطار التجارة الإلكترونية؟.

لذلك سنحاول من خلال هذه المطبوعة البيداغوجية الإجابة عن مختلف تلك التساؤلات من خلال التعرض لأهم المسائل المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، من خلال استعراض أهم الجوانب المفاهيمية للتجارة الإلكترونية من خلال التطرق لتعريفها وخصائصها وكذا الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال تحديد شروط ممارستها وتنظيم العلاقات التعاقدية في ظلها.

وذلك بتقسيمها إلى فصلين اثنين، يتعلق الفصل الأول بالإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية، أما الفصل الثاني فيتعلق بالإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية مظهرا من مظاهر التقدم التكنولوجي الناجم عن إقحام الانترنت في شتى المعاملات لاسيما التجارية منها. هذه الشبكة العنكبوتية الضخمة التي دفعت بدول العالم إلى التخلي بشكل تدريجي عن الأسلوب التجاري التقليدي بالتوجه إلى الأسلوب التجاري الرقمي أو الإلكتروني في ظل ما يعرف بـ "الاقتصاد الرقمي الجديد".

تعد التجارة الإلكترونية من أكثر المعاملات الإلكترونية التي أثارت جدلا قانونيا في عصر المعلومات والاتصالات الإلكترونية وذلك بسبب خصوصيتها ونظامها القانوني المتميز، لذلك فمن المهم البحث كمسألة أولية في الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية وذلك من خلال تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية في المبحث الأول ، ثم خصائص وأشكال التجارة الإلكترونية في المبحث الثاني.

المبحث الأول:

مفهوم التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية مظهرا من مظاهر التطور التكنولوجي المتسارع، ويرجع مفهومها إلى سبعينيات القرن العشرين، عندما استخدمت شركات شبكات خاصة تربطها بعملائها وشركاء أعمالها لتسهيل الاتصال وخفض العمليات الورقية والاحتكاك البشري وخفض تكاليف التشغيل وزيادة كفاءة العمليات. فتحول عدد كبير من الشركات إلى ممارسة نشاطاتهم عبر

شبكة الانترنت محققة نجاحا في الانتشار وسرعة في الوصول إلى الأسواق والزبناء¹.

ولتحديد مفهوم التجارة الالكترونية لابد من البحث في تعريفها والتعريف بالمصطلحات ذات العلاقة بها من خلال **المطلب الأول**، والتعريف بالمصطلحات ذات العلاقة بها من خلال **المطلب الثاني**. ثم تحديد نشأتها وتطورها من خلال **المطلب الثالث**.

المطلب الأول:

تعريف التجارة الالكترونية

إن وضع تعريف محدد ودقيق للتجارة الالكترونية ليس بالأمر اليسير، لاسيما إذا أخذنا بعين الاعتبار تنوع التقنية المستخدمة في هذا النوع من التعامل وتطورها المستمر، والتوسع في أساليبها ووسائلها . وعليه سنحاول تسليط الضوء على التعريف الفقهي للتجارة الالكترونية (**الفرع الأول**)، ثم على تعريف التجارة الالكترونية من قبل بعض المنظمات الدولية (**الفرع الثاني**) وأخيرا التعريف التشريعي للتجارة الالكترونية (**الفرع الثالث**).

الفرع الأول:

التعريف الفقهي للتجارة الالكترونية

بالرجوع للأصل اللغوي للمصطلح ، فإننا نجده يتكون من كلمتين انجليزييتين هما (Commerce Electronic)، ويقصد بالأولى (Commerce) مجموع النشاطات المنظمة والممتدة على الشبكات المفتوحة (بيع، شراء، إعلان، تجارة)، وشتى الأعمال التجارية والتي تعمل على تبادل القيم بين طرفين. بينما يقصد بالثانية (Electronic) الشبكة الالكترونية العالمية، والمكونة من الحاسبات، ووسائل الاتصال التي يتم تبادل البيانات من خلالها .

يستفاد مما سبق أن المقصود بمصطلح التجارة الالكترونية " مختلف الأعمال والنشاطات التجارية التي تتم ممارستها من خلال الشبكة المعلوماتية الدولية (الانترنت)"².

كما أن تعبير التجارة الالكترونية متكون من كلمة "**التجارة**" والتي تعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين

1 - عبد الحكيم بسيوني، أساسيات ومبادئ التجارة الالكترونية، دار الكتب العلمية، القاهرة، 2003، ص 17.

2- محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2017، ص 40.

الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه قواعد ونظم متفق عليها، وأيضاً كلمة "الإلكترونية" وهو توصيف مجال أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية التي من بينها الإنترنت¹.

وبالرجوع إلى التعريفات الفقهية فإننا نجد أنها كثيرة ومتعددة، فهناك من عرفها بأنها "نوع من عمليات البيع والشراء بين المستهلكين والمنتجين، وبين الشركات بعضها مع بعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهي بذلك أداة عملية تجارية بين شركاء وتجاربيين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة تضمن رفع كفاءة وفاعلية الأداء"².

كما عرفت التجارة الإلكترونية بأنها نشاط أساسي من الأنشطة التي تمارس من خلال الإنترنت وما يتبعها من الوسائل الخاصة بالبنية التحتية كالحواسيب أو الشبكات الدولية وتشمل أنشطة مختلفة كالإعلان والترويج والتسويق وتبادل رسائل البيانات الخاصة بعقد الصفقات وغيرها³.

بينما يرى البعض أنها "تلك التجارة التي تشتمل على ثلاثة أنواع مختلفة من الصفقات هي تقديم خدمات الإنترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الإنترنت كقناة لتوزيع الخدمات وعن طريقها يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني"⁴.

كما عرفت بأنها "نظام إلكتروني يتيح التعامل في السلع والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، وتنفيذ العقود المتعلقة بهذه السلع والخدمات"⁵. في حين يرى البعض الآخر⁶، أن التجارة الإلكترونية هي نوع من التجارة يتم من خلال وسيط إلكتروني، بما في ذلك التجارة التي تتم عبر الهاتف و التلفزيون و الفاكس وكذلك عبر الإنترنت وشبكات الاتصال المخصصة لذلك.

¹ - عبد الحميد بسيوني، المرجع السابق، ص 18.

² - رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 1999 ، ص 15 .

³ - سلطان عبد الله محمود الجوّاري، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، بيروت، 2010، ص 28.

⁴ - خالد مصطفى فهمي، النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني في ضوء التشريعات العربية والاتفاقيات الدولية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 239 .

⁵ - عصام عبدالفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص 19.

⁶ - لزهة بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية ، دار هومه ، الجزائر ، 2012 ، ص 21 .

كما عرفت بأنها " أداء العملية التجارية بين الشركات باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة"¹، ويقصد بها أيضا "اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية للاتصال عن بعد وبوسيلة مسموعة ومرئية بفضل التفاعل بين الموجب والقابل"².

كما عرفت التجارة الالكترونية أيضا بأنها مجموعة المبادلات التجارية التي من خلالها يتم الشراء من على شبكة الاتصالات عن بعد.³ في حين يرى جانب فقهي آخر⁴ أن مصطلح التجارة الالكترونية يستعمل عادة للدلالة على المعاملات التي تتم من خلال وسائط الكترونية وأن المصطلح بهذه الصورة غير دقيق لأن المعاملات التي تتم من خلال وسائط الالكترونية قد تكتسب وصف العمل التجاري بالمعنى الدقيق و قد تكون معاملات مدنية وقد تكون معاملات مختلطة .

ما يمكن ملاحظته على التعريفات الفقهية المقدمة لمصطلح التجارة الالكترونية أنه قد شابها النقص في أحد جوانبها، فهي تارة جاءت موسعة بحيث أضافت إلى مفهوم التجارة الالكترونية أعمالا أخرى، لا يمكن تصنيفها ضمن طائفة الأعمال التجارية الالكترونية، وتارة أخرى جاءت ضيقة، بحيث أخرجت طائفة أخرى من الأعمال كان من المفروض إدراجها ضمن معاملات التجارة الالكترونية⁵.

كما لم تتفق هذه التعريفات حول الوسائل المستخدمة في عمليات التجارة الالكترونية، ففي حين قصرها البعض على استخدام الانترنت في انجاز هذه المعاملات حتى يمكن وصفها بالالكترونية، فإن البعض الآخر اعتبر كل المعاملات التي يتم انجازها وتنفيذها بأحد وسائل الاتصال الحديثة كالفاكس والتيلكس والتلفزيون والهاتف يمكن وصفها بالالكترونية .

الفرع الثاني:

تعريف بعض المنظمات الدولية للتجارة الالكترونية

¹ - يوسف حسن يوسف، التجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2009، ص 19.

² - خالد ممدوح ابراهيم، لوجستيات التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008، ص 138.

³ - Bensoussan (A) , le commerce électronique ,aspects juridiques éd 3
Hermes,Paris ,1998, p 13.

⁴ - مصطفى كمال طه و أنور وائل بندق ، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، ص 326 .

⁵ - هداية بوعزة، النظام القانوني للدفع الالكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبوبكر بلقايد تلمسان، 2019، ص 46.

حظيت التجارة الالكترونية باهتمام واسع على الصعيد الدولي خاصة المنظمات الدولية التي حاولت التكريس القانوني لهذا النوع من التجارة وحاولت تبسيط مفهومها بالنسبة للدول. ومن أهم لك المنظمات الدولية نجد لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والاتحاد الأوروبي ومنظمة التجارة العالمية.

أولاً: تعريف التجارة الالكترونية وفقاً للجنة القانون التجاري الدولي اليونيسترال.UNCITRAL

أنشئت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي قانون اليونيسترال في ديسمبر 1996، وذلك بمقتضى قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة بهدف العمل على تطوير قواعد التجارة الدولية والعمل على إضفاء التوافق بين القواعد القانونية المنظمة للتجارة الدولية بين الدول الأعضاء في الأمم المتحدة. وقد بدأ البحث في موضوع التجارة الالكترونية في الدورة الخامسة عشر التي عقدت سنة 1982، من خلال التطرق لمسألة تحويل الأموال الكترونياً، وقد تبنت اللجنة في الدورة الثامنة عشر لسنة 1985 توصية مفادها ضرورة العمل على إعادة النظر في القواعد القانونية الوطنية القائمة والتي تشكل عائقاً أمام استخدام نظم المعلوماتية في المعاملات التجارية، ثم توالى الاجتماعات والأبحاث في مسائل التجارة الالكترونية إلى أن أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قراراً باعتماد القانون النموذجي المتعلق بالتجارة الالكترونية في سنة 1996، وقد أعقب ذلك اعتماد قانون نموذجي خاص بالتوقيع الالكتروني سنة 2001¹.

تعتبر موافقة لجنة اليونيسترال على إصدار قانون نموذجي للتجارة الالكترونية بهدف خلق بيئة قانونية آمنة لتسيير استعمال وسائل الاتصال الحديثة، وهو ما يتطلب تعديل الأنظمة الوطنية القائمة بما يتوافق مع هذا القانون، ومع ذلك يعتبر هذا القانون ملزماً للدول مالم يتضمنه تشريعاتها الوطنية. وهو ما جعل لهذا القانون طابعاً استرشادياً، إذ لم يتطرق إلى التفاصيل الموضوعية أو الفنية، مما أعطى للتشريعات الوطنية مجالاً لوضع استثناءات عليها.

وتجدر الإشارة إلى أن القانون النموذجي للتجارة الالكترونية، المعتمد من لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي في 16 ديسمبر 1996، لم يضع تعريفاً للتجارة الالكترونية، غير أنه اقتصر فقط على تعريف "رسالة البيانات" (Data Message) على أنها "المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها وتخزينها بوسائل الكترونية أو ضوئية أو بوسائل

¹ - لزهرة بن سعيد، المرجع السابق، ص 27.

مشابهة مثل تبادل البيانات الالكترونية أو البريد الالكتروني أو التلكس أو النسخ البرقي"¹. كما عرف القانون سالف الذكر "تبادل المعطيات الالكترونية" الذي يشمل التجارة الالكترونية، بأنه: "نقل المعلومات الكترونيا من حاسوب إلى حاسوب آخر باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات"².

يتضح مما سبق أن لجنة اليونيسترال وبالرغم من كونها أولى الجهات التي اهتمت بموضوع التجارة الالكترونية والتي أفردت تنظيمًا قانونيًا لها، إلا أنها تركت تعريف التجارة الالكترونية مفتوحًا، حتى لا يقتصر فقط على المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت، بل قد يكون عقد صفقات هذه التجارة بأية وسيلة الكترونية أخرى كالفكس والتلكس³.

ثانياً: تعريف التجارة الالكترونية وفقاً لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD

عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية⁴ التجارة الالكترونية بأنها: "مصطلح يشير بصفة عامة إلى جميع أشكال المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات التي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية، شاملة النصوص والصوت والصورة، من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت أو مغلقة مثل المينيتال التي يكون لها اتصال بشبكة مفتوحة، ويتسع مفهوم التجارة الالكترونية ليشمل فضلاً عن المفاوضات والتعاقد عدداً من الإجراءات المرتبطة بها مثل الإعلان والتسويق والترويج وخدمات ما بعد التعاقد⁵.

ثالثاً: تعريف التجارة الالكترونية وفقاً لمنظمة التجارة العالمية
تعمل منظمة التجارة العالمية منذ تأسيسها بموجب اتفاقية مراكش التي تم التوقيع عليها في 15 أبريل 1994، على تنفيذ اتفاقيات التجارة الدولية ومتابعة تنفيذها ومحاولة إيجاد تناسق أكبر في مجال السياسة الاقتصادية الدولية.

وفي مجال التجارة الالكترونية أصدرت منظمة التجارة العالمية سنة 1998، دراسة خاصة حولها، وتناولت هذه الدراسة التي حملت عنوان مفهوم المعلومات المعالجة بلغة الكمبيوتر وغيرها من المصطلحات الفنية

1 - المادة 2، فقرة أ من القانون النموذجي لليونسترال للتجارة الالكترونية لسنة 1996 .

2 - المادة 2، فقرة ب من القانون النموذجي لليونسترال للتجارة الالكترونية لسنة 1996 .

3 - لزهري بن سعيد، المرجع السابق، ص 20.

4 - تأسست منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية سنة 1961، وتضم حالياً 29 عضواً من الدول الصناعية الكبرى.

5 - سلطان عبد الله محمود الجوّاري، المرجع السابق، ص 25.

المتعلقة بعملية التبادل عبر الانترنت والتنظيم القانوني للعملية العقدية التي تتم من خلال الانترنت، ومواجهة المشاكل القانونية المرتبطة بالطبيعة الفنية لوسيلة التعاقد، مثل الكتابة الالكترونية والتوقيع الالكتروني وكيفية الاحتفاظ بالرسائل المتبادلة لاستخدامها في عملية الإثبات، وتكوين العقد وتحديد زمان ومكان إبرامه، والالتزامات التي تقع على عاتق الأطراف لتحقيق الأمان الفني والقانوني لعملية التبادل¹.

وقد توصلت منظمة التجارة العالمية من خلال الدراسة التي أصدرتها إلى إدراج التجارة الالكترونية ضمن الأنشطة التجارية التي تستوعبها وتطبق عليها الاتفاقية الدولية الخاصة بالخدمات، كما خرجت الدراسة بضرورة تحسين البنية الأساسية ورفع مهارة المستخدمين والعاملين في هذا المجال، وظيف الأطر القانونية والتنظيمية اللازمة لممارسة التجارة الالكترونية وما تعلق بها من مواضيع، وقد اعتمدت منظمة التجارة العالمية إعلان نشأة التجارة الالكترونية، سمي إعلان جنيف وذلك سنة 1998².

وقد عرفت المنظمة العالمية للتجارة التجارة الالكترونية بأنها " إنتاج و تسويق وبيع وتوزيع منتجات من خلال شبكات الاتصالات"³. يستفاد من هذا التعريف أن التجارة الالكترونية تشمل جميع الأنشطة الناشئة عن المعاملات ذات الطابع التجاري، سواء كانت تعاقدية أم لا. إلا أنه قد قصر الأنشطة على المنتجات فقط دون ذكر الخدمات، ما يجعل الخدمات الاستشارية أو منح التراخيص أو الخدمات المصرفية مثلا لا يدخل في نطاق هذا التعريف⁴.

رابعا: تعريف التجارة الالكترونية وفقا للاتحاد الأوروبي

أصدر الاتحاد الأوروبي سنة 1981 توصياته بشأن موضوع التجارة الالكترونية، مؤكدا للدول الأعضاء ضرورة تعديل تشريعاتها والتنسيق فيما بينها في شأن الإثبات المعلوماتي، كما أوصى بضرورة الحفظ الإلزامي للمعلومات المسجلة إلكترونيا لمدة عشر سنوات على الأقل ومراجعة هذه المعلومات كل خمس سنوات على الأقل. كما أعدت لجنة الاتحادات الأوروبية اتفاقا أوروبيا نموذجيا للتبادل الالكتروني للبيانات، كما صدر التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المتعاملين أو المستهلكين في العقود عن بعد 97/7 الصادر عن البرلمان الأوروبي في 20 ماي 1997 ، كما صدر

1 - نضال إسماعيل برهم ، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة، الأردن، ص 15 .

2 - لزه بن سعيد ، المرجع السابق، ص33.

3 - نضال إسماعيل برهم، المرجع السابق، ص 15.

4 - فادي محمد عماد الدين توكل، المرجع السابق، ص 16.

التوجيه الأوروبي رقم 99/93 الصادر في 13 ديسمبر 1999، والخاص بالتوقيع الإلكتروني ويتضمن 15 مادة و4 ملاحق تحوي مسائل أساسية تنظم الإجراءات والشروط اللازمة لتوفير الأمان التقني للتوقيع الإلكتروني¹.

عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها " كل الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية ، سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين، أو بين كل منهما على حدى وبين الإدارات الحكومية".

يلاحظ بأن الإتحاد الأوروبي قد أخذ بمفهوم واسع للتجارة الإلكترونية من حيث الموضوع، فهي تشمل السلع والخدمات وكذلك من حيث الأشخاص فإنها تشمل أنشطة المستهلكين فيما بينهم أوفيما بين الإدارات الحكومية².

الفرع الثالث:

التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية

لقد سارعت العديد من الدول الغربية والعربية بإصدار تشريعاتها الوطنية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وسنتناول فيما يلي أهم مانصت عليه هذه التشريعات بخصوص تعريف التجارة الإلكترونية.

أولا :تعريف التجارة الإلكترونية لدى بعض الدول الغربية.

لقد صدرت عدة تشريعات غربية لتنظيم موضوع التجارة الإلكترونية، فأصدر المشرع الأمريكي قانون المعاملات التجارية الإلكترونية في 14 فبراير 2001، وكذلك إيطاليا في 15 مارس 1997 ، سنغافورة في 29 يونيو سنة 1998 ، فرنسا 13 مارس 2000، جمهورية أيرلندا سنة 2001 ، دوقية لكسمبرج سنة 2001 .

1-تعريف التجارة الإلكترونية وفقا لتشريع الولايات المتحدة الأمريكية:

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من أولى الدول الغربية التي حثت وشجعت استخدام الانترنت في إبرام الصفقات التجارية، حيث أصدر

¹ - لزهر بن سعيد ، المرجع السابق، ص 35.

² - علاء محمد الفواعير، العقود الإلكترونية، دار الثقافة، الأردن، 2014، ص 34.

المشرع الأمريكي قانون المعاملات التجارية الالكترونية في 14 فبراير 2001.

تجدر الإشارة إلى أن المشرع الأمريكي لم يضع تعريفا للتجارة الالكترونية، غير أنه بين الأعمال التجارية الالكترونية وأجاز أن تتم هذه المعاملات بأي وسيلة الكترونية مماثلة¹. كما أنه كان المشرع الأمريكي قد أصدر قبل ذلك سنة 2000 القانون الفدرالي الأمريكي المتعلق بالتوقيعات الإلكترونية في التجارة العالمية والمحلية وقد بينت المادة 03 من الجزء 106 منه مصطلح "وسيط الكتروني" بأنه يعني برامج كمبيوتر أو وسيلة إلكترونية أخرى.

2- تعريف التجارة الالكترونية وفقا للتشريع الفرنسي:

كرس المشرع الفرنسي مجهوده في نطاق تقنين تحوله إلى الحكومة الالكترونية وأصدر نموذجين خاصين بالتجارة الالكترونية، يتعلق الأول بالتجارة الالكترونية بين التجار والمستهلكين، أما الثاني فهو خاص بالمراكز التجارية الافتراضية².

وقد تشكلت في فرنسا مجموعة عمل برئاسة وزير الاقتصاد الفرنسي، حيث انتهت إلى تحديد مفهوم التجارة الالكترونية بأنه: " مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات وبيعها البعض وبين المشروعات والأفراد ، وبين المشروعات و الإدارة " ³.

3- تعريف التجارة الالكترونية وفقا للتشريع الإيطالي:

قدم المشرع الإيطالي تعريفا للمبادلات الإلكترونية بموجب المادة 09 من المرسوم 185/99 الصادر في 1999/11/12 مفاده أن التجارة الالكترونية هي تبادل السلع والخدمات عن بعد أي باستعمال وسيلة الكترونية".

¹ - المادة 02 من قانون المعاملات التجارية الالكترونية الأمريكي الصادر في 14 فبراير 2001

² - عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية الحكومة الالكترونية، الكتاب الأول، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1 ، 2003 ، ص 251 .

³ - مدحت عبد الحليم رمضان ، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية ، دراسة مقارنة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2001 ، ص 12 .

4- التجارة الالكترونية وفقا لقانون دوقية لكسمبورغ:

لقد كانت المادة الأولى من مشروع قانون التجارة الالكترونية ل"دوقية لكسمبرج" تعرفها بأنها: "كل استعمال لوسيلة من وسائل الاتصال الالكترونية لتجارة السلع والخدمات ، باستثناء العقود المبرمة بطريق اتصال تلفوني شفهي أو باستخدام التصوير، غير أن القانون النهائي للتجارة الالكترونية و الذي تمت الموافقة عليه في دوقية "لكسمبرج" في يوليو من سنة 2000 قد صدر دون أن يتضمن نصا يتعلق بتعريف التجارة الالكترونية¹.

ثانيا :تعريف التجارة الالكترونية لدى بعض الدول العربية.

على صعيد التشريعات العربية، شرعت العديد من الدول العربية في وضع الخطط اللازمة لاستيعاب التجارة الالكترونية، و إن كان هناك القليل من التطورات فيما يتعلق بالإصلاحات التشريعية بما يتناسب والتطورات الحاصلة في المجالات الالكترونية .

و يعد القانون رقم 83 لسنة 2000 الذي أصدره المشرع التونسي والمتعلق بالمبادلات والتجارة الالكترونية بتاريخ 9 ماي 2000 أول قانون عربي صدر في هذا المجال . كما صدر في دولة الإمارات العربية المتحدة القانون رقم 02 لسنة 2002 بشأن المعاملات والتجارة الالكترونية بتاريخ 12 فبراير 2002 .

أما في المملكة الأردنية الهاشمية فقد صدر القانون رقم 85 لسنة 2001 الخاص بالمعاملات الالكترونية ، كما أصدرت البحرين مرسوما بخصوص التجارة الالكترونية في سنة 2002 ، و في الكويت تم إعداد مشروع قانون للتجارة الالكترونية و كذلك تم إعداد بدولة مصر مشروع قانون سنة 2000 .

1- تعريف التجارة الالكترونية وفقا للتشريع التونسي:

تعد تونس أول دولة عربية تناولت تنظيم المعاملات التجارية الالكترونية بموجب قانون خاص، وقد عرف المشرع التونسي التجارة الالكترونية بأنها : " العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية"². كما عرف المبادلات الالكترونية في الفصل نفسه بأنها: "المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الالكترونية".

2- تعريف التجارة الالكترونية وفقا للتشريع الأردني:

¹ - مدحت عبد الحميد رمضان ، المرجع السابق ، ص 16 .
² - الفصل الثاني من الباب الأول من قانون المبادلات و التجارة الالكترونية التونسي رقم 83 لسنة 2000 المؤرخ في 09 أوت 2000.

يعتبر قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001 من القوانين المهمة التي نظمت المسائل المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، من خلال تسهيل استعمال الوسائل الإلكترونية في المعاملات التجارية مع احترام القوانين الأخرى وقواعد العرف التجاري الدولي المرتبط بالمعاملات الإلكترونية، حيث يسري القانون على جميع المعاملات الإلكترونية، وكذا السجلات الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية.¹ إلا أن المشرع الأردني لم يعرف التجارة الإلكترونية واكتفى فقط بتعريف المعاملات الإلكترونية بأنها: "الأعمال التي تنفذ بوسائل الإلكترونية".²

3- تعريف التجارة الإلكترونية وفقا للتشريع الإماراتي:
عرف قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام لسنة 2000 التجارة الإلكترونية بأنها : " الأعمال المنفذة بالوسائط الإلكترونية و بشكل خاص الانترنت".³

4- تعريف التجارة الإلكترونية وفقا للتشريع المصري:
عرفت المادة الأولى من الفصل الأول مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري التجارة الإلكترونية بأنها: "معاملة تجارية تتم عن طريق وسيط إلكتروني". ويلاحظ أن هذا التعريف جاء موسعا ليشمل أية معاملة تجارية استخدم فيها وسيط إلكتروني مهما كان نوعه.

ثالثا :تعريف التجارة الإلكترونية لدى المشرع الجزائري.
لقد تأخر المشرع الجزائري في إصداره لقانون التجارة الإلكترونية، حيث كان ذلك في 10 ماي 2018 عندما أصدر القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.⁴

غير أنه تجدر الإشارة إلى أن الاعتراف الصريح بأسلوب التجارة الإلكترونية من قبل المشرع الجزائري كان قبل إصداره لقانون التجارة الإلكترونية، فقد كان ذلك سنة 2015 بموجب القانون 15-13 المؤرخ في 15 يوليو 2015 والمتعلق بأنشطة وسوق الكتاب⁵، لاسيما المادتين 32 و

¹ - فادي محمد عماد الدين توكل، المرجع السابق، ص33.

² - المادة الثانية من قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 58 لسنة 2001 .

³ - المادة الثانية من قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا و التجارة الإلكترونية و الإعلام رقم 01 لسنة 2000 .

⁴ - القانون 05-18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 هـ الموافق ل 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر عدد 28 مؤرخة في 16 ماي 2018 .

⁵ - القانون 15-13 المؤرخ في 15 يوليو 2015 و المتعلق بأنشطة وسوق الكتاب، ج ر عدد 39 مؤرخة في 19 يوليو 2018.

33 منه. حيث أوجبت المادة 32 بأن يسمح بيع الكتاب بالطريقة الالكترونية بتزويد المستهلك بمعلومات كاملة و دقيقة. كما اعتبرت المادة 33 بأن بائع الكتب بالطريقة الالكترونية يكون الضامن بالنسبة للمشتري فيما يخص حسن تنفيذ الالتزامات الناجمة عن بيع الكتب.

وقد عرفت التجارة الالكترونية بموجب القانون 05-18 بأنها " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع أو خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية"¹.

المطلب الثاني:

التعريف بالمصطلحات الشبيهة وذات العلاقة بممارسة التجارة الالكترونية

¹ - المادة 6 من القانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية .

لقد اهتم الفقهاء عند بحثهم في مفهوم التجارة الالكترونية بأهمية تمييزها بما قد يشابهها أو يختلط بها من مصطلحات وكذا بالبحث في بعض المصطلحات ذات العلاقة بها. وهو كذلك ما انتهجه المشرع الجزائري عند تنظيمه للتجارة الالكترونية بموجب القانون 05-18، حيث تضمنت المادة الثانية منه شرحا لثمانية مصطلحات إلى جانب مصطلح التجارة الإلكترونية وذلك نظرا لعلاقتها الوطيدة بممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر.

وعليه سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق لمدلول بعض المصطلحات الالكترونية التي قد تختلط أو تتشابه والتجارة الإلكترونية (الفرع الأول) مثل الحكومة الإلكترونية، الأعمال الالكترونية... ثم إلى التعريف بالمصطلحات ذات العلاقة بممارسة التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني) مثل تقنية الاتصالات الالكترونية، العقد الالكتروني، المستهلك الإلكتروني، المورد الإلكتروني، وسيلة الدفع الإلكتروني، الإشهار الإلكتروني، الطلبية المسبقة وإسم النطاق.

الفرع الأول:

التعريف بالمصطلحات التي قد تتشابه والتجارة الإلكترونية

تجدر الإشارة في هذا المقام إلى ضرورة التفرقة بين التجارة الالكترونية وما قد يختلط بها أو يشابهها من مصطلحات كالتجارة عبر الانترنت، الحكومة الالكترونية والأعمال الالكترونية.

أولاً: تمييز التجارة الالكترونية عن التجارة عبر الانترنت.

لقد برز مفهوم آخر إلى جانب التجارة الالكترونية وهو "التجارة عبر الانترنت"، واللبس الذي وقع فيه الكثيرون معتقدين أنهما عملية تجارية واحدة، في حين أن الثانية تعد فرعاً ثانوياً للأولى . فلتوضيح الفرق استعان بعضهم¹ بالمثال التالي : عند قيام البائع بإدخال أمر الشراء في جهاز الحاسب ، وإصدار فاتورة الكترونية بالعملية ، فإننا نكون أمام تجارة الكترونية ؛ في حين أن قيام التاجر بإرسال فاتورة إلى العميل بشكل الكتروني ، من خلال رسالة الكترونية، فإن ذلك يعد تجارة عبر شبكة الانترنت . أي أن التجارة عبر شبكة الانترنت هي انجاز الأعمال بصيغة الكترونية من خلال شبكة الانترنت.

ثانياً: تمييز التجارة الالكترونية عن الحكومة الإلكترونية.

¹ - بهاء شاهين ، العولمة و التجارة الالكترونية (رؤية إسلامية) ، الفاروق الحديث للطباعة و النشر، القاهرة ، ط1 ، 2000، ص 62 .

ترتبط التجارة الالكترونية ارتباطا وثيقا بفكرة أو نظرية الحكومة الالكترونية، فهذه الأخيرة تعتمد وسائل الاتصالات الحديثة في تسيير نشاطها معتمدة على ثروة الاتصالات، فمفهوم الحكومة الالكترونية يتجه نحو تبسيط إجراءات التعاقد مع جهة الإدارة أو أفراد القطاع الخاص، فتقوم نظم الحاسب الآلي وبرامجه بأشغال كثيرة كان يقوم بها الإنسان أو الموظف العادي¹.

ثالثا: تمييز التجارة الالكترونية عن الأعمال الإلكترونية.

من المهم التفرقة بين مصطلحي التجارة الالكترونية و" الأعمال الالكترونية ". فالتجارة الالكترونية هي استخدام الوسائل الالكترونية، ووسائل الاتصال الحديثة في انجاز عمليات تبادل البضائع والمنتجات والخدمات. أما الأعمال الالكترونية، فهي استخدام تقنيات العمل بالانترنت والشبكات لتطوير أنشطة الأعمال المالية والإدارية والإنتاجية والخدماتية من تخطيط للموارد وإعداد البيانات والحملات الترويجية ضمن أنشطة افتراضية². و بالتالي فالتجارة الالكترونية هي مجرد وجه من أوجه الأعمال الالكترونية، وعلاقة لأعمال الالكترونية بالتجارة الالكترونية هي علاقة الكل بالجزء .

الفرع الثاني:

التعريف بالمصطلحات ذات العلاقة مع التجارة الإلكترونية

لقد حدد المشرع الجزائري المقصود بالتجارة الالكترونية من خلال القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، كما أنه لم يهمل مسألة التعريف بأطراف المعاملة الالكترونية كالعقد التجاري الالكتروني، المستهلك الالكتروني والمورد الالكتروني. وكذا التعريف بالتقنيات الالكترونية المستخدمة في عمليات التجارة الإلكترونية .

أولا: التعريف بالعقد الإلكتروني

لقد أحال المشرع الجزائري بموجب المادة السادسة من قانون التجارة الالكترونية رقم 05-18 سالف الذكر، مسألة تعريف العقد الإلكتروني إلى القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث نص على أن العقد الالكتروني هو: " العقد بمفهوم القانون 02-04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق لـ 23 يونيو 2004 الذي يحدد

¹ - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 241 .

² - لزهرة بن سعيد ، المرجع السابق ، ص 25 .

القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه بالجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني".

وبالرجوع إلى القانون 02-04 المحال إليه، نجد أنه تضمن تعريف العقد بأنه " كل إتفاق أو إتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الإتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه"¹.

كما ظهرت عدة تعاريف للعقد الإلكتروني على الصعيد الدولي، أهمها التعريف الذي قدمه القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الصادر عن الأمم المتحدة والذي جاء فيه بأن العقد الإلكتروني هو "المعلومات التي يتم إنشاؤها، أو إرسالها أو إستلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية أو البرق أو التلكس"².

وقد عرف التوجيه الأوروبي رقم 97/7 الصادر في 20 ماي 1997 العقد عن بعد بموجب المادة 1/2 بأنه : "كل عقد يتعلق بالبضائع أو الخدمات أبرم بين المورد والمستهلك في نطاق نظام البيع، أو تقديم خدمات عن بعد ، نظمه المورد الذي يستخدم لهذا العقد تقنية اتصال عن بعد لإبرام العقد وتنفيذه"³.

كما عرفه القانون الموحد لمعاملات المعلومات الحاسوبية الأمريكي UCC Uniform Commercial Code في المادة 2/204 بأنه : "العقد الذي يتم فيه الاتفاق بأية وسيلة تعكس رضا الأطراف في تنظيمه"⁴.

¹ - المادة 03 من القانون 02-04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق لـ 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد مؤرخة في المعدل والمتمم.

² - المادة 02 فقرة أ، من قانون اليونيسترال النموذجي للتجارة الإلكترونية لسنة 1996، الموقع الإلكتروني:

<https://www.uncitral.org/pdf/arabic>

³ - le contrat à distance comme :

« tout contrat concernant des biens et services conclut entre un fournisseur et un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestation de service à distance organiser par le fournisseur qui pour ce contrat utilise exclusivement une ou plusieurs technique de conclusion du contrat elle-même .J.O.C.E.L a 44 du 04 juin 1997 p 19.

⁴ - A contract is made in any manner sufficient to show agreement including conduct by both parties wich recognizes the existences of such acontracti .

وعند البحث في التشريعات العربية التي عرفت العقد الإلكتروني فإننا نجد أن التشريعات المصرية قد نظمت العقود الالكترونية والتوقيع الإلكتروني منذ عام 2004 بموجب قانون التوقيع الإلكتروني ولائحته التنفيذية¹، حيث تم إنشاء بموجب هذا القانون هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات "إيتيدا" والتي تختص بكافة الأمور المتعلقة بعلاقات التعاقد الإلكتروني في مصر. وقد أورد المشرع المصري في مشروع قانون التجارة الالكترونية عريفاً عاماً للبيانات الالكترونية، فأطلق عليها تسمية المحرر الإلكتروني، وعرفها بأنها " كل انتقال أو إرسال أو استقبال أو تخزين لرموز أو إشارة أو كتابة أو صورة أو صوت أو معلومات أيا كانت طبيعتها من خلال وسيط إلكتروني"². أي أن أي تداول للبيانات عبر أي وسيلة من خلال أجهزة الكمبيوتر يجعل أي تصرف ينجم عن تبادل هذه البيانات يكون تابعا للأصل، أي يكون متسما بالصفة الإلكترونية.

أما المشرع الأردني فقد عرف العقد الإلكتروني بأنه: " الاتفاق الذي يتم انعقاده بوسائل الكترونية كلياً أو جزئياً"³. والملاحظ على هذا التعريف أنه أخذ بعين الاعتبار طريقة إبرام العقد، وهو نفس المنوال الذي انتهجه المشرع التونسي في تعريفه للعقد الإلكتروني، حيث نص قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي على أن عقد التجارة الالكترونية يقصد به "المبادلات التي تم باستعمال الوثائق الإلكترونية"⁴.

عرف بعض الفقه العقد الإلكتروني بأنه ذلك الاتفاق الذي يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد وذلك بوسيلة مسموعة مرئية، بفضل التفاعل بين الموجب والقابل⁵.

كما عرف العقد الإلكتروني بأنه " كل عقد يتعلق بمنتجات أو خدمات، معقود بين بائع ومستهلك في إطار نظام بيع أو تقديم خدمات عن بعد منظم بواسطة البائع الذي من أجل هذا العقد يستعمل حصراً وسائل الاتصال عن بعد لإبرام العقد"⁶.

1 - قانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم 15 لسنة 2004 ولائحته التنفيذية رقم 109 لسنة 2005.

2 - المادة 01 من مشروع قانون التجارة الالكترونية المصري.

3 - المادة 02 من قانون المعاملات الالكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001.

4 - المادة 02 من قانون المبادلات التجارية الإلكترونية التونسي لسنة 2000.

5 - أسامة أبو الحسن مجاهد ، خصوصية التعاقد عبر الانترنت ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000 ، ص 39.

6 - وليد الزبيدي ، التجارة الالكترونية عبر الانترنت، الموقف القانوني، دار المناهج، ط1، عمان، الأردن، 2004، ص 39.

وهناك من يرى بأن العقد الإلكتروني هو " مجموعة العلاقات التعاقدية والطلبات والالتزامات المنجزة بواسطة معاملة معلوماتية إلكترونية، من أجلها تم استبعاد السند الورقي، إما بسبب المسافة والسرعة وإما بسبب طابعها المتكرر"¹.

ثانياً: التعريف بالمستهلك الإلكتروني

هناك عدة تعريفات قدمت للمستهلك بصفة عامة، وقد انقسم الفقه في هذا الخصوص إلى اتجاهين أحدهما يوسع من التعريف، في حين أن الآخر يأخذ بجانب التضييق.

فالإتجاه الموسع يذهب إلى أن المستهلك هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، فيكون وفقاً لهذا التعريف كل من يشتري سلعة ما لأغراض شخصية أو مهنية مستهلكاً، لكن إذا كان الغرض من الشراء ليس الاستهلاك وإنما إعادة البيع مثلاً فلا يكون هذا المشتري مستهلكاً². في حين يذهب الإتجاه المضيق إلى تعريف المستهلك بأنه كل من يتعاقد بقصد إشباع رغباته الشخصية أو العائلية، ولذلك يستبعد التعريف من يتعاقد لشراء سلعة لأغراض مهنية³.

أما المستهلك الإلكتروني فقد عرف بأنه ذلك الشخص الذي يبرم كافة العقود من بيع، إيجار، خدمات وغيرها عبر شبكة الانترنت بغية إشباع حاجاته الشخصية دون أن يقصد إعادة تسويق ما تعاقد عليه⁴.

تجدر الإشارة إلى أن مفهوم المستهلك قد عرف تطوراً لدى المشرع الجزائري بتبنيه مفهوم المستهلك الإلكتروني. فبالنسبة لمفهوم المستهلك بصفة عامة فقد نص عليه المشرع من خلال القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"⁵.

أما بالنسبة للمستهلك الإلكتروني، فقد تضمنته المادة السادسة من قانون التجارة الإلكترونية 05-18، حيث جاء فيها بأن المستهلك الإلكتروني هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة

1 - وسيم شفيق الحجار، الإثبات الإلكتروني، دار صادر، بيروت، 2001، ص 36.

2 - محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1986 ، ص 8.

3 - نضال اسماعيل برهم ، المرجع السابق ، ص 132.

4 - محمد إبراهيم أبو الهيجاء ، المرجع السابق ، ص 42 .

5 - المادة 03 من قانون 09-03 مؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق لـ 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 12 مؤرخة في 08 مارس 2009، معدل ومتمم.

مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الإستخدام النهائي¹."

ثالثا: التعريف بالمورد الإلكتروني

تطرق المشرع الجزائري لتعريف المورد الإلكتروني ضمن قانون التجارة الإلكترونية 05-18 بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية".

يستفاد من ذلك أن المورد الإلكتروني هو أي شخص طبيعيا كان أو معنويا يتخذ مواقع الانترنت أو أي وسيلة اتصالات الكترونية كنافذة للترويج والتسويق لسلعه أو خدماته.

وقد نص المشرع الجزائري على أن للمورد الإلكتروني مجموعة من الإلتزامات والواجبات إن أخل بها تقررّت مسؤولياته طبقا للفصل الخامس من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 والذي جاء تحت عنوان واجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته.

رابعا: التعريف بالاتصالات الإلكترونية

نص المشرع الجزائري بموجب المادة 6 / 2 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 على أن إبرام عقد التجارة الإلكترونية يتم عن بعد بين طرفين هما المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه، أنه يتم حصريا بتقنية الاتصال الإلكتروني.

غير أن القانون 05-18 لم يحدد المقصود بالاتصالات الإلكترونية رغم أنه نص على ضرورة تنفيذ التجارة الإلكترونية بواسطة هذه التقنية .

وبالرجوع للقانون 04-18 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية نجد أن المادة 10 منه قد بينت المقصود بالاتصالات الإلكترونية واعتبرت أنها " كل إرسال أو تراسل أو إستقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو بيانات أو معلومات مهما كانت طبيعتها عبر الأسلاك أو الألياف البصرية أو بطريقة كهرومغناطيسية"².

¹ - المادة 06 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

² - المادة 10 من قانون 04-18 مؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 ، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية ، ج ر عدد 27 مؤرخة في 13 ماي 2018.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري كان قد تطرق لتقنية الاتصالات الإلكترونية أول مرة بموجب قانون 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها وقد عرفها بأنها " تشمل كل تراسل أو إرسال أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو معلومات مختلفة بواسطة أي وسيلة إلكترونية"¹. غير أن إصداره للقانون 04-18 سالف الذكر سمح بوضع القواعد العامة للاتصالات الإلكترونية والتي تخضع إلى رقابة الدولة² للتحقق من مدى احترام ومراعاة الأحكام القانونية التي تضمن سرية المراسلات والاتصالات حماية للنظام العام أو مستلزمات التحريات أو التحقيقات القضائية الجارية، وذلك بوضع ترتيبات تقنية لمراقبة الاتصالات الإلكترونية وتجميع وتسجيل محتواها في حينها والقيام بإجراءات التفتيش والحجز داخل منظومة معلوماتية³. وقد أخضع المشرع إنجاز و/أو إستغلال شبكات الاتصالات الإلكترونية مهما كان نوع الخدمات المقدمة إلى الشروط المحددة في قانون 04-18 وكذا النصوص التنظيمية المتخذة تطبيقا له. كما أخضع نشاط إنشاء وإستغلال شبكات الاتصالات الإلكترونية المفتوحة للجمهور وكذا تقديم خدمات الاتصالات الإلكترونية للجمهور إلى جملة من الشروط منها ما أوردها المادة 10 في فقراتها 16، 21، 22، والمادة 97 من القانون 04-18 سالف الذكر.

خامسا: التعريف بوسيلة الدفع الإلكتروني

أعطى قانون التجارة الإلكترونية 05-18 مفهوما لوسيلة الدفع الإلكتروني، في الفقرة الخامسة من المادة السادسة منه، حيث جاء فيها أن وسيلة الدفع الإلكتروني هي " كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به، تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة الكترونية". ويلاحظ على هذا التعريف اتسامه بأنه واسع بحيث اعتبر وسيلة الدفع الإلكتروني كل وسيلة تسمح بإجراء الدفع شريطة أن يكون مرخصا بها قانونا ، كما يستوي في ذلك أن يكون الدفع عن قرب أو عن بعد⁴.

¹ - المادة 02/ و من قانون 04-09 مؤرخ في 14 شعبان 1430 الموافق ل05 غشت 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر عدد 47 مؤرخة في 16 غشت 2009.

² - المادة 03 من قانون 04-18 سالف الذكر.

³ - المادة 04 من قانون 04-18 سالف الذكر.

⁴ - هداية بوعزة ، المرجع السابق، ص26.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري كان قد اعترف ضمناً بتقنية الدفع الإلكتروني ، ولكن من دون أن يقدم تعريفاً لها، وتجلّى ذلك من خلال الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض¹. والذي يعد أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي. ويتضح ذلك من خلال نص المادة 69 منه التي نصت على ما يلي : " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموالها مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل ". فيتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري في الانتقال من وسائل الدفع الكلاسيكية إلى وسائل دفع حديثة إلكترونية.

كما استعمل المشرع الجزائري مصطلح "وسائل الدفع الإلكتروني" في المادة الثالثة من الأمر 05-06² المتعلق بالتهريب ، حيث اعتبرها المشرع من التدابير و الإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب. وبذلك انتقل المشرع الجزائري من مصطلح "مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" ، الوارد بالمادة 69 أعلاه ، إلى مصطلح أكثر دقة ، و المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني الوارد في المادة الثالثة من الأمر المتعلق بالتهريب المذكور.

ثم أضاف المشرع الجزائري بموجب القانون 05-02³ المعدل و المتمم للقانون التجاري، فقرة ثالثة للمادة 414 من القانون التجاري فيما يتعلق بوفاء السفتجة حيث نص على : ".يمكن أن يتم التداول بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع و التنظيم المعمول بهما ". و قد تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى المادة 502 بمناسبة تقديم الشيك للوفاء، حيث أصبح بالإمكان تقديم الشيك للوفاء بأية وسيلة تبادل إلكترونية⁴.

كما أضاف المشرع الجزائري بموجب القانون 05-02 المشار إليه، فصلاً ثالثاً إلى القانون التجاري بعنوان "بطاقات الدفع والسحب " والذي تضمن المادتين 543 مكرر 23 و 543 مكرر 24.

¹- الأمر 11-03 المؤرخ في 27 جمادى الثانية 1424 الموافق لـ 26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض، ج ر عدد 52 مؤرخة في 27 أوت 2003 ، المعدل و المتمم .

²- الأمر 06-05 المؤرخ في 18 رجب 1426 الموافق لـ 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب (معدل و متمم) ، ج ر عدد 59 .

³- القانون 05-02 المؤرخ في 06 فبراير 2005 المعدل و المتمم للأمر 75-59 المتضمن القانون التجاري ج ر عدد 11 .

⁴- تنص المادة 502 من الأمر 75-59 المتضمن القانون التجاري، المعدل و المتمم على أنه : " - يعد التقديم المادي للشيك إلى إحدى غرف المقاصة بمثابة تقديم للوفاء .

- يمكن أن يتم هذا التقديم أيضاً بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع و التنظيم المعمول بهما".

وبصدد تنظيمه لعملية الدفع في المعاملات التجارية الالكترونية، نص المشرع الجزائري بموجب قانون التجارة الإلكترونية 05-18 على أن الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية يتم إما عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، وفقا للتشريع المعمول به.¹

كما نص المشرع على أنه عندما يكون الدفع إلكترونيا، فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلوكية². كما أكد المشرع على أن الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود يتم حصريا عن بعد عبر الإتصالات الإلكترونية³.

سادسا: التعريف بالإشهار الإلكتروني

يعد المشرع الجزائري المشرع العربي الوحيد الذي قدم تعريفا للإعلان التجاري⁴ وقد نعت به "الإشهار"، وذلك بموجب الفقرة 4 من المادة 03 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁵، حيث جاء فيها بأن الإشهار الإلكتروني هو: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى الترويج لبيع السلع و الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

وقد تضمن قانون التجارة الالكترونية 05-18 هو الآخر تعريفا للإشهار الإلكتروني بأنه "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية"⁶.

ويلاحظ على تعريف المشرع الجزائري أنه جاء موسعا ليشمل أي مكان وأية وسيلة اتصال قد تستعمل لنشر الإعلان التجاري، ويعد ذلك اعترافا ضمنيا منه بالإعلان الذي يتم بأية وسيلة اتصال قد توجد في المستقبل، خاصة مع التطور الذي تلعبه وسائل الاتصال الالكترونية كالانترنت، والتي أصبحت بمثابة منصة ضخمة ووسيلة حديثة لإطلاق الإعلانات و الإشهارات.

1 - المادة 01/ 27 من قانون 04-18 سالف الذكر.

2 - المادة 02/ 27 من قانون 04-18 سالف الذكر.

3 - المادة 03/ 27 من قانون 04-18 سالف الذكر.

4 - هلال شعوة ، حماية المستهلك من جريمة الإعلان التجاري المضلل أو الكاذب ، مجلة دراسات قانونية ، ص 11 .

5 - القانون 02-04 المطبق على القواعد المنظمة للممارسات التجارية سالف الذكر .

6 - المادة 06 من القانون 05-18 سالف الذكر.

كما عرف الإشهار أيضا بموجب المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش¹، بأنه: " جميع الإقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج وتسويق سلعة أو خدمة معينة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية".

سابعاً: التعريف باسم النطاق

لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية في الجزائر إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري. وقد تطرق المشرع من خلال المادة 06 من القانون 05-18 إلى تعريف اسم النطاق بأنه عبارة عن سلسلة أحرف و/أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني.

المطلب الثالث:

نشأة وتطور التجارة الإلكترونية

بفضل الانترنت وما توفره من خدمات متقدمة في مجال الإتصالات وتبادل المعلومات، تنامي حجم المبادلات التجارية على شبكة الانترنت، وظهرت إستثمارات الانترنت أو ما يسمى بـ " شركات الدوت كوم"، وكل ما يتصل بتكنولوجيا الانترنت، ووفقاً لذلك أتاحت شبكة الانترنت فرصة توظيفها لأجل التخلي بشكل تدريجي عن الأسلوب التجاري التقليدي والتوجه نحو التجارة الإلكترونية².

لذلك فإن الحديث عن نشأة وتطور التجارة الإلكترونية يستدعي في البداية الحديث عن مفهوم الانترنت وتطورها (الفرع الأول) ثم بيان مراحل نشأة وتطور التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول:

مفهوم الانترنت وتطورها

¹ - المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج ر عدد 05 المؤرخة في 31 جانفي 1990 .

² - وليد الزيدي، المرجع السابق، ص 07.

سنحاول من خلال هذا الفرع إبراز المقصود بالانترنت ومقدمي خدماتها (أولا) وكذا إبراز نشأة الانترنت وتطور خدماتها (ثانيا) ثم بيان شروط استغلال خدماتها (ثالثا).

أولا : المقصود بالانترنت ومقدمي خدماتها

أدى ظهور الانترنت إلى نقلة نوعية في حياة البشرية، لما لهذه الشبكة من دور فعال في إتاحة البادل الواسع لمختلف أنماط المعلومات والتراسل الفوري بغض النظر عن البعد المكاني والإختلاف الزمني، وكذا خلقها لبيئة للإستثمار وممارسة الأعمال الإلكترونية لاسيما التجارة الإلكترونية كإحدى صورها. وسنحاول فيما يلي توضيح المقصود بشبكة الانترنت (1) وكذا مقدمي خدماتها (2).

1- المقصود بالانترنت:

إن مصطلح الانترنت من المصطلحات الشائعة الاستخدام على مدار العقد الماضي، وعلى وجه الخصوص منذ منتصف التسعينيات¹. مصطلح "الانترنت" انجليزي الأصل و هو اختصار لكلمتين، الأولى " international " و يقصد بها البنية أو الاتصال، أما الثانية فهي "network" ويقصد بها الشبكة، والمحصلة هي الشبكة المتصلة أو البينية.

كما عرف المشرع الجزائري مصطلح " انترنت" بموجب القانون رقم 04-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد و الاتصالات الإلكترونية²، بموجب المادة 10 منه، والتي نصت على أن : " الانترنت شبكة معلوماتية عالمية تتشكل من مجموعة شبكات وطنية وإقليمية وخاصة، موصولة فيما بينها عن طريق بروتوكول الاتصال IP وتعمل معها بهدف تقديم واجهة موحدة لمستخدميها".

والأنترنت هي عبارة عن شبكة ضخمة تتكون من عدد كبير من الشبكات المترابطة بعضها ببعض، ومن جهة النظر القانونية لا يوجد ثمة شخص أو مجموعة أشخاص يمكن لها أن تدعي ملكية أو إدارة الانترنت، ولكن يمكن اعتبار كل مستخدم وكل مشترك فيها مسؤولا عن جهازه أو شبكته، وكل شركة توفر خدمة الاتصال بالانترنت مسؤولة عن شبكتها والمستخدمين فيها³.

¹ - وليد الزيدي، المرجع السابق، ص 07.

² - القانون رقم 04-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، ج ر عدد 27 مؤرخة في 13 ماي 2018.

³ - سامي طابع، استخدام شبكات المعلومات (الانترنت) في الحملات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثاني، أبريل-يونيو 1997، ص 1-2.

لقد أنشئت الانترنت بغرض تقديم خدمات مختلفة لتسهيل حياة الأفراد، لذلك فإن هذه الأخيرة تحتاج لمن يمارسها. ويطلق على من يمارس نشاط الخدمات عبر الأنترنت "مقدم خدمة الانترنت" أو "المزود لخدمة الانترنت"، وبذلك كان من الأولويات سن الاهتمام وإبراز مفهوم مقدمي خدمات الانترنت الذين يعدون وسائط بين الانترنت والمستخدمين النهائيين عن طريق التقنيات التي يعتمدونها، ويتيحون للجمهور فرصة الاتصال بشبكة الانترنت وتوصيل المستخدمين بالمواقع التي يرغبون في الوصول إليها، وهذا ما سنتناوله فيما يلي.

2- التعريف بمقدمي خدمات الانترنت:

إن دخول شبكة الانترنت يتطلب تدخل طرف ثالث يوصل المستخدم بهذه الشبكة والذي يطلق عليه مزود خدمات الانترنت، إذ يقوم هذا الأخير بتقديم خدمات فنية تتمثل في ربط المشتركين بالمواقع أو بالمستخدمين الآخرين بالانترنت¹.

لقد عرف المشرع الجزائري مقدم الخدمات في القانون 04-09 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، بأنه أي كيان عام أو خاص يقدم لمستعملي خدماته، القدرة على الاتصال بواسطة منظومة معلوماتية و/أو نظام للاتصالات². كما عرفه بأنه أي كيان آخر يقوم بمعالجة أو تخزين معطيات معلوماتية لفائدة خدمة الإتصال أو لمستعملها³.

كما عرف مقدم خدمة الانترنت بأنه " شخص طبيعي أو معنوي متمثلا بشركات الانترنت التي تقدم خدمة الانترنت إلى الزبائن المستهلكين لهذه الخدمة عن طريق وسائل التكنولوجيا الحديثة بموجب عقد خارجي بين المشترك والمزود أو بموجب عقد داخلي إلكتروني عبر شبكة الانترنت، يقوم بتوفير إمكانية للوصول إلى الانترنت لعملائه من خلال تقديم خدمات

¹ - جميل عبد الباقي الصغير، الانترنت والقانون الجنائي، الأحكام الموضوعية للجرائم المتعلقة بالانترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص106.

² - الفقرة د/1 من المادة الثانية من قانون 04-09 المؤرخ في 05 غشت 2009 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها سالف الذكر.

³ - الفقرة د/2 من المادة الثانية من قانون 04-09 المؤرخ في 05 غشت 2009 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها سالف الذكر.

فيه، تتمثل في ربط المشتركين بالمواقع أو بالمستخدمين الآخرين بالشبكة عن طريق تقنيات الاتصال التي يعتمد عليها المزود"¹.

ثانياً: نشأة الانترنت وتطور خدماتها في الجزائر

لا يمكن التطرق الحديث عن نشأة التجارة الإلكترونية إلا من خلال الحديث عن نشأة الانترنت(1)، فبفضل الانترنت أمكن الولوج إلى المعلومات من قبل أي شخص في أي لحظة وفي أي مكان في العالم، كما يجب التطرق إلى تطور خدمات الانترنت في الجزائر وانتشارها(2).

1- نشأة الانترنت:

يمكن القول أن شبكة الانترنت هي شبكة الاتصالات التي تربط العالم كله تقريباً، والتي جاءت على يد المؤسسة العسكرية الأمريكية والمكونة من عدة أجزاء، وهي الحاسبات وقطع التوصيل بينها، والبرامج التي تعمل على استخراج المعلومات وإدخالها من الحاسبات وإليها، مع وجود إنسان يعمل من وراء هذه الآلات يؤمن صيانتها وتواصلها².

فقد برزت الانترنت إلى الوجود لتلبية حاجة الجامعيين لتبادل الأفراد المعلومات مع الآخرين، وكذا رغبة الإدارة الأمريكية لوضع شبكة لامركزية للدخول لبنك عالمي للمعلومات.

لقد ارتبط ظهور شبكة الانترنت ارتباطاً وثيقاً بسباق التسلح الأمريكي الروسي عندما أطلق الروس مركبة الفضاء سبوتنك في عام 1957، معلنين للعالم ولادة نظام اتصالات جديد، والذي دفع الحكومة الأمريكية للبحث والتعمق في المجال المعلوماتي، بهدف الوصول لآلية متطورة في إرسال تعليمات وأوامر التصويب عن بعد من خلال مراكز التحكم في قواعد الصواريخ إذا تم تدمير جزء من شبكات الاتصال³.

وبالتالي ارتبط ظهور شبكة الانترنت بوزارة الدفاع الأمريكية عندما عهدت بمهمة إنشاء شبكات حواسيب يرتبط بعضها ببعض إلى وكالة مشروع الأبحاث المتقدمة لخدمة عمليات التأهب السريع للقوات المسلحة الأمريكية خوفاً من الهجوم النووي المباغت في إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي، فكان نتيجة هذا المشروع هي شبكة الانترنت ونحو توسيع الشبكة تم ربط الجامعات الكبرى بها، بعد أن تم إنشاء خمسة مراكز للحاسبات الفائقة التي سمحت للمجتمع العلمي بالدخول إلى كافة

¹ - براء علي صالح محمد، المسؤولية العقدية لمزودي خدمات عبر الانترنت، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2020، ص 20.

² - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، قانون المعاملات الإلكترونية وفقاً للقانون 05-18، بيت الأفكار، الجزائر، ط2، 2022، ص 11.

³ - هداية بوعزة، المرجع السابق، ص 05.

المعلومات المخزنة على الشبكة. وسعياً وراء زيادة نطاق الشبكة تم إنشاء ما يعرف بلوحة نشاطات شبكة الانترنت (IAB) وذلك سنة 1983¹. يرجع ازدهار شبكة الانترنت وانتشارها إلى عاملين فنيين، فبالنسبة للعامل الأول فقد استحدث سنة 1973، إذ تمكن الباحثان Bob Khan و Vinton Cerf من وضع لغة موحدة تسمح لأي جهاز أيا كانت اللغة التي يستخدمها بإمكانية تبادل المعلوماتية مع الأجهزة الأخرى المتواجدة على الشبكة. وبربط الشبكات المنعزلة بعضها البعض من خلال قنوات وصل أصبح من الممكن نقل معلومات كل شبكة فردية إلى الشبكات الأخرى². من أهم الجوانب الملموسة لهذه اللغة الموحدة هو بروتوكول الانترنت IP Internet Protocol و بروتوكول نقل المعلومات TCP Transmission Control Protocol. وتتنحصر مهمة بروتوكول TCP في نقل المعلومات مابين جهازين متواجدين عبر شبكة الانترنت، إذ يقوم بتقسيم هذه المعلومات إلى أجزاء أو حزم تسمى Datagram، ويعطي لكل حزمة رقم، وعلى نمط الخطاب البريدي تحتوي كل حزمة معلوماتية على بطاقة هوية تتضمن عدة معلومات من بينها عنوان جهاز المرسل إليه. وهكذا يقوم مستخدم شبكة الانترنت بتوجيه طلب معلوماتية عبر جهازه فيقوم الجهاز المعني بالطلب بإعداد المعلومات وبنها عبر الشبكة فتسلك هذه المعلومات أو بمعنى أصح كل حزمة من المعلوماتية أقصر وأسرع الطرق لتصب في نهاية المطاف في مصدرها النهائي لتأخذ شكلها³. أما مهمة بروتوكول الانترنت IP فتتنحصر في تحديد الطريق الذي تسلكه حزم المعلومات routage من جهة، وتحديد السرعة القصوى لنقل المعلومات من جهة أخرى، فهذا البروتوكول هو الذي يعطي لكل حزمة معلوماتية بطاقة الهوية التي تشتمل على عنوان جهاز الإرسال وعنوان جهاز الاستقبال.

أما العامل الثاني لازدهار الانترنت فيعود إلى تصميم شبكة WWW سنة 1989 من قبل فريق من الباحثين على رأسهم Time Berners Lee و Robert Cailliau من جهة أخرى، سعتبر العاملين الجوهريين الذين حولوا أداة الانترنت إلى أداة شعبية سهلة الاستعمال وفي متناول كافة، مما ساعد على انتشارها عبر أرجاء المعمورة بصورة تجاوزت كل التوقعات⁴.

2- تطور خدمات الانترنت في الجزائر:

1 - محمود إبراهيم أبو الهيجاء، المرجع السابق، ص 26.

2 - صابر عبد العزيز سلامة، العقد الإلكتروني، ط 1، 2005، ص 06.

3 - نفس المرجع، ص 07.

4 - نفس المرجع، ص 08.

تتعدد الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت إلا أن المشرع الجزائري قد تطرق في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 98-257 المؤرخ في 25 غشت 1998 المتضمن شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها إلى تعريف بعض هذه الخدمات المذكورة، على سبيل المثال لا الحصر².

1- خدمة "واب" الواسعة النطاق (www.web) world Wide web³:

خدمة تفاعلية للاطلاع أو احتواء صفحات متعددة الوسائط (multimédia) (نصوص، رسوم بيانية، صوت أو صورة) موصولة بينها عن طريق وصلات تسمى نصوص متعددة (hypertexte)⁴.

2- خدمة البريد الالكتروني "Email":

تعددت التعريفات الفقهية للبريد الالكتروني فالبعض يعرفه بأنه تبادل الرسائل الالكترونية بين المستعملين (المنشئ والمرسل إليه)⁵. بينما يعرفه البعض للآخر بأنه مكنة التبادل غير المتزامن للرسائل بين أجهزة الحاسب الآلي⁶، أي أن خدمة البريد الالكتروني خدمة ممتازة في عالم الانترنت، حيث أصبح باستطاعة الإنسان إرسال أو استقبال الرسائل وإرسالها بكل سهولة⁷.

3- خدمة تلتات (Telnet):

خدمة النفاذ إلى حواسيب متباعدة بصيغة المحاكاة الطرفية⁸ فالتلتات تطبيق وبروتوكول يتم استخدامه لتسجيل الدخول إلى جهاز الكمبيوتر ويعتبر بروتوكولا من بروتوكولات TCP/IP للاتصال بأجهزة الكمبيوتر

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 25 غشت 1998، يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها، ج ر عدد 63 مؤرخة في 26 غشت 1998، والمعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 2000-307 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000 .

² عكو فاطمة الزهرة، المرجع السابق ص03.

³ شبكة العنكبوتية العالمية (Wordwide web) أو اختصارا www هي عبارة عن مجموعة مترابطة من صفحات الويب (web page)، كما يستطيع التنقل بين هذه الصفحات عبر وصلات النص الفائقة، وهي نظام يعمل على ترابط المستندات ببعضها البعض أو هو مجموعة من النصوص الفائقة التي تعمل فوق الانترنت.

⁴ - محمد حمزة بن عزة ، المسؤولية القانونية لمعاملتي الانترنت، أطروحة دكتوراه، دراسة مقارنة، كلية الحقوق، 1962/03/19، جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس 2018-2019، ص 29.

⁵ - نفس المرجع ، ص29.

⁶ - فاطمة الزهرة عكو، المرجع السابق، ص05.

⁷ - محمد زماري، ماهي الخدمات التي يقدمها الأنترنت، أطلع عليه يوم 2023/02/17 على

الساعة 06:04 <https://www.mawdoo3.com>

⁸ بن عزة محمد حمزة، المرجع السابق، ص29.

البعيدة¹ ويسمح للمستخدم بإصدار أوامر على حاسوب البعيد كما لو أن المستخدم مسجل دخوله محليا، ويستعمل هذا التطبيق في الغالب واجهة تداخل نصية لا رسومية².

4- بروتوكول نقل الملفات (FTP)file Transfer Protocol:

خدمة تعبئة الملفات عن بعد بصيغة نقطة إلى نقطة³ وحسب نص المادة الثانية /4 من المرسوم التنفيذي 257-98 إن بروتوكولات نقل الملفات هي: "خدمة تعبئة الملفات عن بعد بصيغة نقطة إلى نقطة"، فبواسطة هذه الخدمة يتم تحويل وتبادل الملفات من نقطة إلى نقطة أي من حاسوب إلى حاسوب آخر خلال دقائق⁴. هناك حاسوبان مشتركان في نقل إ ف تي بي (FTP) : الخادم و الزبون، خادم التحمل يستمع على الشبكة لطلبات الاتصال من الحواسيب الأخرى. حاسوب الزبون يبدأ الاتصال بالخادم حالما يرتبطان، يمكن للزبون أن يقوم ببعض من العمليات على الملف مثل إرسال الملفات إلى الخادم، وتحميل الملفات من الخادم، وتبديل الاسم أو حذف الملفات على الخادم وهكذا⁵.

5- منبر التحاور "New Group":

خدمة تسمح بتبادل المعلومات بين مجموعة من المستخدمين ذوي اهتمام مشترك حول موضوع معين⁶، كما يمكن لأي من هذه المجموعة في هذا المنتدى أن يبدي رأيه سواء كان ذلك شفويا أو بواسطة الكتابة⁷. في حين عرفها المشرع الجزائري بالفقرة الأخيرة من المادة 2 من المرسوم التنفيذي 257-98 الذي يضبط شروط وكيفية إقامة خدمات الانترنت بأنها: "خدمة تسمح بتبادل المعلومات بين مجموعة من المستخدمين ذوي الاهتمام المشترك حول موضوع معين"⁸.

¹أطلع عليه يوم 2023/02/18 على الساعة 14:30 <https://www.startimes.com>

²أطلع عليه يوم 2023/02/18 على الساعة 16:14 <https://www.connect4.techs.com>

³- محمد حمزة بن عزة ، المرجع السابق، ص29.

⁴- محمد بعجمي، التزامات مقدمي الخدمة عبر الانترنت، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 01، 2019، ص24.

⁵- مصطفى سالم، ما هو الأف تي بي FTP مميزاته وكيفية استخدامه، موقع <https://afhmseo.com/> تمت زيارته 2023/05/02 على الساعة 16:00.

⁶- محمد حمزة بن عزة ، المرجع السابق، ص 29.

⁷- محمد بعجمي ، المرجع السابق، ص 24.

⁸- فاطمة زهرة عكو ، المرجع السابق، ص06.

6- المحادثة عبر الأنترنت باستخدام نظام "Internet really chat" أو التحوار المباشر عبر الأنترنت:

هو نظام يشير إليه اختصارا بالحروف (IRC) يمكن المشترك من التحوار المباشر عبر الأنترنت، وكأنما المتحاورين يتحدثان عبر الهاتف، قد تتم المحاور بواسطة هذا النظام في شكل مكتوب¹.

فالتخاطب باستعمال آلية (Chat) يعني الاتصال بالزمن الحقيقي (Real time) أي من نفس الوقت²، ويكون ما بين متخاطبين حيث يقوم أحدهما بالاتصال بالمتخاطب الآخر عن طريق فتح صفحته الالكترونية الخاصة به على جهاز الحاسوب³.

ثالثا: شروط استغلال خدمات الأنترنت في الجزائر

اشترط المشرع الجزائري على كل من يرغب في مزاولة نشاط إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها وجوب حصوله على ترخيص من الجهات المختصة المعنية بذلك، وأن يكون الراغب في ذلك شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري⁴.

1- شرط الترخيص:

نص المرسوم 257-98 سالف الذكر على ضرورة الحصول على رخصة لإقامة خدمات الأنترنت وإستغلالها وليس ترخيص، غير أنه وبعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 307-2000 تخلى المشرع الجزائري صراحة عن نظام الرخص المنصوص عليه في المرسوم 257-98 وتحول إلى نظام "التراخيص" لإقامة خدمات الأنترنت واستغلالها. فحسب المادة الخامسة من المرسوم التنفيذي رقم 307-2000⁵ يعوض لفظ "رخصة" المستعمل في صلب المرسوم التنفيذي رقم 257-98 المؤرخ في 03 جمادى الأولى عام 1419 الموافق ل 25 غشت سنة 1998 والمذكور أعلاه بلفظ "ترخيص".

ويعرف "الترخيص" بأنه عملية الحصول على إذن رسمي من السلطات والجهات الرسمية لمزاولة نشاط أو مجال ما، أو التمتع بحق

1- محمد بعجمي ، المرجع السابق، ص 24.

2- فاطمة زهرة عكو ، المرجع السابق، ص 07.

3- محمد بعجمي ، المرجع السابق، ص 25.

4- وسيمة مصطفى هنشور، المرجع السابق، ص 129.

5- المادة الخامسة من المرسوم التنفيذي رقم 307-2000 مؤرخ في 16 رجب عام 1421 الموافق ل 14 أكتوبر سنة 2000، يعدل المرسوم التنفيذي رقم 257-98 المؤرخ في 3 جمادى الأولى عام 1419 الموافق ل 25 غشت سنة 1998 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات انترنت واستغلالها، ج ر، العدد 60.

ممارسته، ومن حيث الطبيعية القانونية له فهو تصرف قانوني في شكل قرار إداري انفرادي وهذا القرار يعتبر منشئ وليس كاشفا¹. يشترط للحصول على ترخيص أن يقدم طالب استغلال خدمات الانترنت عرضا مفصلا عن الخدمات التي يقترح تقديمها، وكذلك شروط وكيفيات النفاذ إلى هذه الخدمات، كما يشترط عليه تقديم دراسة تقنية حول الشبكة المقترحة والتجهيزات والبرامج المعلوماتية التابعة لها، مع تحديد هيكلها وكذلك صيغ الوصل بالشبكة العمومية للاتصالات، كما يجب على المستثمر أن يقدم التزاما من المصالح المختصة في الوزارة المكلفة بالاتصالات يثبت إمكانية إقامة الولة المخصصة والضرورية لنقل خدمات الانترنت². ولا يسلم الترخيص بالاستغلال إلا بعد تحقيق تأهيلي يأمر به وزير الاتصالات³ وكذلك بناء على موافقة لجنة مكونة من ممثلي وزارات مختلفة⁴، ويسلم الترخيص لمدة غير محددة ولا يمكن التنازل عنه⁵.

2- شخص معنوي خاضع للقانون الجزائري:

نص المشرع الجزائري في المادة الرابعة من المرسوم التنفيذي رقم 257-98 قبل التعديل على أنه لا يرخص بإقامة خدمات انترنت واستغلالها لأغراض تجارية ضمن شروط، إلا للأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الجزائري المدعويين "مقدموا الخدمات" وبرأسمال يملكه فقط أشخاص معنويون خاضعون للقانون العام و/أو أشخاص طبيعيون من جنسية جزائرية⁶.

يفهم من خلال هذه المادة بأن كل شخص معنوي خاضع للقانون الجزائري يمكنه الدخول لممارسة هذا النشاط، سواء كان هذا الشخص عاما أو خاصا، وكذلك هو الحال بالنسبة للأجانب الذين يقبلون الخضوع للقانون الجزائري.

غير أن المشرع الجزائري يشترط أن يكون رأس مال هذا الشخص المعنوي مملوكا لأشخاص معنويين خاضعين للقانون العام و/أو أشخاص من جنسية جزائرية.

وبذلك كان المشرع يقصي الأجانب من الاستثمار في نشاط الانترنت، الأمر الذي يمس بأحد أهم المبادئ التي جاء بها قانون المنافسة، وهو مبدأ

1- وسيمة مصطفى هنشور ، المرجع السابق ، ص 130.

2 - المادة 05 من المرسوم 257-98 المعدل والمتمم سالف الذكر.

3 - المادة 06 من نفس المرسوم.

4 - المادة 07 من نفس المرسوم.

5 - المادة 08 من نفس المرسوم.

6 - المادة 04 من نفس المرسوم.

عدم التمييز والفرقة بين مقيم ومستثمر غير مقيم وبين الوطنيين والأجانب¹.

غير أن المشرع الجزائري تدارك ذلك وتراجع عن هذا التمييز بتعديل المادة الرابعة من المرسوم التنفيذي رقم 98-257، بموجب المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي 2000-307، حيث فتح باب الاستثمار أمام الأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الجزائري². فلم يشترط المشرع تمتع الشخص المعنوي بالجنسية الجزائرية، وبذلك يكون قد أنهى الحكر الذي طبق بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-257 الذي كان يشمل فقط الأشخاص الطبيعيين والمعنويين ذوي الجنسية الجزائرية³.

الفرع الثاني:

مراحل نشأة التجارة الالكترونية وتطورها

سنتناول من خلال هذا الفرع مراحل تطور تطبيقات التجارة الالكترونية (أولا) ثم مراحل تكريسها القانوني بالجزائر (ثانيا).

أولا: مراحل تطور تطبيقات التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية ليست وليدة أمس القريب، ففي السبعينات من القرن الماضي، بدأت بعض البنوك باستخدام شبكات خاصة مأمونة لإجراء ما يسمى بعمليات التبادل الالكتروني للأموال EDI، سواء فيما بين البنك وفروعه أو مع البنوك الأخرى بسرعة ودقة، وقد أدى ذلك فيما بعد إلى تمكين عملاء هذه البنوك من الإيداع المباشر، والسداد الالكتروني للمستحقات باستخدام أساليب الكترونية مستحدثة.

يستفاد من ذلك أن تطبيقات التجارة الالكترونية بدأت من خلال التحويلات الالكترونية للأموال، لكن من حيث مدى التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة، وفي نفس الفترة أتى مفهوم تبادل البيانات الكترونيا والذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية

1 - وسيمة مصطفى هنشور، المرجع السابق، ص 132.

2- نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي 2000-307 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 98-257 على أنه "لا يرخص بإقامة خدمات الانترنت واستغلالها لأغراض تجارية ضمن الشروط المحددة أدناه إلا للأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الجزائري الذين يدعون أدناه مقدمي خدمات الانترنت.

لا يخضع لأحكام هذا المرسوم عرض الخدمات من نوع انترنت في الموقع للمرتفقين الزوار أو المشتركين عبر المحطات الطرفية الموصولة بمقدم خدمات الانترنت.

غير أن استغلال الخدمات المنصوص عليها في الفقرة السابقة يخضع لتصريح مسبق يحرر في نموذج استمارة تقدمها مصالح الوزارة المكلفة بالمواصلات السلكية واللاسلكية، ويسجل هذا التصريح لدى هذه المصالح مقابل إشعار بالاستلام".

3- وسيمة مصطفى هنشور، المرجع السابق، ص 132.

إلى معاملات أخرى وامتدت التقنية من مؤسسات مالية إلى مؤسسات أخرى¹.

وقد ساهم انتشار البريد الإلكتروني في انتشار التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، حيث بدأ انتشار البريد الإلكتروني مع العمل الشبكي وزاد انتشاره في الأعمال منذ أوائل الثمانينات كبديل فعال وسريع للبريد التقليدي والفاكس ثم أصبح من أهم الأدوات التي يستخدمها رجال الأعمال والمؤسسات. إلى أن تحولت الإنترنت إلى أداة مالية وربحية في التسعينات ومع انتشارها ونموها ظهر مصطلح التجارة الإلكترونية، وقد مر استخدام الإنترنت في التجارة ارتبطت بتطور التصفح والبرمجة واستخدامات الشبكة.

بدأت التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت برسائل قوائم البريد الإلكتروني من أشخاص يبيعون مثلاً سيارة أو منزلاً وكان المشري يتصل مع البائع ويتفاوض معه عبر البريد، كما ظهرت أيضاً تطبيقات بيع وشراء الأسهم وتذاكر السفر على الإنترنت وعلى شبكة خاصة.

بانتشار شبكة الإنترنت ثم ظهور ونمو شبكة ويب خلال النصف الثاني من التسعينات بدأت الشركات تستخدم البريد الإلكتروني مع خدمات استعراض وإنشاء مواقع ويب لعرض أنشطتها ومنتجاتها ووسائل الاتصال بها.

استخدمت الشركات شبكة ويب لنشر الإعلان عن أنشطتها على مواقع في صفحات بسيطة لم تتضمن الدعم الفني ونتيجة تطوير وتحسين صفحات شبكة ويب قامت الشركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطها فنشرت معلومات الأنشطة وبيانات المنتجات بالرسوم والصور مع وصلات للمنتجات وأقسام الإنتاج والدعم الفني والتراسل.

ومع زيادة إمكانات الشبكة وتطورها وتطور تقنية البرمجة والاستعراض زادت مواقع وطرق ووسائل التجارة والبيع والتسويق، وانتقلت الأعمال من تبادل الرسائل والإعلان عن المنتجات إلى نشاط التسويق والترويج والبيع².

ومع تطور أدوات وبرامج إنشاء صفحات ويب وتزايد فهم الشركات لأهمية الإنترنت واستخدامها في التبادل التجاري وجمع المعلومات حول الزائرين وحول رغباتهم واحتياجاتهم بدأت المواقع تتفاعل مع الزوار،

1 - عبد الحميد بسيوني، المرجع السابق، ص 19.

2 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 16.

واستخدمت برامج ووسائل زيادة سرعة النقل ووصلات مرجعية وصور ورسوم متحركة ووسائط متعددة لجذب انتباه المشاهد.

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

بدأت الأعمال الالكترونية بين الشركات عبر الانترنت لتنتقل إليها الصفقات التجارية بتفاصيلها وأعمالها الإدارية والوثائق كبوالص التأمين وفواتير الشحن والعقود وأوامر التحويل البنكي وعروض الأسعار والاعتمادات المستندية وغيرها إلكترونيا بمفاهيم تختلف عن الطرق التقليدية¹.

نشأت الأسواق الرقمية كمواقع تلقي فيها شركات مختلفة من المصنعين والمنتجين والموزعين وتجار التجزئة وموردي مكونات الإنتاج في صناعة أو النشاط بشبكة معلومات واحدة تحتوي على بياناتهم وتديرها شركة مستقلة تقوم بإظهار مؤشرات المعلومات والتقارير للمشاركين لتبادل المعلومات التجارية واستثمارها في عقد الصفقات بينهم².

ظهرت شركات التجارة دوت كوم كمواقع ستقلة متخصصة في التجارة الالكترونية ليست تابعة لشركات الإنتاج ولا لشركات البيع بل هي نفسها شركات بيع تخصص في تجميع منتجات وعرضها على الانترنت ليقوم المستهلك بالتسوق والشراء من خلالها، وتحصل المواقع على نسبة من قيمة المبيعات التي تتم من خلالها³.

ثانياً: مراحل التكريس القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر

مر التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية بالجزائر بمرحلتين، حيث تم التكريس القانوني لها ضمنياً في مرحلة أولى وصولاً إلى التكريس القانوني الصريح لها في المرحلة الثانية.

1- مرحلة التكريس القانوني الضمني للتجارة الإلكترونية:

لقد عرفت المنظومة القانونية الجزائرية تطوراً تشريعياً هاماً يوحى بتوجه المشرع الجزائري نحو الرقمنة وتنظيم التعامل الإلكتروني في

1 - عبد الحميد بسيوني، المرجع السابق، ص 21.

2 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 17.

3 - عبد الحميد بسيوني، المرجع السابق، ص 21.

الجزائر بصفة تدريجية ويتجلى ذلك ضمينا من خلال عدة نصوص قانونية ، سنقتصر على الإشارة لأهمها.

أ- السماح بالإشهار الإلكتروني من خلال القانون 02-04:

أوضح القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹ المقصود بالإشهار من خلال مادته الثالثة والتي جاء فيها "... إشهار : هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة ". ويفهم ضمينا من عبارة " مهما كانت وسائل الإتصال المستعملة " أن الإعلان بوسائل الإتصال الالكترونية جائز ومقبول قانونا.

ب- الاعتراف بالكتابة الإلكترونية:

اعترف المشرع الجزائري بالكتابة الإلكترونية منذ سنة 2005، بمناسبة تعديله للقانون المدني بإدراج المواد 323 مكرر والمادة 323 مكرر¹، فأقر صراحة بمبدأ المماثلة والمساواة بين الوثيقة القائمة على الدعامة الورقية والوثيقة القائمة على الدعامة الالكترونية².

ت-تنظيم الفاتورة الالكترونية:

أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي 05-468 المحدد لشروط تحديد الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك³.

حيث نصت المادة 11 فقرة 01 على أنه " استثناء لأحكام هذا المرسوم، يسمح بتحرير الفاتورة وإرسالها عن طريق النقل الإلكتروني الذي يتمثل في نظام إرسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو لأكثر بتبادل الفواتير عن بعد".

وبذلك انبثقت فكرة الفاتورة الالكترونية من التركيز المتزايد على التجارة اللاورقية التي تعرف بشكل عام باعتبارها معاملات أو أعمال تجارية تتضمن تبادل البيانات عبر الوسائل الالكترونية، فهي تتطلب من كل المشاركين في النشاط التجاري تحقيق وتنفيذ العملية المعيارية الخاصة

¹ - القانون 02-04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق ل 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر 41 مؤرخة في 27 يونيو 2004، معدل ومتمم.

² - القانون 10-05 المؤرخ في 13 جمادى الأولى 1426 الموافق ل 20 يونيو 2005، يعدل ويتمم الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني، ج ر عدد 44 لسنة 2005.

³ - المرسوم التنفيذي 05-468 المؤرخ ي 08 ذي القعدة 1426، الموافق ل 10 ديسمبر 2005، ج ر عدد 80 لسنة 2005.

بتبادل العقود والقبول بها أو الواتير التي توثق المعاملات¹. حيث تستعمل الفاتورة الالكترونية على الصعيد الوطني في عدة مجالات، كمال الاستيراد والتصدير في المجال التجاري والصناعي كونها تسهل العمل، وتقلل التكاليف، إضافة إلى كونها سريعة مقارنة بالفاتورة الورقية التقليدية، ولقد ساعد في ذلك انتشار وسائل الدفع الالكتروني الحديثة².

ث- تعديل أحكام القانون التجاري بالقانون 02-05:

يتضح جليا اتجاه المشرع الجزائري إلى تبني نظام الوفاء الالكتروني من خلال تعديله للقانون التجاري بإصداره للقانون رقم 02-05 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للقانون التجاري³، حيث أضاف بموجب هذا القانون فقرة ثالثة إلى المادة 414 المتعلقة بوفاء السفتجة تنص على أنه: "يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة الكترونية محددة في التشريع و التنظيم المعمول بهما"، كما تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى المادة 502 بمناسبة تقديم الشيك للوفاء.

كما أضاف المشرع بموجب القانون 02-05 سالف الذكر بابا رابعا إلى الكتاب الرابع من القانون التجاري والمعنون بالسندات التجارية، وقد تضمن الفصل الثالث منه "بطاقات السحب والدفع" وذلك في المادة 543 مكرر 23. وقد اعتبر المشرع الجزائري هذه البطاقات "أوراقا تجارية جديدة" إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية المعروفة كالسفتجة والشيك والسند لأمر.

ج- الإعلام الالكتروني عن الأسعار(المرسوم التنفيذي 09-65):

أشار المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاطات وبعض السلع والخدمات المعنية⁴، إلى الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار، حيث عرفت

¹ - نواره حسين، الفاتورة الالكترونية آلية لتنشيط الاستثمارات، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد الخامس، عدد 02، جوان 2019، ص 129.

² - فريدة حمودي، التجارة الالكترونية في القانون الجزائري، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34، العدد 04-2020، ص10.

³ - القانون 02-05 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل و المتمم للأمر 59-75 ل26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، ج ر 11 لسنة 2005.

⁴ - المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 11 صفر 1430 الموافق ل07 فبراير 2009، المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية، ج ر عدد 10 لسنة 2009.

المادة 02 منه الكيفيات الخاصة بالإعلام حول الأسعار وأشارت إلى الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار والإتصال.¹

كما تطرقت المادة 03 من ذات المرسوم، إلى دعائم الإعلام الآلي واللوحات الالكترونية بالقول: تتم عملية الإعلام المتعلقة بالإشهار والإعلان عن الأسعار والتعريفات المطبقة على بعض قطاعات النشاط والسلع والخدمات المعينة عبر دعائم الإعلام الآلي والوسائل السمعية البصرية والهاتفية واللوحات الإلكترونية والدلائل والنشرات البيانية أو أية وسيلة أخرى ملائمة".

ح- مشروع الجزائر الالكترونية 2013:

تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري مؤخرا قد قفز قفزة نوعية نحو تبني نظام الحكومة الالكترونية ، وذلك بإصداره لعدة نصوص قانونية تنظم المعاملات الالكترونية، سواء الإدارية أو المدنية أو التجارية. وقد تم التجسيد الفعلي لمشروع الحكومة الالكترونية من خلال إطلاق الجزائر بوابتها الالكترونية رسميا، وقد كان ذلك مع مطلع شهر أوت 2016 ، تحت مسمى "بوابة المواطن"، وتستهدف هذه البوابة تقريب الإدارة من المواطن من خلال تقديم تسهيلات أكثر، وتوفير المعلومات والخدمات بسهولة من أجل تقليل البيروقراطية وزيادة الشفافية. كما تهدف إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني.²

خ- إصدار القانون 04-15 لتنظيم التوقيع والتصديق الالكترونيين:

بادر المشرع الجزائري بإصدار القانون رقم 04-15 المؤرخ في 01 فبراير 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين و اعترف المشرع بموجب هذا القانون بحجية التوقيع الالكتروني في إثبات التصرفات القانونية و المعاملات الالكترونية. ويعد تنظيم المشرع لمسألة التوقيع والتصديق الالكترونيين مسألة غاية في الأهمية ، فهذا القانون الجديد يرمي إلى إرساء جو من الثقة وحماية البيانات الشخصية و كذا تسهيل المبادلات عبر الانترنت و تحسين الحياة اليومية للمواطنين والمؤسسات وكل الفاعلين الاجتماعيين والاقتصاديين عن طريق تجسيد التعامل عن بعد في شتى الميادين كعمليات التجارة الالكترونية وسحب الوثائق الإدارية عن بعد و تعميم استعمال الدفع الالكتروني عبر

1 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 22.

2 - ابتسام خطاف وشريف غياط، توجه الجزائر نحو تطبيق الحكومة الالكترونية عبر مشروع الجزائر الالكترونية 2013، الواقع والتحديات، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 11، العدد 2، ص 349.

الانترنت.حيث أنه يعد من أساليب التأمين والحماية التقنية لعمليات التجارة الإلكترونية، كما أنه في ذات الوقت وسيلة إثبات للمعاملات التجارية التي تتم عن بعد¹.

2- مرحلة التكريس القانوني الصريح للتجارة الإلكترونية:

خطت الجزائر سنة 2017 خطوة كبيرة في مجال قنين التجارة الإلكترونية حينما تم اقتراح مشروع قانون تم إعداده من طرف وزارة البريد وتكنولوجيا الإتصال السلكية واللاسلكية والرقمنة متضمنا التجارة الإلكترونية. وقد جاء هذا المشروع بهدف تنظيم وتأطير الفاعلين في المجال الإقتصادي، الذين يقدمون خدماتهم عبر وسائل الإتصال الإلكتروني².

وبعد أخذ رأي مجلس الدولة وبعد مصادقة البرلمان صدر رسميا قانون التجارة الإلكترونية الجزائري لأول مرة ونشر بالجريدة الرسمية الجزائرية بتاريخ 16 مايو 2018.

ومن ثم يكون المشرع الجزائري قد قفز قفزة نوعية في مجال اعتماد المعاملات الإلكترونية من خلال إصداره أخيرا القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. إذ يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات³.

المبحث الثاني خصائص وأنواع التجارة الإلكترونية

¹ - هداية بوعزة، الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 06، العدد 02، 2020، ص 198.

² - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 22.

³ - هداية بوعزة، الدفع الإلكتروني في الجزائر، المرجع السابق، ص 199.

تعتبر التجارة الإلكترونية مفهوماً واسعاً يشمل أي نشاط أو تعاملات تجارية تتحقق بين أطراف متعددة عبر الوسائل الإلكترونية وأهمها الإنترنت. وقد دلت معظم التقارير والإحصائيات إلى أن التجارة الدولية تتجه نحو التخلي عن التعاملات التجارية التقليدية، واستبدالها بال تعاملات التجارية الإلكترونية بسبب أن التجارة الإلكترونية تتميز عن التجارة التقليدية بعدد من الخصائص، كما أن لها أشكالاً وأنواعاً متعددة.

المطلب الأول:

خصائص التجارة الإلكترونية

تقوم التجارة الإلكترونية على مجموعة من الخصائص الجوهرية فرضتها البيئة الرقمية التي نشأت في ظلها (الفرع الأول)، وهو الأمر الذي منحها مزايا لم تحققها التجارة التقليدية (الفرع الثاني).

الفرع الأول:

الخصائص الجوهرية للتجارة الإلكترونية

يقصد بالتجارة الإلكترونية عقد الصفقات التجارية في السلع والخدمات عبر الشبكة الدولية للاتصالات عن بعد. حيث هناك حالات يتم التسليم والدفع فيها من خلال الشبكة، وحالات أخرى يتم الدفع فقط من خلال الشبكة، أما التسليم فيتم خارجها أي بشكل مادي. وبذلك تختص التجارة الإلكترونية وتتميز بأن تفاعل الأطراف فيها يكون إلكترونياً لا يأخذ طابعاً مادياً¹. فالتجارة الإلكترونية تتميز بأداء عمليات تجارية عبر تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات، وترفع كفاءة الأداء، وتحقق تفاعلية التعامل، وتتعدى الحدود الزمنية والجغرافية، وهي مفهوم شامل لا يقتصر على التبادل التجاري إلكترونياً لكنه يمتد ليشمل التصنيع والإنتاج والتوزيع، وتتيح استجابة سريعة للسوق، وتعمل على تبسيط ووضوح الإجراءات².

يستفاد من ذلك أن التجارة الإلكترونية تتميز بخصائص ثلاث جوهرية تستدعي تطبيق أحكام قانونية خاصة بها، فهي تجارة تتم عن بعد، فلا يجمع مورد الخدمة أو السلعة وطالبها مجلس واحد. وهي تجارة لا تنقيد بالحدود، وهي تجارة تقوم على تعاقد دون مستندات مادية³.

وعليه فالتجارة الإلكترونية تتميز بأنها تركز على الأمور الأساسية التالية :

1- فكرة النشاط التجاري :

- لزهرة بن سعيد ، المرجع السابق ، ص 15 .¹

- عبد الحميد بسيوني، المرجع السابق، ص 19.²

- نضال إسماعيل برهم ، المرجع السابق ، ص 48 .³

يعد النشاط التجاري الركيزة الأساسية للتجارة الالكترونية، فهذه الأخيرة لا تختلف في مفهومها عن مفهوم التجارة التقليدية سواء من حيث مضمونها أو محترفيها أو مجالاتها¹. إلا أن وجه الخصوصية فيها يتمثل في وسائل مباشرتها، ففي حين أن التجارة بوجه عام هي ممارسة العمل التجاري على وجه الاحتراف²، فإن التجارة الالكترونية تختص بأنها ممارسة تجارية تتم عن طريق وسيط الالكتروني .

2- اللامادية المتطلبة المعالجة الآلية للمعلومات :

تتميز التجارة الالكترونية باللامادية، مما يتطلب إبدال الوسائط الورقية بالوسائط الالكترونية. حيث لا مجال للتعامل بالأوراق العادية، بل يتم إبرام العقود عن طريق وسيط الكتروني. ويترتب عن ذلك أن التراضي والتوقيع بين المتعاقدين يكون الكترونياً، كما أن الوفاء يتم عن طريق الدفع الالكتروني³، أما التسليم فقد يكون الكترونياً، إذا ما كان المبيع قواعد بيانات أو برامج كمبيوتر، أو تسليم مادياً إذا كان محل العقد سلعة مادية.

3- إمكانية التفاعل بين التاجر و المستهلك :

وهي إمكانية المتاحة عبر الاتصال السمعي البصري، فالشبكة هي وسيلة للاتصال عن بعد على خلاف الهاتف بواسطة وسيلة سمعية بصرية⁴. وبناء على ذلك يمكن للعميل أن يتصل بموقع التاجر ويطلب ما يرغب من معلومات تخص العرض، بل يمكنه تجربته في بعض الأحيان، وبذلك تسمح التجارة الالكترونية بالتفاعل بين التاجر والعميل⁵.

إن الحديث عن التجارة الالكترونية يستدعي الحديث عما يسمى بالمراكز التجارية الافتراضية، والتي يتم عرض البضائع والسلع والخدمات عليها. حيث يستطيع المستهلك الدخول إلى هذه المواقع الافتراضية ، والاطلاع على السلع والخدمات ، بأن يذكر المستهلك رقم بطاقة الانتماء

¹ - إيمان مأمون أحمد سلامة ، الجوانب القانونية لعقد التجارة الالكترونية ، رسالة دكتوراه حقوق ، المنصورة ، 2006 ، ص 15 .

- سميحة القليوبي ، شرح قانون التجارة المصري الجديد ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2007 ، ص 15 .²

- إيمان مأمون أحمد سلامة ، المرجع السابق ، ص 16 .³

⁴ - يعرف الاتصال المرئي المسموع حسب المادة 2/2 من القانون الفرنسي الصادر في 30 سبتمبر 1986 الخاص بحرية الاتصالات على أنه : "كل ما يوضع في متناول الجمهور ، أو بعض طوائفه من رموز أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو رسائل من أي نوع دون أن يكون لها صفة المراسلة الخاصة و ذلك بوسيلة من وسائل الاتصال عن بعد . لزهري بن سعيد ، المرجع السابق ، ص 17 .

- أسامة أبو الحسن مجاهد ، المرجع السابق ، ص 38 .⁵

الخاصة به ، من أجل تيسير عملية الوفاء في حال شرائه سلعة من السلع .و يتبنى توقيعاً الكترونياً بغرض التحقق من شخصيته و إرادته في إبرام العقد، بحيث يستطيع عن طريق هذا التوقيع اعتماد العمليات التي يبرمها. وكما سبقت الإشارة إليه، فإن عمليات تبادل المعلومات تتم الكترونياً في التجارة الالكترونية، إما بصورة مباشرة أو من خلال وسيط ، يمكن تسميته بشبكة القيمة الإضافية . حيث تعمل هذه الشبكات كدور مقاصة الكترونية أو بريد الكتروني ينظم الرسائل الالكترونية ويحفظها حتى يتم تسليمها إلى الطرف الآخر.

وقد أدى التعامل اللامادي في عمليات التجارة الالكترونية إلى إمكانية التفاعل والتواصل مع أكثر من جهة وفي نفس الوقت، بحيث يمكن للعائد إرسال رسالة إلى عدد من الجهات المختلفة دونما الحاجة إلى تكرار الرسالة في كل مرة¹.

وتجدر الإشارة إلى أن التفاعل الكبير الذي تتيحه التجارة الإلكترونية بين العملاء والشركات من خلال مثلاً إبداء الرأي في السلعة وطرح العملاء انشغالاته، سيفسح المجال للشركة لدراسة سلوكهم، والقيام بالتعديلات المناسبة لرغباتهم، وهذا ما سيزيد من رضا العملاء، حيث يمكن للعميل أن يتحصل على المعلومات التفصيلية لأي سلعة أو خدمة في ظرف قصير جداً، مما يساعده على اتخاذ القرار الصائب في الوقت المناسب².

4- فكرة التدويل و العالمية :

مثلاً سبقت الإشارة إليه، فإن التجارة الالكترونية لا تعرف ولا تتقيد بالحدود. فالمصاحبة للتكنولوجيا المستخدمة، تتجاوز مجرد تركيز القواعد القانونية واجبة التطبيق، طبقاً للمكان الذي يتم فيه تبادل السلع والخدمات. فالعلاقات التي تتضمنها التجارة الالكترونية هي علاقات تتم عبر الدول والحدود، وغير محددة بمكان معين أو بدولة محددة. فالمعلومات والتكنولوجيا لا تعترف بالحدود السياسية³. فالصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية. وبفضلها

1 - سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الالكترونية في الفقه الإسلامي ، كلية الشريعة ، الجامعة الإسلامية، غزة، 2005، ص 57.

2 - سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها، مذكرة ماجستير، علوم اقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010-2011، ص 55.

3- محمد السيد عرفة ، التجارة الدولية الالكترونية عبر الانترنت ، بحث مقدم إلى مؤتمر "القانون و الكمبيوتر والانترنت، كلية الشريعة و القانون جامعة الإمارات العربية المتحدة ، المجلد الأول ، 2000 ، ص 06 .

تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات توافق ومفاوضات، من هنا قيل أن التجارة الإلكترونية تستدعي جهداً دولياً جماعياً لتنظيمها ابتداءً لأنها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب ألا تقيد بها أية قيود¹.

الفرع الثاني:

مزايا التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من أهم ما يميز الإقتصاد العالمي الحديث، في ظل الإقبال المتزايد على استخدام الأنترنت في المعاملات التجارية وهو ما يعود على العملاء والمستهلكين بمزايا عديدة، غير أنه رغم تلك الأهمية للتجارة الإلكترونية بسبب كثرة العوائق والتحديات التي تواجهها. توفر التجارة الإلكترونية فوائد لا حصر لها للعملاء والمستهلكين كما تستفيد المؤسسات الإقتصادية الناشطة في السوق الإلكتروني، من عدة مزايا تساعدها على زيادة مداخيلها وأرباحها بمستويات خيالية لم يكن لها حقيقتها في ظل التجارة التقليدية.

أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للعملاء والمستهلكين

1- انخفاض الأسعار وتحقيق رضا العملاء:

على اعتبار أن التجارة الإلكترونية تسمح للمستهلك بالتسوق من أماكن متنوعة فإنها تمكنهم من إجراء مقارنات سريعة ومفاضلات بين السلع والخدمات المعروضة، مما يتيح لهم الإستفادة من فرق الأسعار. كما تؤدي إلى إحداث تفاعل كبير بين العملاء والشركات.

2- استمرار الخدمة:

تمكن التجارة الإلكترونية المستهلك من التسوق وإجراء التعاملات التجارية عبر الانترنت طيلة أيام الأسبوع وعلى مدار 24 ساعة ومن أي مكان، وذلك بسبب أن الأسواق والمتاجر الإلكترونية تعمل باستمرار ودون إنقطاع وبالتالي توفر خدمة مستمرة على عكس التجارة التقليدية التي تنتقد بمواعيد مضبوطة ومحددة للعمل والنشاط والغلق، بينما المستهلك في التجارة الإلكترونية له كامل الحرية في اختيار الموعد الذي يتناسب مع رغبته².

¹ - سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق، التجارة الإلكترونية، ط2، عمان، الأردن، 2015، ص 102.

² - سمية ديمش، المرجع السابق، ص 56.

3- حرية الاختيار ومنع الاحتكار:

تتيح التجارة الإلكترونية للمستهلكين خيارات كثيرة بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات متعددة ومن مختلف الجهات في العالم لم تكن متوفرة للمستهلك من قبل¹، وتؤدي الشفافية وتوفر المعلومات لكل من البائع والمشتري إلى التقليل من الإحتكار واتجاه السوق إلى سوق تنافسية تخضع لآليات العرض والطلب في تحديد السعر التوازني².

ثانياً: مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسة

تستفيد المؤسسات الاقتصادية والشركات التجارية من عدة مزايا تساعد على زيادة مداخيلها وأرباحها بمستويات خيالية لم يكن لها تحقيقها في ظل التجارة التقليدية .

1- تحقيق التواصل والتفاعل بين الشركاء والعملاء:

يتحقق ذلك من خلال الشفافية التي تتيح سهولة في الحصول على معلومات دقيقة وكاملة، مما يوفر طريقة فاعلة لتبادل المعلومات حتى مع الشركاء، وهو ما يوفر فرصاً جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من شركات أخرى فيما يدعى بالتجارة الإلكترونية من الشركات للشركات³.

2- تلبية طلبات المستهلك ببسر وسهولة:

تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا ما يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن⁴.

3- انخفاض تكلفة تسويق السلع والخدمات:

تتميز التجارة الإلكترونية بانخفاض تكلفة نقل البضاعة من المصنع إلى المستهلك عبر شبكات التوزيع التقليدية من المصنع إلى تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة إلى منافذ التوزيع إلى المستهلك، وكذا بانخفاض تكاليف الإعلان والإشهار⁵.

1 - لما عبد الله صادق سلهب، مجلس العقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2008، ص 20.

2- عبد المطلب عبد الحميد، أحكام وضوابط العقود الإلكترونية في الفقه الإسلامي المقارن، دار الكتاب الجامعي، السعودية، 2017، ص 20.

3- حمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، عمان، الأردن، ط 3، 2011، ص 13.

4- المختار بن قوية، التجارة الإلكترونية بين الجوائر بين الضرورة والمخاطرة، مجلة معارف، مجلد 16، العدد 02، ديسمبر 2021، ص 298.

5 - نفس المرجع، ص 13.

4- الحد من مصارف الشركات والمؤسسات:

تعتبر عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أقل تكلفة من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية، أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تستخدم لخدمة الزبائن، ولا تحتاج إلى استخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعملية الجرد والأعمال الإدارية، فقواعد البيانات على الانترنت تحتفظ بكل العمليات وتواريخها وأسماء الزبائن، وبإمكان شخص واحد استرجاعها وتفحصها بسهولة تامة¹.

5- الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد مرتفع عن الأنشطة التقليدية:

من الصفات الجوهرية للتجارة الإلكترونية تمتعها بالصفة العالمية التي أدت إلى إلغاء الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية العالمية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن مكان تواجده، دون الحاجة إلى معاهدات ومفاوضات، مما يستدعي جهداً دولياً جماعياً لتنظيمها ابتداءً لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود، حيث يستطيع عملاء الشركة الحصول على منتجاتها في أي وقت دون تزامن أو انتظار، بالإضافة إلى أن التجارة الإلكترونية تتيح إمكانية إنشاء أسواق أكثر تخصصاً لم يكن متاحاً عبر سبل التجارة التقليدية².

المطلب الثاني:

¹ - حمد فواز المطالقة، المرجع السابق، ص 13.

² - فادي محمد عماد الدين توكل، المرجع السابق، ص 50.

أنواع التجارة الإلكترونية

تختلف أشكال التجارة الإلكترونية تبعاً لأطراف العلاقة التجارية. وتنقسم تبعاً لذلك إلى تجارة بين وحدة أعمال ووحدة أعمال (الفرع الأول)، تجارة بين وحدات الأعمال والمستهلكين (الفرع الثاني)، تجارة بين الحكومات والمستهلكين (الفرع الثالث)، وتجارة بين المستهلكين و مستهلكين آخرين (الفرع الرابع).

الفرع الأول:

التجارة بين وحدة أعمال ووحدة أعمال

Business to Business (B to B)

يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية كافة أشكال وأطر العمل والتبادل بين الشركات، والتي تتم بوسائل الكترونية كإجراء المفاوضات وتبادل المعلومات والبيانات، ومن ثم إبرام العقود التجارية، وفقاً لقواعد تقنية وقانونية خاصة.

يعتبر هذا النوع من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعاً ويطبق بين مؤسسات الأعمال داخل الدولة أو مع مؤسسات الأعمال خارج الدولة، حيث يتم إجراء كافة المعاملات التجارية إلكترونياً بما في ذلك تبادل الوثائق إلكترونياً وذلك باستخدام كلمة السر وعناوين اتصال خاصة بالشركة لا تنتشر على الملأ¹.

عرف هذا النوع من التجارة الإلكترونية شيوعاً وانتشاراً واسعاً لما يمتاز به من دقة وخصوصية ودرجة أمان، فهذا النوع من التجارة هو تجارة يقتصر التعامل فيها على شركة أو مؤسسة مع مورديها أو زبائن محددين من خلال احتياطات أمان تتمثل في كلمات سر للولوج وعناوين ويب خاصة لا تنتشر، أو عن طريق شفرة معاملات إلكترونية موثقة تضمن خصوصية المعلومات ومنع التلاعب، حيث ساعد أسلوب التشفير في تحقيق خصوصية وسرية المعلومات، صحة الرسالة والتأكد من عدم وقوع تغييرات أثناء انتقالها، التأكيد على مسؤولية البائع والمشتري نحو العقد، التوافق في إجراء العملية بحيث يستطيع المشتري والبائع إقامة العملية بدون عوائق ناتجة عن اختلاف البرامج².

ومن أبرز صور التعامل بهذا النوع من التجارة الإلكترونية هو قيام الشركات ومؤسسات الأعمال باستخدام الشبكة للحصول على طلباتها من

¹ -Camille Elisabeth, le commerce électronique to B, Paris, Dunod1999,p165.

² - عبد الحميد بسيوني، المرجع السابق، ص 24.

الموردين، واستلام الفواتير وتسويتها، والذي يعد من أساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات وبخاصة تلك التي تستخدم التبادل الإلكتروني للبيانات من خلال الشبكات الخاصة أو شبكات القيمة المضافة¹. ومن تقنيات هذا النوع من التجارة :

1- التسويق الإلكتروني:

تعتمد الشركات بغرض مقارنة السلع المعروضة من الموردين المختلفين من أجل العثور على المورد المناسب.

2- التبادل الإلكتروني للبيانات :

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

3- التجارة الإلكترونية الداخلية :

يوجد هذا النوع في الشركات الكبيرة ذات الفروع المتعددة في الشركات المتعددة الجنسيات التي تسمح بإجراء تبادل داخلي للسلع و الخدمات بين الأقسام أو الفروع المختلفة .

تتم عمليات التبادل والتجارة الإلكترونية الداخلية بين هذه الفروع وفقا لسياسة تتضمن تحديد أسعار التحويل، لأجل ضمان صحة وعدالة قياس وتقييم الأداء لكل فرع على حدة. وغالبا ما يعتمد التبادل الإلكتروني بشأن هذه الصفقات الداخلية على استخدام شبكة الاتصالات الخاصة بالشركة الأم، ويطلق عليها الأنترنت Intranet.

وقد أدى ارتفاع حجم هذا النوع من التجارة بين القطاعات التجارية إلى تحول هذه القطاعات إلى وسائل إلكترونية لإنجاز معاملاتها عوضا عن وسائلها التقليدية، حيث أن استخدام تقنية المعلومات في التعاملات التجارية الكبيرة لديها خبرة في التعاملات الإلكترونية باستخدام تقنية التبادل الإلكتروني للبيانات لأغراض المبادلات التجارية فيما بينها بشكل آمن عبر ما يسمى بشبكات القيمة المضافة².

الفرع الثاني :

التجارة بين وحدات الأعمال و المستهلكين

Business to Conumer (B to C)

1 - بشير عباس العلق، التسويق في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2003، ص271.

2 - نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الاستراتيجيات والوظائف، المشكلات، دار المريخ، السعودية، الرياض، 2005، ص41.

تعتبر التجارة بين وحدات الأعمال والمستهلكين B2B الشكل المعتاد للأعمال التجارية. وقد ازدهر هذا الشكل مع انتشار استخدام الانترنت وإنشاء المواقع الالكترونية التي تعرض خدماتها ومنتجاتها للمستهلكين. ويعرف هذا النوع باسم تجارة التجزئة الالكترونية¹ E-Retailing، أو اسم التسوق الإلكتروني E-Shopping، كونها تتوجه للمستهلك في متاجر الكترونية افتراضية على شبكة الويب.

يتم في هذا النوع من التجارة بيع المنتجات والخدمات من الشركات للمستهلك من خلال بيع التجزئة للمستهلك، وقد توسع هذا النوع كثيرا فتوفرت المراكز التجارية عبر الانترنت لتقديم كل أنواع السلع والخدمات، وتسمح للمستهلك باستعراض السلع وتنفيذ عملية الشراء، ويتم الدفع بطرق مختلفة منها بطاقات الائتمان والشيكات الإلكترونية أو نقدا عند التسليم أو بطرق أخرى².

يعتري هذا الشكل من أشكال التجارة الالكترونية عقبات متعددة تتعلق بمسألة حماية كل من البائع والمستهلك، فالمستهلك تنقصه الضمانات، ومنها سرية البيانات التي أدلى بها على الشبكة، وهل هو في مأمن من اختراق خصوصيته، وكذا حقيقة التاجر الذي يتعاقد معه.

لذلك فقد بلغ حجم تجارة حوالي 20 % من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالي، إلا أنه على الرغم من هذه النسبة الضعيفة نسبيا إلا أن هذا النوع من التجارة الإلكترونية يلقي في الآونة الأخيرة اهتماما كبيرا تصل نسبته إلى حوالي 80 % من تغطية وسائل الإعلام المختلفة لموضوع التجارة الإلكترونية³.

الفرع الثالث:

التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والحكومات

Business to Government (B to G)

في هذا الشكل تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوازم والرسوم ونماذج المعاملات على شبكة الانترنت بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية وأن تقوم بإجراء المعاملات إلكترونيا من غير أن يكون هناك تعامل من مكاتب المؤسسات والدوائر

1 - إيهاب السنباطي ، الموسوعة القانونية للتجارة الالكترونية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2008 ، ص 118 .

2- عبد الحميد بسيوني ، المرجع السابق، ص 25.

3- منصور فرح ، التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، الوضع الراهن والآفاق المستقبلية، بحث مقدم لندوة العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي، الواقع والطموح، عمان، 20-2001/10/21 ، بيروت، المؤسسة العربية، ط1، 2002، ص 390.

الحكومية، حيث تعمل مؤخرًا الحكومات إلى الوصول لما يعرف بالحكومة الإلكترونية لإتمام تلك المعاملات إلكترونياً. فهذا النوع من التعاملات بين مؤسسات الأعمال والحكومات يغطي كافة التحويلات مثل دفع الضرائب، وجميع المعاملات بين الشركات والهيئات الحكومية¹.

الفرع الرابع:

التجارة بين الحكومات والمستهلكين

Consumer to Government (G to C)

يعد هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية، الأقل أهمية من حيث القيمة المالية والاقتصادية. ويتم التعامل في هذا الشكل بين الحكومات من جهة، والمتعاملين معها من جهة أخرى سواء مستهلكين أو طالبي خدمة أو موردين. ويشمل ما تجريه الدولة من مناقصات، أوامر توريد، والخدمات التي تقدم إلى المواطنين عبر الوسائط الإلكترونية². كما يشمل هذا النوع من التجارة ما يتم بين المستهلك والإدارة المحلية من معاملات مثل عملية دفع الضرائب إلكترونياً، وعملية استخراج تراخيص تسيير السيارات أو رخص قيادة السيارات، أو سداد الرسوم المتعلقة باستهلاك الكهرباء أو الماء ومن دون الحاجة بأن يقوم المستهلك بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك.

الفرع الخامس :

التجارة بين المستهلكين ومستهلكين آخرين

Consumer to Consumer (C to C)

يقوم الأفراد في هذا النوع من التجارة الإلكترونية بالبيع والشراء فيما بينهم، وبشكل مباشر عبر شبكة الانترنت. ومثال ذلك عندما يقوم أحد المستهلكين بوضع إعلان على موقعه الإلكتروني أو في موقع آخر من أجل بيع أحد الأغراض أو الخبرات الخاصة به. حيث انتشر مؤخراً ما يسمى بالمزاد الإلكتروني حيث يعرض فيه الزوار ما يرغبون في بيعه على هذا الموقع المتخصص بالمزايدة بين مستخدمي و زوار الموقع³.

1- عبد الحميد بسيوني، المرجع السابق، ص 26.

2- إيهاب السنباطي، المرجع السابق، ص 118.

3- لزهة بن سعيد، المرجع السابق، ص 28.

الفصل الثاني :

الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية

أمام حداثة موضوع التجارة الالكترونية ظهرت الحاجة إلى تنظيمها قانونيا حتى تحمي حقوق المستهلكين وجميع الأطراف المتدخلة في عملية التجارة الالكترونية، فالتجارة الالكترونية بحاجة إلى قانون ينظمها حتى لا تكون إنفلاتا ولا تشكل شريعة غاب يستغل فيها الكبير الصغير والقوي الضعيف.

ومن ثم تظهر أهمية وجود قانون للتجارة الالكترونية، فهو قانون ينظم أعمالها، ويبين أسسها ومفرداتها ويوضح الشروط اللازمة لممارستها، وكل ذلك بغية إضفاء نوع من الحماية للمستهلك وكذا المورد الالكتروني عند إبرامهم عقود التجارة عن بعد، أي أن وجود قانون للتجارة الالكترونية من شأنه توضيح حقوق والتزامات كل طرف من أطراف عقد التجارة الالكترونية وتأمين سلامة هذه العقود المبرمة عن بعد وإضفاء نوع من المصادقية لها ومنحها الحجية الكاملة للإثبات.

أمام ما تقدم سنحاول من خلال هذا الفصل تسليط الضوء على القواعد القانونية التي تنظم مفردات التجارة الالكترونية وتوضح آليات ممارستها. ويتسنى لنا ذلك من خلال تقسيم هذا الفصل إلى **مبحثين اثنين**، بحيث نتطرق في **المبحث الأول** إلى شروط ممارسة التجارة الالكترونية والمراحل التي تمر بها أما **المبحث الثاني** فسنخصصه لآثار ممارسة التجارة الالكترونية.

المبحث الأول :

شروط ممارسة التجارة الالكترونية ومراحلها

ساهم تنظيم المشرع الجزائري للتجارة الالكترونية في وضع نظام قانوني لها كفيل بإرساء جو من الثقة بين المتعاملين بها، مما سيساهم لا محالة في توسيع مجالها عبر الأسواق الافتراضية.

تجدر الإشارة أن قانون التجارة الالكترونية يكون واجب التطبيق في مجال المعاملات التجارية الالكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد

الإلكتروني متمتعاً بالجنسية الجزائرية، أو مقيماً إقامة شرعية في الجزائر، أو شخصاً معنوياً خاضعاً للقانون الجزائري، أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر¹.

تمارس التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق ضوابط قانونية معينة حددها القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. حيث تضمن الباب الثاني من القانون سالف الذكر ممارسات التجارية الإلكترونية وقد حدد الفصل الثاني من هذا الباب شروط ممارسة التجارة الإلكترونية، كما بين ماهي الممارسات المحظورة التعامل بها بواسطة الاتصالات الإلكترونية. كما أن التجارة الإلكترونية تتم عبر مراحل مختلفة، فهي تبدأ بمرحلة التفاوض التي تسبق مرحلة التعاقد الإلكتروني، وتنتهي بمرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني.

وبناء على ما سبق، سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر ضمن **المطلب الأول**، ثم نتطرق إلى مراحل عقود التجارة الإلكترونية ضمن **المطلب الثاني**.

المطلب الأول :

شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

عرفت التجارة الإلكترونية انتشاراً مذهباً بحيث مست معظم جوانب الحياة، مما استلزم تدخل التشريعات على المستوى الوطني والدولي وكذا سن نصوص قانونية تتلاءم مع التطورات السريعة في هذا المجال. وتبعاً لذلك فرض المشرع الجزائري بموجب القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية مجموعة من الشروط لممارسة المورد الإلكتروني لنشاط التجارة الإلكترونية، وذلك بالشكل الذي يحقق الأمان القانوني للأطراف المتعاقدة عبر الإنترنت.

لذلك سنتناول من خلال هذا المطلب الشروط الموضوعية التي فرضها المشرع لممارسة التجارة الإلكترونية (**الفرع الأول**)، وكذا الشروط الشكلية لممارستها (**الفرع الثاني**).

الفرع الأول:

¹ - المادة 02 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 .

الشروط الموضوعية لممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر

استبعدت أغلبية التشريعات تطبيق القواعد الخاصة بالعقود الالكترونية على بعض التصرفات القانونية ونصت على ابرامها في الشكل التقليدي دون الشكل الالكتروني، باعتبار أن هذه الأمور ليست متعلقة بالنشاط التجاري وليس لها علاقة بالمعاملات التجارية الالكترونية، وإنما هي مجرد تصرفات مدنية أو شخصية كالزواج والهبة، أو لكونها تصرفات تتطلب توفر ركن الشكلية من أجل صحتها ومثال ذلك بيع عقار أو رهن سفينة¹. وهو النهج الذي اتبعه المشرع الجزائري في قانون التجارة الالكترونية 05-18، فرغم اعترافه بالمحررات الالكترونية كدليل للإثبات غير أنه لم يحظر ابرام بعض المعاملات بالشكل الالكتروني إلا بصور هذا القانون وذلك بموجب المادتين الثالثة (أولاً) والخامسة (ثانياً) منه .

أولاً: المعاملات المستبعدة من خضوعها للتعامل الالكتروني بموجب المادة الثالثة من قانون التجارة الالكترونية 05-18.

نصت المادة 03 من قانون 05-18 على أنه : " تمارس التجارة الالكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما. غير أنه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية تتعلق بما يأتي:

- لعب القمار والرهان واليانصيب.
 - المشروبات الكحولية والتبغ.
 - المنتجات الصيدلانية.
 - المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.
 - كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.
 - كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.
- تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما".
- يستفاد من هذه المادة أن المشرع الجزائري قد حظر وعلى سبيل الحصر لا المثال بعض المعاملات من ممارستها في إطار التجارة الالكترونية.

¹ - خالد ممدوح ابراهيم، ابرام العقد الالكتروني، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2011، ص 195.

1- حظر لعب القمار والرهان واليانصيب:

إن لعب القمار والرهان ممارسة محظورة في القواعد العامة، باستثناء الرهان الخاص بالمسابقة والرهان الرياضي الجزائري طبقا للمادة 612 من القانون المدني التي جاء فيها "يحظر القمار والرهان. غير أن الأحكام الواردة في الفقرة السابقة لا تطبق على الرهان الخاص بالمسابقة والرهان الرياضي الجزائري".

وقد نص المشرع على حظر لعب القمار والرهان واليانصيب عبر الممارسات الالكترونية وذلك بسبب انتشار فكرة اليانصيب التي أصبحت متداولة عبر الانترنت، وما تثيره من مشاكل كاستغلال هذه الفكرة في عمليات الاحتيال بحجة اليانصيب عن طريق إرسال رسائل بالبريد الإلكتروني للأشخاص، وإيهامهم بالفوز في اليانصيب بمبالغ خيالية تجعل المتلقي يدلي بمعلومات أحيانا دون انتباه¹.

تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد حظر ممارسة الرهان والقمار على إطلاقه في ظل قانون التجارة الالكترونية، وهنا يثور الإشكال حول الاستثناء المنصوص عليه في المادة 612 من القانون المدني الذي رفع الحظر عن لعب القمار والرهان إذا تعلق بالرهان الخاص بالمسابقة والرهان الرياضي الجزائري فهل يسري على أحكام قانون التجارة الالكترونية.

2- حظر التعامل بالمشروبات الكحولية والتبغ:

منع المشرع التجارة الالكترونية الخاصة بالمشروبات الكحولية والتبغ، وذلك بغرض التخفيف من تعاطي المشروبات الكحولية والتبغ التي أدت إلى مخاطر صحية.

كما تجدر الإشارة إلى أن المشرع قد منع الترويج والإشهار للمشروبات الكحولية ومواد التبغ طبقا للمادة 51 و60 من قانون 18-11 المتعلق بالصحة². حيث نصت المادة 51 على أنه "يمنع كل شكل من أشكال الترويج والرعاية والإشهار لفائدة مواد التبغ". أما المادة 60 فتتص على أنه "يمنع الترويج والرعاية والإشهار للمشروبات الكحولية ولكل مادة أخرى معينة ومصنفة مضرّة بالصحة".

3- حظر التعامل بالمنتجات الصيدلانية:

¹ - فريد عباس وسيف الدين رحالي، شروط ممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 18-05، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثامن، جانفي 2020، ص74.

² - القانون 18-11 المؤرخ في 02 يوليو 2018 يتعلق بالصحة، ج ر عدد 46 مؤرخة في 29 يوليو 2018.

منع المشرع التعامل الإلكتروني بشأن المنتجات الصيدلانية بموجب قانون التجارة الإلكترونية، تماشياً مع منعه للإشهار للمواد الصيدلانية والترويج اتجاه المستهلكين طبقاً للمادة 237 في فقرتها السابعة من قانون الصحة 11-18 والتي نصت على أنه "يمنع الإشهار للمواد الصيدلانية والترويج لها تجاه الجمهور بكل الوسائل الإعلامية".

4- حظر التعامل بالمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية:

قام المشرع بحظر التعامل بالمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كعرض منتج ذو علامة تجارية مقلدة لعلامة حقيقية لمنتج أصلي، لأن هذا العرض يعتبر مساساً بالحقوق الاستثنائية المخولة لمالك العلامة الأصلية¹، كما يعد جنحة تقليد طبقاً للمادة 26 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات².

5- حظر التعامل بكل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به:

حيث جاء منع المشرع بموجب هذه الفقرة شاملاً لجميع التعاملات الإلكترونية لأي سلعة أو خدمة محظورة بالنص الصريح للتشريع، ومن ذلك مثلاً منع التعامل بالمخدرات والترويج لها.

6- حظر التعامل بكل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي:

ومثال ذلك رهن سفينة أو تسجيل عقار.. الخ. غير أن بعض الفقه يرى إمكانية إبرام العقود التي تتطلب الرسمية إلكترونياً، خاصة بعد ظهور مهنة جديدة في مجال المعاملات الإلكترونية وهي مهنة الموثق الإلكتروني³.

¹ - فريد عباس ومن معه، المرجع السابق، ص 76.

² - نصت المادة 26 من الأمر 06-03 المؤرخ في 19 يونيو 2003 المتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44 مؤرخ في 23 يوليو 2003، على أنه "مع مراعاة أحكام المادة 20 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة.

يعد التقليد جريمة معاقباً عليها في المواد 27 إلى 33 أدناه".

³ - يعرف الموثق الإلكتروني بأنه وسيط محايد ومستقل وموثوق فيه، وقد يكون هذا الوسيط شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً، وتتركز الوظائف الأساسية للموثق الإلكتروني في إثبات مضمون المستندات والعقود الإلكترونية وتوثيقها". خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 199.

ثانيا: المعاملات المستبعدة من خضوعها للتعامل الالكتروني بموجب المادة الخامسة من قانون التجارة الالكترونية 05-18.

نص المادة الخامسة من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنه: "تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات و/أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي".

يستفاد من المادة سالفه الذكر أن المشرع الجزائري قد حظر التعامل الكترونيا بالمنتجات الحساسة، وكذا المنتجات التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي 410-09 المتعلق بقواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة نجد أن المادة الثانية منه قد حددت المقصود بالمنتجات الحساسة ضمن فقرتها الأولى والتي نصت على أنه "يقصد بـ"التجهيزات الحساسة" في مفهوم هذا المرسوم، كل عتاد يمكن أن يمس استعماله غير المشروع بالأمن الوطني وبالنظام العام"¹.

وتجدر الإشارة هنا، إلى أن المشرع الجزائري قد حدد شروط وكيفيات اقتناء التجهيزات الحساسة وحيازتها واستغلالها واستعمالها والتنازل عنها بموجب قرار وزاري مشترك².

كما تجدر الإشارة إلى أن مخالفة أحكام الحظر المنصوص عليه بموجب المادتين 03 و 05 من قانون التجارة الالكترونية يعرض إلى العقوبات الجزائية التي أوردها المشرع ضمن المادتين 37 و 38 من ذات القانون. وهو ماسنتطرق إليه لاحقا.

الفرع الثاني:

الشروط الشكلية لممارسة التجارة الالكترونية

نص الفصل الثاني من قانون التجارة الالكترونية 05-18 على الشروط الشكلية اللازمة لممارسة التجارة الالكترونية، حيث يتضح من

¹ - المرسوم التنفيذي 410-09 المؤرخ في 10 ديسمبر 2009 يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة، ج ر عدد 73 صادرة في 19 ديسمبر 2009، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي 61-16 المؤرخ في 11 فبراير 2016، ج ر عدد 09 صادرة في 17 فبراير 2016.

² - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 13 أكتوبر 2011، يحدد شروط وكيفيات اقتناء التجهيزات الحساسة وحيازتها واستغلالها واستعمالها والتنازل عنها، ج ر عدد 63 صادرة في 23 نوفمبر 2011.

نص المادتين 108¹ و 209² من هذا القانون أن تلك الشروط الشكلية تتمثل في إجراءات يقوم بها كل من المورد الإلكتروني (أولا) وكذا المركز الوطني للسجل التجاري (ثانيا).

أولا: الإجراءات الواجب القيام بها من قبل المورد الإلكتروني لممارسة التجارة الإلكترونية

ليتمكن المورد الإلكتروني من ممارسة التجارة الإلكترونية، فيتوجب عليه تسجيل النشاط في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية حسب الحالة (01)، مع ضرورة نشر هذا النشاط في موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت (02)، وضرورة ايداع اسم نطاق نشاطه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري (03).

1- تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية:

يعتبر تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية إجراء قانونيا إلزاميا، ويتوجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يرغب في ممارسة هذا النشاط باسمه ولحسابه الخاص بالتصريح تحت مسؤوليته لدى هيئة إدارية رسمية مختصة، تمسك سجلا خاصا بذلك، وتتولى تدوين تصريحاتها تثبتا للحقوق وحماية المصالح³.

أ- شرط تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل تجاري:

يجب على كل تاجر سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا يرغب في ممارسة نشاط التجارة عن طريق الاتصال الإلكتروني أن يسجل هذا

¹- تنص المادة 08 من قانون 05-18 على أنه: "يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة، ونشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الانترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد com.dz .

يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته".

²- تنص المادة 09 من قانون 05-18 على أنه: "تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.

تنتشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني".

³- نور الدين قاستل، السجل التجاري وسجل الصناعات التقليدية والحرف كآلية ضرورية لضبط الأنشطة التجارية والحرفية وتوجيهها، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، الجزائر، المجلد 05، العدد 12، نوفمبر 2018، ص 61.

النشاط في سجل تجاري حتى تكون ممارسته لهذا النشاط مشروعة ونزيهة تمكنه من الاستفادة من الحماية القانونية¹. كما يجب على كل مورد الكتروني في هذا الشأن أن يقوم بحفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري². سنتطرق فيما يلي إلى تعريف سجل المعاملة التجارية الالكترونية، ثم أهميته، وكذا شروط حفظه وإرساله إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

❖ تعريف سجل المعاملة التجارية الالكترونية:

عرف المرسوم التنفيذي 19-89 المحدد لكيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري بأنه "ملف الكتروني يودع فيه المورد الالكتروني عناصر المعاملة التجارية المنجزة الآتية: العقد، الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، كل وصل استلام، أثناء التسليم أو الاستعادة أو الاسترداد، حسب الحالة³.

لقد أصبح التسجيل في السجل التجاري الكترونيا، فبعدما كان المشرع الجزائري يجيز القيام بهذا التسجيل بطريقة الكترونية بموجب المادة 05 مكرر من القانون 13-06 المعدل للقانون 04-408، أصبح القيد بالشكل الالكتروني إلزاميا بموجب المرسوم التنفيذي 18-112 وهو ما يستفاد من نص المادة 07 منه⁵.

❖ أهمية سجل المعاملة التجارية الالكترونية:

¹ - كريمة كريم، استعمال تكنولوجيا المعلوماتية وعملية القيد في السجل التجاري، مجلة معارف، العدد 24، جوان 2008، ص 69.

² - المادة 25 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 سالف الذكر.

³ - المرسوم التنفيذي 19-89 المؤرخ في 05 مارس 2019، ج ر عدد 17 لسنة 2019.

⁴ - تنص المادة 5 مكرر من القانون 13-06 المعدل للقانون 04-08 المؤرخ في 14 غشت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية على مايلي: " يمكن القيد في السجل التجاري بالطريقة الالكترونية.

يمكن إصدار مستخرج السجل التجاري بواسطة إجراء الكتروني يحدد نموذجه عن طريق التنظيم".

⁵ - تنص المادة 07 من المرسوم التنفيذي 18-112 المؤرخ في 05 أفريل 2018 المحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء الكتروني، ج ر عدد 21 ، مؤرخة في 11 أفريل 2018، المعدل والمتمم، على أنه: " على التجار غير الحائزين السجل التجاري المزود بالرمز الالكتروني " س.ت.ا " طلب تعديل مستخرجات سجلاتهم التجارية لدى فروع المركز الوطني للسجل التجاري المختصة إقليميا، بغرض الحصول على الرمز الالكتروني " س.ت.ا " تظل مستخرجات السجل التجاري غير المزودة بالرمز الالكتروني، صالحة لمدة سنة واحدة ابتداء من نشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية".

يعد التسجيل في السجل التجاري مرحلة تمهيدية، أي إجراء أوليا يتوقف على قبوله عملية القيد أو التعديل أو الشطب في السجل التجاري. من أهم الوظائف الكلاسيكية للسجل التجاري أنه يمنح صفة التاجر أساسا للشخص الطبيعي والمعنوي الممارس للعمل التجاري. ويؤدي عدم القيد بالسجل إلى عدم إمكانية الاحتجاج في مواجهة الغير سواء بالنظر لصفة التاجر أو بالنسبة للبيانات غير المقيمة، غير أنه يجوز للغير الذي له مصلحة أن يتمسك من جانبه بالبيانات والوقائع التي لم تقيد، كما يحرم التاجر غير المقيم بالسجل من الاستفادة من حقوق التاجر وبالتالي لا يستفيد من إجراء التسوية الودية ويجبر للخضوع لنظام تصفية الأموال. وبذلك يعد السجل التجاري قرينة قاطعة على إثبات صفة التاجر، ومنه فإن عدمه يؤثر في وجود الصفة القانونية للتاجر ولا يكون أمام ثبوت الصفة الفعلية عليه مما يترتب عليه توقيع الالتزامات عليه وفقا للقانون التجاري دون الاستفادة والتمتع بمزاياه¹.

ويلعب السجل التجاري دورا هاما بالنسبة للشركات، فهو الذي يسمح بإنشاء شخصيتها المعنوية²، وميلادها وتمتعها بالأهلية، كما لا يحتج في مواجهة الغير بالتعديلات التي تطرأ على نظام الشركة إلا بعد القيد بالسجل. يستفاد مما سبق أن القيد في السجل التجاري بالنسبة للشخص المعنوي لا علاقة له بصفة التاجر كون أن هذه الصفة تكتسب باتخاذ أحد الأشكال التجارية طبقا لنص المادة 03 و 544 من القانون التجاري³.

وتكمن أهمية التسجيل في السجل التجاري في دعم الائتمان التجاري، وهذا لا يتم إلا عن طريق التعريف والشهر بالمركز القانوني للتاجر والعناصر المختلفة التي يتألف منها نشاطه التجاري، والتي من شأنها بعث الثقة والاطمئنان في نفوس المتعاملين معه وتسهيل عمله التجاري⁴.

كما يهدف التسجيل إلى الإعلان عن مجموعة من البيانات التي يوجب المشرع على الشخص القائم بالنشاط التجاري نشرها بصفة أولية عند التعبير عن رغبته في حماية النشاط التجاري، أو ما يطرأ عليها من

1 - كريمة كريم، المرجع السابق، ص 70.

2 - تنص المادة 549 من القانون التجاري الجزائري على أنه : " لا تتمتع الشركة بالشخصية المعنوية إلا من تاريخ قيدها في السجل التجاري.

3 - الموسوس عتو ، وظائف السجل التجاري الالكتروني على ضوء أحكام المرسومين التنفيذيين 11-15 و 112-18، مجلة القانون، المجلد 09، العدد 02، 2020، ص 36.

4 - عمور عمورة، الوجيز في شرح القانون التجاري الجزائري، دار المعرفة، الجزائر ، 2000، ص 127.

تغييرات في المستقبل، كما يشمل أيضا الإعلان عن توقف التاجر عن ممارسة نشاطه التجاري¹.

كما يمكن السجل التجاري الالكتروني من ضبط قائمة التجار المستغلين على مستوى الوطن، وكذا التحقق من هويتهم وذلك من خلال شبكة وطنية تضم التجار المسجلين عبر النت والذين لهم رقم السجل التجاري حسب المعايير التي يتم ضبطها، وهي وظيفة تسمح برقمنة ملفات التجار على المستوى الوطني مع تطهير الملفات من أي تسجيل أو رقم وهمي².

❖ شروط تسجيل المعاملة التجارية الالكترونية وحفظ سجلها وإرساله إلى المركز الوطني للسجل التجاري:

✓ شروط الحصول على سجل تجاري الكتروني للشخص المعنوي والطبيعي:

اشتراط المركز الوطني للسجل التجاري إحضار 8 وثائق للحصول على السجل التجاري الخاص بالنشاط التجاري الالكتروني للشخص المعنوي، وهي:

- طلب ممضى ومحرر على استمارة يسلمها المركز الوطني للسجل التجاري.
- إثبات وجود محل مؤهل لاستقبال نشاط تجاري أو سند ملكية أو عقد إيجار أو اختبار الوعاء العقاري الذي يمارس فيه ويحتوي النشاط التجاري كل عقد أو مقرر تخصيص مسلم من طرف هيئة عمومية.
- نسخة من القانون الأساسي المتضمن تأسيس الشركة أو نسخة من النص التأسيسي لشركة إذا كانت المؤسسة عمومية.
- نسخة من القانون الأساسي للشركة في النشرة الرسمية للإعلانات.
- وصل تسديد حقوق الطابع الجبائي.

أما بالنسبة للشخص الطبيعي، فقد منع المشرع من ممارسة النشاط التجاري الأشخاص المحكوم عليهم الذين لم يرد لهم الاعتبار، لارتكابهم الجنايات والجناح في مجال حركة رؤوس الأموال من وإلى الخارج، أو انتاج وتسويق المنتجات المزورة والمغشوشة الموجهة للاستهلاك، التقليل،

¹ - اسعيد تباني، وعبد الحفيظ بقة، ضوابط ممارسة التجارة الالكترونية طبقا للقانون 05-18 ، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد 04، سبتمبر 2020، ص 94.

² - سيف الدين رحالي ، المرجع السابق، ص 77.

الرشوة، التقليد أو المساس بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة والإتجار بالمخدرات¹.

✓ شروط حفظ سجل المعاملة التجارية الالكترونية وإرساله إلى المركز الوطني للسجل التجاري:

اشترط المشرع بموجب المرسوم التنفيذي 19-89 المحدد لكيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وطرق إرسالها² أن يتم تخزين عناصر المعاملة التجارية الالكترونية من قبل المورد الالكتروني بطريقة تمكن من الولوج إليها وقراءتها وفهمها لتمكين الأعوان المؤهلين من فحصها، كما يجب أن يتم حفظها من طرف المورد الالكتروني في شكلها الأصلي أو في شكل قابل للتعديل أو الإتلاف في محتواها.

وبالتالي أوجد المشرع بموجب المرسوم التنفيذي 19-89 سالف الذكر، جملة من الشروط ذات الصلة بالتجارة الالكترونية من شأنها تحقيق حفظ سجلات المعاملة التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، نختصرها فيما يلي³:

الشرط الأول: تخزين عناصر المعاملة التجارية الالكترونية⁴.

يهدف هذا الشرط إلى تمكين أعوان الرقابة التجارية من الرجوع إليها، وذلك بعد تخزينها من المورد الالكتروني في ظروف تسمح بقراءتها وفهمها. ويعمل المركز الوطني للسجل التجاري بتزويد الموردين الالكترونيين بكل المواصفات التقنية التي تسمح لهم بتخزين عناصر معاملاتهم التجارية الالكترونية، والملاحظ أن هذا الواجب الملقى على عاتق المورد الالكتروني أنه غير مقترن بأجل محدد⁵.

¹ - المادة 02 من القانون 06-13 المعدل والمتمم للقانون 08-04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

² - المرسوم التنفيذي 19-89 المؤرخ في 05 مارس 2019 المحدد لكيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وطرق إرسالها، ج ر عدد 17 لسنة 2019.

³ - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 25.

⁴ - المادة 01 من المرسوم التنفيذي 19-89 سالف الذكر.

⁵ - حدد المشرع جزاء للإخلال بأحكام حفظ سجل المعاملة الالكترونية يتمثل في نص المادة 07 من المرسوم التنفيذي 19-89 سالف الذكر التي جاء فيها أن كل إخلال بأحكام هذا المرسوم يعرض صاحبه للعقوبات المنصوص عليها في المادة 41 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، التي تعاقب كل مورد الكتروني يخالف أحكام المادة 25 من نفس القانون التي توجب

الشرط الثاني: حفظ عناصر المعاملة التجارية الالكترونية في شكلها الأصلي¹.

يلتزم المورد الالكتروني بحفظ عناصر المعاملة التجارية في شكلها الأصلي وفي شكل غير قابل للتعديل أو إتلاف محتواها، وهو ما يهدف إلى السماح بالتحقق من المركز المالي للمورد الالكتروني في حال نزاع قضائي.

الشرط الثالث: تزويد المركز الوطني للسجل التجاري بعناصر المعاملات².

يلتزم المورد الالكتروني باستخراج جملة المعلومات المتعلقة بكل معاملة تجارية الكترونية أقدم عليها، وتزويد المركز الوطني للسجل التجاري بها.

الشرط الرابع: التقيد بأجل إرسال المعلومات للمركز الوطني للسجل التجاري.

يلتزم المورد الالكتروني بتزويد المركز الوطني للسجل التجاري بعناصر المعاملة التجارية الالكترونية في أجل محدد قبل تاريخ العشرين من كل شهر بالنسبة للمعاملات التجارية التي أجراها خلال الشهر السابق، ويتم وضع هذه المواصفات التقنية تحت المورد الالكتروني من قبل المركز³.

يضع المركز منصة الكترونية مخصصة لحفظ المعلومات المرسلّة من قبل الموردين الالكترونيين، ويتم تسليم رمز الولوج إلى المنصة الالكترونية للمورد الالكتروني من طرف المركز، بعد إيداع اسم النطاق⁴. كما يتم ربط المركز بالمديرية العامة للضرائب التي يمكنها الولوج عن طريق الاتصالات الالكترونية للمعلومات المذكورة عند استلامها⁵.

ب- شرط تسجيل نشاط التجارة الالكترونية في سجل الصناعات التقليدية والحرفية:

على كل مورد الكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

1 - المادة 02 من المرسوم التنفيذي 19- 89 سالف الذكر.

2 - المادة 03 من المرسوم التنفيذي 19- 89 سالف الذكر.

3 - المادة 04 من المرسوم التنفيذي 19- 89 سالف الذكر.

4 - المادة 05 من المرسوم التنفيذي 19- 89 سالف الذكر.

5 - المادة 06 من المرسوم التنفيذي 19- 89 سالف الذكر.

يجب على كل حرفي سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا يرغب في ممارسة نشاط التجارة الالكترونية أن يقوم بتسجيل هذا النشاط في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حتى تكون ممارسته للتجارة الالكترونية مشروعة ونزيهة.

غير أن ما يعاب على المشرع الجزائري أنه لم يحدد الجزاء المترتب في حالة ما إذا مارس حرفي نشاط التجارة الالكترونية من دون التسجيل المسبق في سجل الصناعات التقليدية والحرفية¹.

2- نشر نشاط التجارة الالكترونية في موقع الكتروني أو في صفحة الكترونية:

من أهم الشروط الشكلية التي فرضها المشرع لممارسة التجارة الالكترونية هو ضرورة نشر هذا النشاط في موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد com.dz، مع اشتراط توفر هذا الموقع على وسائل تسمح بالتأكد من صحته².

بمعنى أن المشرع الجزائري يشترط بأن يكون للمورد الالكتروني "اسم نطاق" خاص به، إذ يعتبر هذا الأخير بوابة الوصول إلى المواقع الإلكترونية التجارية التي تعد من مرتكزات سياسة الشركات التجارية فيما يتعلق بالمنافسة وإبرام الصفقات عبر شبكة الانترنت، مما أكسبه قيمة تجارية ومادية ومستقلة³، كما أن تأسيس موقع تجاري الكتروني على الانترنت يمر عبر مجموعة من الخطوات، لذلك فمن المهم فيما يلي تحديد خطوات تأسيس موقع تجاري الكتروني على الانترنت⁴، لأن شبكة الانترنت تضم ملايين المواقع التجارية مما يجعل تأسيس وإطلاق موقع تجاري الكتروني عملا يحتاج لعناية تامة وتخطيط مفصل ومدرّس، لأن إطلاق الموقع التجاري الرقمي في ظل المحيط الضخم من المواقع يختلف تماما عن افتتاح متجر في سوق تقليدية محدودة، لذلك فإن خبراء التسويق والأعمال قد وضعوا عشرة خطوات لبناء موقع العمل التجاري الالكتروني الناجح والمربح.

✓ الخطوة الأولى: التخطيط للأعمال على الانترنت

يتم التخطيط للأعمال على الانترنت في تقرير المطلوب من الموقع التجاري على الانترنت، وتحديد الأهدا المطلوبة منه حتى يغطي

1 - فريد عباس ومن معه، المرجع السابق، ص 82.

2 - المادة 08 من القانون 18-05 سالف الذكر.

3 - فريد عباس ومن معه، المرجع السابق، ص 82.

4 - منير نوري، التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص.ص 287-290.

الاحتياجات ويعكس المعلومات المطلوب إظهارها للزبائن لضمان تطوير كفاءة العمليات وتحصيل العوائد.

✓ الخطوة الثانية: تحديد سقف أولي لعدد الزبائن المتوقعين

للموقع مع رصد منطقة سوق جغرافية لتلبية احتياجاتهم. حيث أن العمليات التجارية الالكترونية هي دولية وتحتاج لإعداد آليات وتسهيلات لخدمة الزبائن العالميين والتفاهم معهم، وعليه فإن المعلومات المجموعة عن الزبون يجب وصفها بحيث تقدم تلقائياً العمليات التجارية اللازمة للبيع على الخط مثل الحاجة إلى وضع أكثر من لغة على الموقع أو وضع مواقع مختلفة للدول والتحري عن التفاصيل الضريبية والجمركية عند إرسال السلع للزبائن...

✓ الخطوة الثالثة: وضع ميزانية تكاليف الموقع.

لابد من وضع ميزانية تكاليف خادِم معلومات الموقع وتكاليف التسويق بالإضافة للصيانة والإدارة ومصاريف مصادر المعلومات والمواد والأقساط الشهرية وغيره.

✓ الخطوة الرابعة: ضرورة إشراك جميع إدارات العمل في

الشركة في المساهمة في استراتيجية الموقع التجارية.

إن الهدف من ذلك أن يعكس الموقع تصوراً متكاملًا وناضجاً للعمل يغطي كل مناطق العمل التجاري. وهذا يجعل الموقع الالكتروني يفوز بمبادرات المشاريع المتنوعة بدلاً من أن يكون عمل إدارة واحدة هي إدارة المعلومات فالعمل الالكتروني يعني تحول أو إنشاء المؤسسة على أسس العمل الالكتروني الشامل، وهو ما يستدعي أن تفكر المؤسسة جميعها بأسلوب الالكتروني.

✓ الخطوة الخامسة: الحدود التقنية للمتصفحين

حيث يتم التنبيه إلى الحدود التقنية للمتصفحين لأنهم كأى متصفح يستعملون الإمكانيات الفنية للمواقع لأن تطور الكمبيوتر الشخصي يجبر جميع المستخدمين تركيب آخر الابتكارات لأجهزتهم والتي غالباً تكون مزودة بمجموعة من الوسائط المتعددة التي تؤمن عرض الصوت والصور والفيديو.

✓ الخطوة السادسة : تحديد قائمة محتويات الموقع.

تهدف هذه الخطوة إلى وضع قائمة محتويات الموقع ومراعاة علاقتها بالمتصفحين المطلوبين كمرحلة مبدئية ثم وضع محتويات لاحقة يتم إنزالها مع الوقت إلى الموقع مع تزايد العمليات عليه وهذه المحتويات يجب أن تتعلق باهتمامات الزبائن ويتم تعديلها بشكل مستمر.

✓ الخطوة السابعة: اختيار اسم مختصر للموقع.

يرى خبراء التسويق أنه كلما كان اسم الموقع صغيرا ورمزيا ومعبرا كلما كان أفضل للتداول والتصفح لأن ذلك يقلل احتمالات الخطأ في إدخال الاسم ويسهل تذكره.

✓ الخطوة الثامنة: التأكد من فعالية صلات البريد الالكتروني للموقع.

✓ الخطوة التاسعة: المرحلة التنفيذية للعمل التجاري الالكتروني. وتكون من خلال اختيار شركة تصميم المواقع الملائمة التي يمكن أن تقدم خدمات منتظمة للموقع كما أنه يمكن تصميم الموقع ذاتيا إذا لم تتوافر الموارد الكافية.

✓ الخطوة العاشرة: تسويق الموقع.

تركز هذه الخطوة على تسويق الموقع وضمان تطويره الدائم، بوضع تساؤلات حرجة عن كيفية الوصول لعدد معين للمتصفحين للموقع خصوصا إذا كان المطلوب اجتذاب فئة معينة من منطقة ما أو مهنة محددة.

3- ضرورة ايداع المورد الالكتروني اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري:

يعتبر ايداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري شرطا ضروريا لكي يتمكن المورد الالكتروني من ممارسة التجارة الالكترونية.

أ- تعريف اسم النطاق:

لقد عرف المشرع الجزائري اسم النطاق بموجب المادة 06 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية في فقرتها الأخيرة ، حيث جاء فيها أن اسم النطاق عبارة عن سلسلة أحرف و/أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني.

ب- الجهة المختصة بتسجيل اسم النطاق:

تجدر الإشارة إلى أن الهيئة المختصة بتسجيل أسماء النطاق على المستوى الوطني في الجزائر هي مركز أسماء النطاقات الجزائري، وهو مصلحة تابعة لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، بحيث تمنح الهيئة الحماية لاسم النطاق طبقا لمبدأ الأسبقية في التسجيل، أي لمن بادر وسبق غيره في التسجيل¹.

ج- حالات تعليق تسجيل اسم النطاق:

¹ - فريد عباس، ومن معه، المرجع السابق، ص 83.

- قد يتم تعليق تسجيل اسم النطاق كعقوبة من طرف الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة، في حالتين:

الحالة 01: يتم التعليق الفوري لتسجيل اسم النطاق لأي شخص يقترح سلع أو خدمات عن طريق الاتصال الإلكتروني من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، وهذا التعليق يبقى ساري المفعول إلى غاية تسوية الوضعية¹.

الحالة 02: يتم تعليق تسجيل اسم نطاق المورد الإلكتروني تحفظيا، عندما يرتكب أثناء ممارسة نشاطه لمخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل وفق ما جاء في قانون الممارسات التجارية، وهنا لا يمكن أن تتجاوز مدة التعليق 30 يوما².

- كما قد يأمر القاضي بغلق اسم النطاق كعقوبة إضافية للغرامة المالية عند مخالفة أحكام المادتين 03 و 05 من قانون التجارة الإلكترونية³.

ثانيا: الإجراءات الواجب القيام بها من قبل المركز الوطني للسجل الإلكتروني لممارسة التجارة الإلكترونية

بعد التأكد من استيفاء الشروط الموضوعية والشكلية المطلوبة لممارسة المورد الإلكتروني للتجارة الإلكترونية، يقوم المركز الوطني للسجل التجاري بإدخال هذا المورد ضمن بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

تعد البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين من أحد مظاهر تجسيد الإدارة الإلكترونية في الجزائر، لذلك يجب تحديد مفهومها وكذا وظائفها.

1- مفهوم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين :

تم إنشاء البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين استجابة لما فرضته الفقرة الأولى من المادة 09 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 سالف الذكر، وذلك بهدف إضفاء الطابع الشرعي لنشاط التجارة الإلكترونية. وقد أوجب المشرع الجزائري نشر هذه البطاقة عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني⁴.

1 - المادة 42 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 سالف الذكر.

2 - المادة 43 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 سالف الذكر.

3 - المادتين 37 و 38 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 سالف الذكر.

4- الفقرة 03 من المادة 09 من القانون 05-18 سالف الذكر.

من الملاحظ أن المشرع الجزائري لم يعط تعريفا واضحا ودقيقا للبطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين، غير أنه وبتحليل المادة 09 سالفه الذكر يستفاد أنه يقصد بتلك البطاقة الوطنية أنها " وثيقة مرجعية مفصلة تضم مجموعة من المعلومات والبيانات عن الموردين الإلكترونيين المتواجدين عبر التراب الوطني الذين استوفوا الشروط القانونية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، ينشئها المركز الوطني للسجل التجاري ويتولى نشرها لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني"¹.

ولعل اشتراط المشرع بموجب المادة 09 سالفه الذكر إلزامية نشر هذه البطاقة الغرض منه ليس جعلها فقط في متناول المستهلك الإلكتروني وإنما إعلام الجميع بمحتواها، إلا أن المشرع قد أفرد المادة 09 فقط من أجل النص على وجوب إنشاء البطاقة الوطنية، والنص كذلك على أن الإدراج في هذه البطاقة يخص جميع المسجلين سواء في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية دون استثناء، أي أن العبرة بالتسجيل. وفي هذا الصدد يجب الإشارة إلى ضرورة التنسيق بين مصالح السجل التجاري وإدارة الضرائب من أجل إضفاء فعالية أكثر على هذه البطاقة وهذا من خلال الإشارة إلى طبيعة نشاط كل مورد ضمن البطاقة وكذا تحديد وضعية نشاط كل مورد الكتروني، من خلال إدراج ملاحظات تخص الموردين المتوقفين مؤقتا عن النشاط، وهي الوضعية التي لا يمكن الوقوف عليها إلا من خلال التنسيق مع إدارة الضرائب التي يصرح لديها المورد الإلكتروني في حالة توقفه وانقطاعه المؤقت عن النشاط².

2- وظائف البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين :

تقوم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين بوظائف مهمة لحماية المستهلك الإلكتروني وضبط وتنظيم السوق الافتراضية والمنافسة التجارية الإلكترونية.

أ- دور البطاقة الإلكترونية في حماية المستهلك الإلكتروني:

يشكل إنشاء البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين حماية للمستهلك الإلكتروني، من خلال نشرها عبر قاعدة البيانات المخصصة لها والمواجدة عبر بوابة المركز الوطني للسجل التجاري، تكون في متناول المستهلك

1- فريد عباس، ومن معه، المرجع السابق، ص 83.

2- فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 27.

الالكتروني، وهو ما يحقق مبدأ الشفافية في التعاملات التجارية الالكترونية¹.

وبهذه الصورة يتمكن المستهلك الذي يرغب في أن يتعاقد الكترونيا من الاطلاع على المعلومات والبيانات الخاصة بالموردين قبل إبرام عقده الالكتروني، وإن كان الشخص الذي يقوم بتسويق أو بتوفير السلع والخدمات، مسجل في البطاقة، تكون ممارسته مشروعة ويكون المستهلك محميا قانونا.

ب- دور البطاقة الالكترونية في حماية المستهلك الالكتروني:

يعتبر كل شخص مستوفي للشروط المطلوبة، ويقوم بنشاطه بشكل مشروع محمي قانونا، وكذلك يصبح محلا للاستثمارات الداعمة طبقا للمادة 04 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية. كما أن كل مورد الكتروني منظم بالبطاقة الوطنية يكون قد حمى هويته التجارية على الخط، وجعل تعاملاته التجارية الالكترونية مؤمنة.

ج- دور البطاقة الالكترونية في ضبط السوق الافتراضية:

تساهم البطاقة الوطنية للموردين الالكترونيين في إعطاء صورة كاملة عن تعداد الموردين الالكترونيين الموجودين عبر التراب الوطني الجزائري. وهو ما يضيف جوا من الأمان والثقة بين المتعاملين².

المطلب الثاني :

مراحل ممارسة التجارة الالكترونية

يثير موضوع ممارسة التجارة الالكترونية إلى طرح موضوع التعاقد الالكتروني عبر الانترنت. حيث ساهم ظهور الانترنت في ظهور نوع جديد من العقود تبرم في عالم افتراضي عبر تقنيات الاتصال الحديثة ألا وهي "العقود الالكترونية"³. وقد اكتسب عقد التجارة الالكترونية الصفة الالكترونية من جراء استخدام وسيلة اتصال الكترونية والتي تسمح بتلاقي

1 - فريد عباس، ومن معه، المرجع السابق، ص 83.

2 - نفس المرجع، ص 88.

3 - نص المشرع الجزائري على تعريف العقد الالكتروني من خلال نص المادة 02/06 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية بأنه "...يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الالكتروني". ويتفاد من خلال المادة سالفه الذكر أن المشرع الجزائري قد اعتبر العقد الالكتروني كغيره من العقود التقليدية تسري عليه الأحكام القانونية المنظمة لهذه الأخيرة وأنه لا يتميز عنها إلا من حيث وسيلة إبرامه والتي تكون وسيلة الكترونية.

الإيجاب والقبول من خلال التفاعل الذي يقرب بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني بصفة افتراضية ويجعلهما على اتصال مباشر.

وقد نظم المشرع الجزائري بموجب الباب الثاني من القانون رقم 18-05 مراحل المعاملة التجارية الإلكترونية وذلك من خلال الفصلين الثالث المعنون بالمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني والمتعلقة أساسا بالتزام المورد الإلكتروني بتقديم عرض تجاري إلكتروني، ثم توثيق المعاملة التجارية بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، والفصل السابع الذي تطرق فيه إلى الإشهار الإلكتروني.

وعليه سنتطرق إلى المراحل الثلاثة لعقد التجارة الإلكترونية، وهي مرحلة التفاوض الإلكتروني (الفرع الأول) ومرحلة التعاقد الإلكتروني (الفرع الثاني)، وأخيرا مرحلة تنفيذ التعاقد الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الأول:

مرحلة التفاوض الإلكتروني

يقصد بمرحلة التفاوض الإلكتروني المرحلة السابقة للتعاقد التي يتم من خلالها المساومات والأخذ والرد بين الأطراف المتفاوضة، حيث يسعى كل طرف لإقناع الآخر بما يريد وبالدخول في التعاقد، وهي تتضمن عروضاً واتفاقات متلاحقة يتم اعتمادها من المتفاوضين، وهي عروض ليست باتة ولكنها تمهد لإيجاب بات على اعتبار أن التفاوض على العقد بمثابة مقدمة للإيجاب¹.

سنتطرق من خلال هذا الفرع إلى مسألة مفهوم مرحلة التفاوض (أولا) ثم نبين التزامات الأطراف خلال هذه المرحلة (ثانيا).

أولا: مفهوم مرحلة التفاوض الإلكتروني

يمر عقد التجارة الإلكترونية قبل انعقاده بفترة أولية وهي فترة التفاوض أو فترة ما قبل التعاقد والتي يكون العقد خلالها في طور التكوين، وتبدأ هذه الفترة من اللحظة التي يعلن فيها أحد طرفي العقد عن رغبته في التعاقد إلى الطرف الآخر. وعليه سنتطرق لتعريف مرحلة التفاوض (01) ثم بيان أهميتها (02).

1- تعريف مرحلة التفاوض:

¹ - فاطمة الزهراء تبوب، المرجع السابق، ص 32.

وقد عرف بعض الفقهاء مرحلة التفاوض بصفة عامة بأنها المرحلة التمهيدية التي يتم من خلالها دراسة ومناقشة شروط العقد¹. كما عرفه البعض² بأنه " حوار مباشر بين الطرفين المتنازعين، سعياً لحل الخلاف، دون تدخل طرف ثالث بينهما، أي أنه وسيلة من وسائل تسوية المنازعات تقوم على تبادل وجهات النظر بين الأطراف المتنازعة".

يعرف بعض الفقهاء التفاوض الإلكتروني بأنه تبادل الاقتراحات والمساومات والمكاتبات والتقارير والدراسات الفنية وأحياناً الاستشارات القانونية التي يتبادلها أطراف التفاوض على وسائل الكترونية، ليكون كل منهم على بينة بأفضل الأشكال القانونية التي تحقق مصلحة الأطراف، وللتعرف على مايسفر عنه الاتفاق من حقوق والتزامات لطرفيه³.

وقد عرف التفاوض أيضاً بأنه " عقد بمقتضاه يناقش شخصان أو أكثر شروط عقد لم يبرم بعد أو يتوقع إبرامه مستقبلاً من دون إلزام عليهم ذلك"⁴.

كما عرف التفاوض بأنه "مجموعة من العمليات التمهيدية تتمثل في المباحثات والمساوي والمشاورات وتبادل وجهات النظر بهدف التوصل إلى اتفاق"⁵.

كما عرفت محكمة التحكيم التابعة لغرفة التجارة الدولية التفاوض في أحد أحكامها بأنه "عقد بمقتضاه يتعهد طرفاه بالتفاوض أو بمتابعته من أجل التوصل إلى إبرام عقد معين لم يتحدد موضوعه إلا بشكل جزئي لا يكلف في جميع الأحوال لانعقاده"⁶.

2- أهمية مرحلة التفاوض:

لا تعتبر مرحلة التفاوض من الناحية القانونية مرحلة إلزامية في ظل التصور التقليدي للعقد باعتباره ينعقد بمجرد صدور إيجاب يعقبه قبول مطابق، وبالتالي يختلف مضمون الفترة قبل التعاقد باختلاف نوع العقد

¹ - فراح مناني، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2009، ص 35.

² - عبد الله عبد الكريم عبد الله، عقود نقل التكنولوجيا، دراسة قانونية مقارنة في إطار القانون الدولي الخاص، منشورات صادر الحقوقية، بيروت، 2007، ص 99.

³ - سامي عبد الباقي أبو صالح، التحكيم التجاري الإلكتروني دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، 2004، ص 22.

⁴ - Bertrand Fages, obligations et contrats spéciaux, RTD, civ, n°4, 2012, p72.

⁵ - George Cornub, vocabulaire juridique, PUF, 1996, p535.

⁶ - أحمد عبد الكريم سلامة، قانون العقد الدولي (مفاوضات العقود الدولية)، قانون الإرادة وأزمته، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 97.

الذي يتم إبرامه، فإذا كان العقد يتم دون تفاوض فإنه يمر بمرحلة التعاقد مباشرة، أما إذا كان يسبق العقد تفاوض فيمر أولاً بمرحلة التفاوض على العقد ثم تليها مرحلة إبرام العقد مع العلم بإمكانية انعقاد العقد دون المرور بمرحلة التفاوض¹.

غير أنه ورغم عدم إلزامية مرحلة التفاوض فإنها تبقى مهمة، كونها تمكن من وضع العقد الإلكتروني في صياغة قانونية صحيحة خاصة به، حيث أن وضع ترتيب قانوني لعقد معين يتطلب دراسة دقيقة للشروط التي ستحكم مجريات تنفيذها، وهذه الصياغات لا يمكن أن تأخذ شكلها النهائي إلا بعد مرورها بمفاوضات من شأنها إبراز جميع عناصر العقد، وهذه الصياغة مهمة جداً في العقود الإلكترونية خاصة عندما تكون هذه العقود مركبة يساهم في تنفيذها أطراف متعددة من دول متعددة².

كما تساهم مرحلة التفاوض في العقود الإلكترونية في تفسير العقد عند غموضه، إذ تعد دليلاً في تفسير إرادة المتعاقدين.

كما تعمل المفاوضات على تحديد حقوق والتزامات الأطراف المتعاقدة، فالدخول في أي التزام تعاقدي بشكل نهائي يتطلب تقديراً مسبقاً من الأطراف المتعاقدة للالتزامات التي يتحملها كل طرف، وكذلك الأمر بالنسبة للحقوق التي يرغب الأطراف الحصول عليها من خلال هذا التعاقد³.

ثانياً: إلتزامات الأطراف في مرحلة التفاوض الإلكتروني

ينشأ عن مرحلة التفاوض التزامات في ذمتي طرفي المتفاوضين، وهناك التزامات أساسية تتعلق بالدخول في مرحلة التفاوض (01) والالتزامات أخرى تنشأ عند الدخول في مرحلة التفاوض (02).

1- الإلتزامات الأساسية في مرحلة التفاوض الإلكتروني:

ينشأ عن عقد التفاوض التزام أساسي وهو الإلتزام بالدخول في مرحلة التفاوض (أ)، والإلتزام بحسن نية في التفاوض (ب).

أ- الإلتزام بالدخول في مرحلة التفاوض:

إن الإلتزام بالدخول في التفاوض قد يقع على عاتق الطرفين معاً، بحيث يلزم كل منهما بالتواجد في الموعد المحدد لبدء المفاوضات، كما قد يقع على عاتق أحد الطرفين، فيكون المدين ملتزماً بتوجيه الدعوة بالتفاوض إلى

1 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 46.

2 - أحمد خالد العجلوني، التعاقد عن طريق الانترنت، ط1، الدار العلمية الدولية، 2002، ص 99.

3 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 47.

الطرف الآخر وتقديم الاقتراحات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه أو عرض الدراسة التي على أساسها يقوم التفاوض¹.

إذا كان كل طرف ملتزماً بالدخول في المفاوضات فإن التزامه أثناء التفاوض يعد التزاماً ببذل عناية، إذ يجب على كل طرف بذل العناية المطلوبة لإنجاح المفاوضات أو إفشالها فإنه يعد مخالفاً لالتزامه ببذل العناية الذي يفرض عليه أن يتبع سلوك الرجل العادي، والذي يتفق مع مقتضيات حسن النية في تنفيذ الالتزامات².

ب- الالتزام بحسن النية في التفاوض:

يقصد بمبدأ حسن النية في التفاوض أن تكون المفاوضات ساحة للأمان والشرف والنزاهة والصدق والتعاون لا ساحة للأكاذيب والدسائس والحيل والخداع والمراوغة³، وهو التزام إرادي يفرضه اتفاق الطرفين وليس التزاماً قانونياً مباشراً.

وقد أقر التوجيه الأوروبي صراحةً بوجوب مراعاة مبدأ حسن النية بين طرفي العلاقة أثناء مرحلة التفاوض على شروط العقد وضرورة مراعاة اختلاف المركز التفاوضي لكليهما عند تقدير تعسفية الشروط التعاقدية. ويتخذ حسن النية في تنفيذ هذا الالتزام الناشئ عن التفاوض مظهرًا يقتضي من طرفيه، أو أطرافه ليس فقط الامتناع عما يمكن وصفه بسوء النية، بل يتطلب بالإضافة لذلك تدخلاً إيجابياً وبذل ما في الوسع بقصد إنجاح المفاوضات، وذلك من خلال التقدم بالمقترحات الجادة والتعاون وبذل الجهد في سبيل إزالة ما يعوق سير المفاوضات دون تسرع في العدول عن المفاوضات⁴.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد قصر مبدأ حسن النية على مرحلة تنفيذ العقد فقط، وهو ما قرره المادة 107 من القانون المدني الجزائري، وهو نفس موقف المشرع المصري وكذا الفرنسي، في حين توجد بعض التشريعات تقرر مراعاة مبدأ حسن النية سواء في مرحلة تكوين العقد أو تنفيذه، كالقانون الألماني والإيطالي والهولندي⁵.

1 - عبد العزيز المرسى حمود، الجوانب القانونية لمرحلة التفاوض والطابع التعاقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص70.

2 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 53.

3 - هبة ثامر محمود عبد الله، عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية.

4 - محمد حسن قاسم، مراحل التفاوض في عقود الميكنة المعلوماتية، دراسة مقارنة، ار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2002، ص 203.

5 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 54.

تجدر الإشارة إلى أن الالتزام بالتفاوض بحسن نية لا يعني التزام المتفاوض بإبرام العقد النهائي، فالمتفاوض يبقى متمتعاً بكامل حريته في التعاقد من عدمه، بحيث يكون له الانسحاب من المفاوضات والامتناع عن إبرام العقد بشرط أن يتم ذلك الانسحاب في إطار حسن النية. وبالنسبة لطبيعة هذا الالتزام فيمكن القول أنه التزام بتحقيق نتيجة وليس التزام ببذل عناية، بحيث يجب على كل طرف أن يلتزم بمقتضاه بحسن النية الواجب الالتزام بها في التفاوض، وذلك باتباع المسلك المألوف والمعتاد بعيداً عن الغش والخداع والمناورات التفاوضية¹.

2- الالتزامات القانونية الناشئة خلال مرحلة التفاوض الإلكتروني:

إلى جانب الالتزامات الأساسية المشار إليها للشروع في التفاوض، فرض المشرع التزامات قانونية أثناء المرحلة السابقة على التعاقد والتي يلتزم بها التاجر أو المورد الإلكتروني تجاه المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في عقود التجارة الإلكترونية، إضافة لنوع من التوازن العقدي وحتى يقدم المستهلك الإلكتروني إلى التعاقد باقتناء السلعة أو الخدمة المعروضة إلكترونياً بناء على إرادة حرة ومستتيرة. وتتمثل هذه الالتزامات في التزام المورد الإلكتروني بالإشهار الإلكتروني الصادق (أ) وكذا إلتزامه بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد (ب).

أ- التزام المورد الإلكتروني بالإشهار الإلكتروني الصادق:

• مفهوم الإشهار الإلكتروني الصادق:

قد يعمل المهني على الترويج لسلعه ومنتجاته بالإشهار الإلكتروني، وقد عرف المشرع الجزائري الإشهار الإلكتروني بموجب المادة 06 من القانون 05-18 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث نصت على أن: "... الإشهار الإلكتروني هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.."².

ويمكن القول بأن الإشهار الإلكتروني هو أي إعلان بواسطة أية وسيلة إلكترونية، يهدف إلى الترويج لسلعة أو خدمة معينة. ومنه فإن كل إعلانات الويب تدخل في هذا المفهوم، وكذا إعلانات محركات البحث في الانترنت وإعلانات البريد الإلكتروني، وكل الرسائل القصيرة على الهاتف الذكي،

¹ - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 53.

² - ج ر عدد 28 مؤرخة في 16 مايو 2018.

وكذا الإعلانات على اللوحات الإلكترونية في الشوارع و الساحات تدخل في هذا المفهوم¹.

ويكون الإشهار الإلكتروني صادقا إذا لم يكن كاذبا أو مضللا²، ولا يختلف مفهوم الكذب والتضليل في الإشهار التجاري الإلكتروني عن مفهومه في الإشهار التجاري التقليدي إلا من حيث الوسيلة المستخدمة، فمع تطور الوسائط والوسائل التي تروج للإشهار، فإنه كان لزاما وضع تصور جديد لمفهوم الإشهار الكاذب والمضلل عبر الوسائط الإلكترونية وذلك بتوسيع مفهوم الإشهار الورقي ليشمل الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل حتى لا يخرج عن دائرة الحظر والتجريم المفترضة³.

فبالنسبة للإشهار التقليدي نجد أن المشرع الجزائري قد اشترط في المعلن أن يتحرى الصدق والأمانة وأن يجتنب خداعه، وهو ما يستفاد من نص المادة 56 من المرسوم التنفيذي 13-378 المحدد للشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁴، والتي جاء فيها: "تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب..". وكذا المادة 60 من ذات المرسوم و التي نصت على أنه: "يمنع .. وكل أسلوب للإشهار أو العرض أو الوسم أو البيع من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك ..".

كما نص المشرع من خلال المادة 36 من المرسوم التنفيذي 13-378 سالف الذكر على ضرورة أن تكون المعلومات المتعلقة بهذه الأخيرة صحيحة دقيقة وألا توصف بشكل مضلل أو كاذب أو من المحتمل أن يثير الإشهار انطبعا خاطئا يؤدي إلى تغليب المستهلك.

1- صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل، مجلة آفاق للعلوم، العدد السابع عشر، سبتمبر 2019، ص 102 .

2- نص المشرع الجزائري من خلال المادة 28 من القانون 04-02 المطبق على القواعد المنظمة للممارسات التجارية والمؤرخ في 23 يونيو 2004 على أنه: "...يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوع، كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو بوفرته أو بميزاته.

2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطاته.

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الإقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".

3- عبد الحفيظ بوقندورة، ضوابط تجريم الإشهار الكاذب في سوق الإعلانات التجارية، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 24 ، جوان 2018، ص 169 .

4- المرسوم التنفيذي 13-378 المؤرخ في 09-11-2013 يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، ج ر عدد 58 لسنة 2013 .

أما بالنسبة للإشهار الإلكتروني، فقد حددت المادة 30 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الشروط الواجب توافرها في كل إشهار إلكتروني، حيث نصت الفقرة الأخيرة من ذات المادة على ضرورة التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفائها للاستفادة من العرض التجاري هي ليست مضللة ولا غامضة وهو ما سنبينه فيما سيأتي.

• شروط الإشهار الإلكتروني:

تعتبر الرسالة الإشهارية المضمون أو الشكل للإشهار، وتحتوي على بيانات عن السلعة أو الخدمة، كما تتضمن معلومات عن السعر وأماكن التوزيع ؛ لذلك فإن الضوابط والقواعد المتعلقة بالرسالة الإشهارية تختلف باختلاف الوسيلة المستعملة للإشهار سمعية أو بصرية أو سمعية بصرية¹، غير أنها تتفق على ضرورة أن يكون الإشهار مستوفيا للشروط القانونية وألا يتضمن غشا ولا خداعا كأن يكون كاذبا أو مضللا.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد أوجب أن يتوافر الإشهار الإلكتروني بعض الشروط، حيث نصت المادة 30 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه : " دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بهما في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الإتصالات الإلكترونية يجب أن يلبي المقتضيات التالية :

- أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية .
- أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه.
- ألا تمس بالآداب العامة و النظام العام.
- أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا ، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا .
- التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفائها للاستفادة من العرض التجاري ، ليست مضللة ولا غامضة " .
- كما اشترط المشرع الموافقة المسبقة للشخص الطبيعي لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الإتصالات الإلكترونية، وهو ما أفادت به المادة 31 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- كما يقع على المورد الإلكتروني عبء إثبات أن إرسال الإشهارات الإلكترونية قد تم بناء على الموافقة المسبقة والحررة من الشخص الطبيعي

¹ - منية شوايدية، ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقا للمرسوم التنفيذي 13-378 ، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد الثاني عشر، جوان 2015 ، ص 151 .

في ظل احترام الشروط التي أملتها المادة 30 من القانون 05-18 سالف الذكر¹.

ب- التزام المورد الإلكتروني بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد:

ألزم معظم التشريعات المورد الإلكتروني بالإعلام الإلكتروني قبل إبرام العقد حماية للمستهلك الذي عد الطرف الضعيف في عقود التجارة الإلكترونية.

وقد نظم المشرع الالتزام بالإعلام الإلكتروني في الفصل الثالث من قانون التجارة الإلكترونية الذي خصصه المشرع لمتطلبات المعاملة التجارية الإلكترونية، وذلك من خلال المواد 10 ، 11 ، 12 و 13، بحيث يتضمن هذا الالتزام وجوب تقديم المورد معلومات للمستهلك قبل إبرام العقد، ويعد سكوت المورد عن أخذ هذه المعلومات أو عدم تقديمها كاملة إخلالا من جانبه مما يرتب مسؤوليته.

ويتضح من مضمون المواد مجتمعة من قانون التجارة الإلكترونية أن مضمون الالتزام بالإعلام الإلكتروني يتحقق من خلال المعلومات التي يجب أن يقدمها المورد الإلكتروني للمستهلك قبل إبرام العقد، فقد عبر المشرع عن هذا الالتزام بمصطلح العرض التجاري المسبق وهو التزام قانوني سابق على التعاقد الغرض منه توفير المستهلك، ومعرفة هوية المورد الإلكتروني والتأكد من عناوينه المادية والإلكترونية، وكذا الإطلاع على الشروط التعاقدية والتنفيذ، وتفاصيل الطلبية، لاسيما ما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة، بحيث تمكنه من التعاقد عن علم ودراية تامة.

وحسب المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18 يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، كما حددت الحد الأدنى من المعلومات الإلزامية التي يجب أن يحتويها العرض، وهي:

- **بيانات أو معلومات تتعلق بالمورد الإلكتروني:** وتشمل لاسيما:
 - رقم التعريف الجبائي الخاص بالمورد الإلكتروني، وعناوينه المادية والإلكترونية، ورقم هاتفه، حتى يتأكد المستهلك الإلكتروني من وجوده الفعلي والحصول على عنوانه لتبليغه في حالة تنفيذ العقد والإشكالات والمنازعات المترتبة عنه.

¹ - المادة 33 من القانون 05-18 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية، والغرض منها التأكد بأن المورد الإلكتروني تتوفر فيه شروط ممارسة التجارة الإلكترونية المنصوص عليها بالمواد 8 و 9 من قانون 05-18.
- **المعلومات المتعلقة بالمنتج:** وتشمل لاسيما:
 - طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
 - حالة توفر السلعة أو الخدمة.
- **المعلومات المتعلقة بشروط وتنفيذ العقد:** وتشمل لاسيما:
 - الشروط العامة للبيع، ولاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.
 - كيفيات ومصاريف وآجال التسليم.
 - شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
 - طريقة حساب السعر، عندما لا يمكن تحديده مسبقا.
 - كيفيات وإجراءات الدفع.
 - شروط فسخ العقد عند الاقتضاء.
 - وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة التجارية الإلكترونية.
 - مدة صلاحية العرض وشروط وآجال العدول عند الإقتضاء.
 - طريقة تأكيد الطلبية.
 - موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الإقتضاء.
 - طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه.
 - تكلفة استخدام وسائل الإتصالات الإلكترونية، عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها.

الفرع الثاني:

مرحلة التعاقد الإلكتروني

يعتبر العقد الإلكتروني أهم وسيلة لممارسة التجارة الإلكترونية نظرا لانفراده ببعض الخصائص التي تجعله يتميز عن العقود التقليدية، فهو من العقود المبرمة عن بعد دون الحضور المادي للأطراف من خلال "مجلس عقد افتراضي"، فمكان الإبرام هو الفضاء الإلكتروني الذي يتم فيه التقاء إرادة الطرفين، هذا الفضاء جعل أهم مزايا الناتجة عن استخدام العقد الإلكتروني هو التقليل من الوقت و تجنب المصاريف وكذلك مشقة السفر، وهذا نتيجة انعكاس التطور الذي شهده هذا النوع من العقود.

يتميز العقد الإلكتروني بخصائص ليس لهم مثيل في العقود المبرمة بالوسائل التقليدية، كونه مبرما في بيئة افتراضية غير مادية، ويكون غالبا محررا على دعائم غير ورقية مخزنة داخل الأنظمة المعلوماتية عبر شبكات الاتصال المعلوماتية التي لا تعترف بالحدود الجغرافية للدول، لذلك سنتطرق من خلال هذا الفرع إلى خصوصية التعاقد الإلكتروني (أولا) ثم نبين أهم الالتزامات الواقعة أثناء مرحلة التعاقد الإلكتروني (ثانيا).

أولا: خصوصية التعاقد الإلكتروني

يثير التعاقد الإلكتروني مجموعة من الاشكاليات تتعلق بـ "مجلس العقد الافتراضي" وكيفية التعبير عن الإرادة¹ بين المتعاقدين الغائبين وتكوين روابط عقدية بينهما، وكذا تحديد زمان ومكان انعقاد العقد الإلكتروني لاسيما وأن هناك جدلا فقها قائما حول طبيعة هذا المجلس. وعليه سنتطرق إلى مفهوم الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية (01)، ثم إلى مكان وزمان انعقاد العقد الإلكتروني (02).

1- الإيجاب والقبول في عقود التجارة الإلكترونية

يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتين متطابقتين مع مراعاة ما يقرره القانون فوق ذلك من أوضاع معينة لانعقاد العقد، وعليه يتطلب انعقاد العقد أن يتم التعبير عن إرادتين متطابقتين، وارتباط القبول بالإيجاب، اللذان يشكلان عناصر تطابق الإرادتين، ولا يختلف الإيجاب والقبول الإلكتروني كثيرا عن الإيجاب والقبول التقليدي، إلا أن لهما خصوصية معينة تنبع من الوسيلة المستخدمة في التعبير عنهما وفي ارتباطهما حيث تتم بوسائل الكترونية بدلا من الوسائل التقليدية، مع الحفاظ على الجوهر والخطوط الأساسية التي صاغتها النظرية العامة للعقد التقليدي².

أ- الإيجاب الإلكتروني:

¹ - إن التعبير عن الإرادة في العقود الإلكترونية قد يكون صريحا أو ضمنيا، فمثلا إن عرض البائع لبضائع على موقعه الإلكتروني على شبكة الانترنت أو عبر المتاجر الافتراضية مع بيان مواصفاتها وأسعارها يعد تعبيراً صريحا للإرادة، كما أن نقر (Click) المشتري على خانة القبول (Ok) في العقد النموذجي المرسل إليه من قبل البائع عبر شبكة الانترنت يعد أيضا تعبيراً صريحا للقبول من المشتري، ويكون التعبير ضمنيا إذا قام المشتري مثلا بأي عمل لا تدع ظروف الحال مجالا للشك في دلالة على الإرادة كأن يقوم المشتري بتحميل البرنامج معروض على شبكة الانترنت أو أن يرسل الرقم السري لبطاقته الإلكترونية إلى البائع بعد أن يختار البضاعة المعروضة لغرض شرائها: أمانج رحيم أحمد، التراضي في العقود الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، دراسة تحليلية مقارنة، دار وائل للنشر، الطبعة 1، الأردن، 2006، ص 91،

² - خلف محمد موسى، التعاقد بواسطة الانترنت دراسة مقارنة تحليلية رسالة ماجستير جامعة القدس، فلسطين، 2004، ص 89.

يقصد بالإيجاب عموماً، التعبير البات عن الإرادة الأولى التي تظهر في العقد عارضة على شخص آخر إمكانية التعاقد معه ضمن شروط معينة. أما بالنسبة للإيجاب الإلكتروني، فقد تضمن البند 2/3 من مشروع العقد النموذجي الملحق بقانون الأمم المتحدة النموذجي المتعلق بالمعاملات الإلكترونية مايلي " تمثل الرسالة إيجاباً إذا تضمنت إيجاباً لإبرام عقد مرسل إلى شخص واحد أو عدة أشخاص محددين ماداموا معروفين على نحو كاف وكانت تشير إلى نية مرسل الإيجاب أن يلتزم في حالة القبول، ولا يعتبر إيجاباً الرسالة المتاحة إلكترونياً بوجه عام ما لم يشر إلى غير ذلك"¹.

يعرف الإيجاب الإلكتروني حسب المادة 14 من التوجيه الأوروبي المتعلق بحماية المستهلكين في العقود المبرمة عن بعد بأنه كل اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل إليه أن يقبل التعاقد مباشرة، ويستبعد من هذا النطاق مجرد الإعلان²، ويعرف أيضاً أنه تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد، حيث يتم من خلال شبكة دولية الاتصالات بوسيلة مسموعة مرئية، ويتضمن كل العناصر اللازمة لإبرام العقد، بحيث يستطيع من يوجه إليه أن يقبل التعاقد مباشرة³.

من خلال التعاريف المشار إليها يظهر لنا أن الإيجاب الإلكتروني لا يختلف عن الإيجاب التقليدي إلا من حيث الوسيلة المستخدمة فقط مع بقاء الجوهر ذاته، كما أن شروط الإيجاب الإلكتروني هي نفس شروط الإيجاب التقليدي وهي أن يكون واضحاً ومحدداً وموجهاً لشخص معين، وأن يكون جازماً وباتاً لا رجعة فيه.

وبالرجوع لقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجد أن المشرع الجزائري يعبر عن الإيجاب الإلكتروني بمرحلة العرض الإلكتروني، حيث أن العرض في عقود التجارة الإلكترونية يتم عبر موقع الكتروني من طرف المورد الإلكتروني، بحيث أوجب المشرع بموجب المادة 10 من القانون 05-18 سالف الذكر أن تكون كل معاملة الكترونية مسبقة بعرض تجاري الكتروني، وأن يكون العرض بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، وفي هذا الصدد نص المشرع على أهم البيانات اللازم توافرها بالعرض، أي أنها بيانات مذكورة على سبيل المثال لا الحصر.

¹ - يمينة حوحو، الإيجاب والقبول في التعاقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بومرداس، 2013-2014، ص 13.

² - خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 317.

³ - أسامة عبد العلي الشيخ، مجلس العقد وأثره في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة، مصر، 2008، ص 36.

ب-القبول الالكتروني:

يقصد بالقبول عموماً التعبير عن إرادة من وجه إليه الإيجاب، وبناء على هذا التعبير يمكن أن ينعقد العقد، فبالقبول تتوافق الإرادتان أو تتلاقى الإرادتان من أجل إحداث أثر قانوني معين، وهو الإرادة الثانية في تكوين ركن الرضا في العقد¹. ويعرف بشكل عام بأنه الرد الإيجابي على الإيجاب، أو تعبير عن إرادة المخاطبين بالإيجاب في الموافقة على إبرام العقد على أساس ذلك الإيجاب².

وقد نص المشرع الجزائري على أن القبول تعبير بات جازم على إرادة المخاطب على التعاقد وفقاً للعناصر الجوهرية المعبر عنها في الإيجاب، وذلك بأن يكون خالياً من أي قيد أو شرط أو مقرون بالتحفظات وإلا عد إيجاباً جديداً³.

وبالنسبة لتعريف القبول الإلكتروني فإنه لا يخرج عن التعريف التقليدي للقبول سوى أنه يتم بوسائل إلكترونية فخصوصيته ترجع إلى طبيعته الإلكترونية، كما أن شروط القبول الإلكتروني هي نفسها الشروط العامة المطلوبة في القبول التقليدي⁴.

وتجدر الإشارة إلى عدم وجود تعريفات للقبول الإلكتروني ضمن التشريعات، وإنما أقرت فقط بصحة القبول الصادر بالطرق الإلكترونية. حيث نصت المادة 11 من قانون الأمم المتحدة النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية على أنه "يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن القبول، وأن العقد لا يفقد صحته أو قابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات لهذا الغرض".

كما نصت المادة 13 من القانون الأردني رقم 85 لسنة 2001، بشأن المعاملات الإلكترونية على أنه "تعتبر الرسالة الإلكترونية وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الإيجاب أو القبول بقصد التعاقد".

أما قانون المبادلات الإلكترونية التونسي فقد عرف القبول في عقد التجارة الإلكترونية بأنه التعبير عن الإرادة إزاء الموجب الذي وجه القابل تعبيراً معيناً عن إرادته في إحداث أثر قانوني معين، فإذا قبل من وجه إليه هذا التعبير توافر القبول.

¹ - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 136.

² - حاسم عبد الباسط، إبرام العقد عبر الانترنت، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010، ص 176.

³ - المادة 66 من القانون المدني الجزائري .

⁴ خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص 268.

وقد عرف القبول الالكتروني فقها بأنه كل تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد بواسطة شبكة دولية للاتصالات، على أن يتضمن هذا التعبير توافقاً وتطابق تاماً مع كل العناصر التي يتضمنها الإيجاب الصادر عبر الشبكة الدولية للاتصالات، حيث ينعقد العقد عند حصول هذا التطبيق¹.

وعليه، فإن ما يميز القبول الالكتروني في عقد التجارة الالكترونية أنه يتم عبر وسائل الكترونية خاصة، وأن المبادلات الالكترونية هي المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية².

وبالرجوع لقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، نجد أن المشرع الجزائري قد اشترط القبول لقيام عقد التجارة الالكترونية، حيث نصت المادة 10 من ذات القانون على ضرورة قبول المستهلك الالكتروني للعرض التجاري الالكتروني ويكون ذلك من خلال "مصادقة المستهلك الالكتروني" على "العرض التجاري الالكتروني" المقدم إليه.

والملاحظ أن المشرع الجزائري قد استعمل مصطلحا مغايراً لما تضمنه القانون المدني وهو مصطلح "المصادقة"، غير أن الأصح هو مصطلح "توقيع المستهلك" بعد توثيقه، من خلال رسالة البيانات التي تتضمن العرض، ويخضع التوقيع الالكتروني لإجراءات المصادقة للتأكد من هوية الأطراف المتعاقدة وهو يشكل أحد أقوى الضمانات للمستهلك الالكتروني.

2- زمان ومكان انعقاد عقود التجارة الالكترونية

بما أن عقود التجارة الإلكترونية مبرمة عبر الإنترنت فإنها تتم عادة بين أطراف لا يجمعهم مكان واحد لذلك فهي تدخل في وصف التعاقد بين غائبين من حيث المكان دائماً، ولكن بفضل الخدمات المتنوعة والمتعددة الأغراض التي تتيحها الإنترنت قد توفر للطرفين المتعاقدين عبر الشبكة إمكانية إبرام العقد بشكل تحاوري وآني، دون أن تفصل فترة زمنية بين صدور القبول الالكتروني وعلم الموجب به.

وعليه يمكن القول بأن التعاقد عبر الشبكة قد يوصف أحياناً بأنه تعاقد بين حاضرين من حيث الزمان، وتعد برامج (Chat) من أهم الأنظمة

¹ بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم على شبكة الإنترنت، دار الثقافة، الأردن، 2006، ص 136.

² فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 138.

المتوفرة على الشبكة التي تمكن الطرفين المتعاقدين من التحدث معا وأن يرى ويسمع كل منهما الآخر في ذات الوقت¹.

وبالرجوع إلى نص المادة 06 فقرة 02 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، نجد أن المشرع الجزائري قد اعتبر العقد الالكتروني عقدا مبرما عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه، بالجوء حصريا لتقنية الاتصالات الالكترونية، وعليه يعتبر مجلس العقد الالكتروني مجلس عقد حكمي، كما أن زمان مجلس العقد هو لحظة وصول الإيجاب إلى علم الموجه إليه.

ثانيا: الالتزامات التعاقدية لكل من المورد والمستهلك

الالكتروني

إجراء المعاملة التجارية الكترونيا يرتب التزامات تعاقدية تنجر عن إبرام عقد التجارة الالكترونية، كونه من العقود الملزمة لجانبين فإنه ينشئ التزامات متقابلة في ذمة المتعاقدين. وعليه سنتطرق لأهم التزامات المورد الالكتروني ثم إلتزامات المستهلك الالكتروني أثناء مرحلة إبرام العقد الالكتروني.

1- التزام المورد الالكتروني بتوثيق المعاملة التجارية بموجب عقد الكتروني يعرض على المستهلك للمصادقة:

أوجب المشرع الجزائري على المورد الالكتروني وبعد تقديم عرضه التجاري الالكتروني الذي يسبق المعاملة التجارية الالكترونية، أن يقوم بتوثيق المعاملة التجارية بموجب عقد الكتروني يعرض وجوبا على المستهلك الالكتروني للمصادقة عليه².

كما نصت المادة 12 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أن طلبية المنتج أو الخدمة تمر بثلاث مراحل إلزامية، وهي كالآتي:

- ✓ المرحلة الأولى: وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الالكتروني، بحيث يتمكن من التعاقد بعلم ودراية تامة.
- ✓ المرحلة الثانية: التحقق من تفاصيل الطلبية من قبل المستهلك الالكتروني.

ويكون ذلك من خلال التحقق من ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة والسعر الإجمالي والحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.

¹- حسن عبد الباسط جميعي، إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت، ط1، دار النهضة العربية، 2000، ص8.

²- المادة 10 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية المشار إليه سابقا.

✓ المرحلة الثالثة: تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.

وقد حرص المشرع على أن الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبرا عنه صراحة أي صادرا عنه ويكون ذلك بأن يصادق هو على العقد الإلكتروني كتوثيق للمعاملة التجارية الإلكترونية التي تمت. لذلك قد أوجب المشرع ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره.

تجدر الإشارة إلى أن المشرع وفضلا عن البيانات التي فرض توافرها على الأقل في العرض الإلكتروني¹، أوجب توافر بعض المعلومات الأساسية في العقد الإلكتروني الذي يعرض على المستهلك الإلكتروني للمصادقة²، والتي يؤدي تخلف ذكرها إلى نشوء حق المستهلك الإلكتروني في إبطال العقد والتعويض عن الضرر اللاحق به³، وقد ذكرتها المادة 13 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كالآتي:

- الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات.
- شروط وكيفيات التسليم.
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع.
- شروط فسخ العقد الإلكتروني.
- شروط وكيفيات الدفع.
- شروط وكيفيات إعادة المنتج.
- كيفيات معالجة الشكاوى.
- شروط وكيفيات الطلبات المسبقة عند الاقتضاء.
- الشروط والكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الاقتضاء.
- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع.
- مدة العقد حسب الحالة.

2- التزام المستهلك بالمصادقة على العقد الإلكتروني

تتطلب كل معاملة تجارية إلكترونية أن تكون مسبقة بعرض تجاري إلكتروني ويجب توثيقها بموجب عقد إلكتروني وهي كلها التزامات تقع على عاتق المود الإلكتروني فرضتها المادة 10 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18، وقد فرضت ذات المادة التزاما على المستهلك الإلكتروني بالمصادقة على العقد الإلكتروني المقدم إليه من قبل المورد الإلكتروني، ويعد ذلك بمثابة قبول إلكتروني منه كما سبق لنا شرح ذلك.

¹ - المادة 11 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.

² - المادة 13 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.

³ - المادة 14 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.

الفرع الثالث:

مرحلة تنفيذ التعاقد الالكتروني

تعتبر مرحلة التنفيذ آخر مرحلة تمر بها عملية التعاقد الالكتروني، فإذا ما أبرم عقد التجارة الالكتروني صحيحا بين طرفيه رتب آثاره ورتب التزامات تقع على المورد الالكتروني (أولا) وأخرى تقع على المستهلك الالكتروني (ثانيا)، وهو ما يعرف بالالتزامات تنفيذ العقد الالكتروني المبرم أو الالتزامات اللاحقة لعملية الإبرام.

أولا: التزامات المورد الالكتروني اللاحقة لإبرام العقد

الالكتروني

إن عقد التجارة الالكتروني يرتب التزامات بعد إبرامه في ذمة المورد الالكتروني تجاه المستهلك الالكتروني، بعضها مجرد التزامات تقليدية تترتب في ذمة البائع عموما مع بعض الخصوصيات المترتبة على البيع الالكتروني حسب ما تقتضيه المادة 18 من قانون التجارة الالكترونية، وهناك التزامات مستحدثة بموجب القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، وهي التزامات تختص بها البيوع التي تتم عبر الاتصالات الالكترونية غير معروفة في البيوع التقليدية.

1- الالتزامات التقليدية للمورد الالكتروني :

تتمثل الالتزامات التقليدية للمورد الالكتروني في التزامه بنقل ملكية المبيع، والتزامه بالتسليم، والتزامه بالضمان، والتزامه بالصيانة أو ما يعرف بخدمات ما بعد البيع.

أ- التزام المورد الالكتروني بنقل ملكية المبيع:

يعتبر نقل الملكية من الالتزامات الأساسية التي تقع على عاتق البائع طبقا للقواعد العامة الواردة في القانون المدني¹.

وقد يرد محل العقد الالكتروني على مصنات أدبية أو فنية أو براءة اختراع أو غير ذلك من الأموال المعنوية ذات القيمة الاقتصادية في التعامل والتي يتصور ورود البيع فيها بشكل مختلف عن الأموال المادية كالبرامج التي يستطيع تداولها عبر الانترنت والتي صنفها الكثير من التشريعات كمؤلفات أدبية أو كبراءة الاختراع المسجلة ..الخ.

حيث أن انتقال ملكية الاختراع للغير يقصد بها انتقال حق الاستغلال والاختراع للمستفيد الذي يتم بمجرد العقد، أما نسبة الاختراع فتبقى مسجلة لصاحبها الأول باعتبارها حقا معنويا لا يجوز التصرف فيه أو التنازل

¹ - المادة 36 ، والمادة 793 والمادة 165 و 166 من القانون المدني الجزائري.

عنه¹. كما أن الحقوق المادية لبرامج الحاسوب يمكن أن تكون محلا لنقل الملكية فيجوز للمؤلف الانتفاع من موارد مؤلفه.

ب-التزام المورد الالكتروني بتسليم المبيع:

طبقا للقواعد العامة ولاسيما نص المادة 364 من القانون المدني يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت البيع، ويتم التسليم طبقا لنص المادة 367 من القانون المدني بوضع المبيع تحت تصرف المشتري حتى يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق ولو لم يتسلمه تسلم ما ديا، مادام البائع قد أخبره بأنه مستعد لتنفيذ التزاماته، ويحصل التسليم على النحو الذي يتفق مع طبيعة الشيء المبيع². وإذا وجب تصدير المبيع إلى المشتري فلا يتم التسليم إلا إذا وصل إليه، مالم يوجد اتفاق يخالف ذلك، كما على البائع تسليم المبيع بالمقدار في الزمان والمكان المتفق عليهما.

• مفهوم الالتزام بالتسليم في المعاملات التجارية الالكترونية:

إن التزام المورد الالكتروني بالتسليم في المعاملات التجارية الالكترونية هو أداء خدمة أو تسليم سلعة، وهو التزام بتحقيق نتيجة، وهو لا يختلف عن التسليم في عقود البيع العادية، غير أن صورة التسليم في التعاقد عن بعد تأخذ بعض الخصوصية عندما يبرم وينفذ الكترونيا، مثل حالة ورود البيع على برامج أو كتب عبر الخط أو قطع موسيقية، فيتم التسليم في هذه الأحوال من خلال تنزيل أو تحميل البرامج مثلاً أو النسخ من الموقع أو بأي شكل تقني آخر يتيح للمشتري الانتفاع به، لكن هذا لا يعني أن كل الأموال غير المادية يتم تسليمها بهذه الطريقة عبر الشبكة، فيمكن تسليمها خارج الشبكة³.

• آجال التسليم في المعاملات التجارية الالكترونية وجزاء عدم

احترامها(الم 22):

يتم التسليم في المعاملات الالكترونية بناء على طلب من المستهلك ووفقا للمواصفات المحددة في الطلبية المتعلقة بالسلعة أو الخدمة، فإذا قام المورد الالكتروني بإرسال منتج أو خدمة لم يتم طلبها من قبل المستهلك الالكتروني فلا يمكنه المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف التسليم⁴.

1 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 276.

2 - زاهية حورية سي يوسف، الوجيز في عقد البيع، دراسة مقارنة ومدعمة باجتهادات قضائية وفقهية، دار الأمل، الجزائر، 2008، ص 137.

3 - أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2005، ص 79.

4 - المادة 21 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية المشار إليه سابقا.

وبالنسبة لآجال التسليم فتكون فور ترتيب الالتزام نهائيا في ذمة المدين طبقا للقواعد العامة¹، أو في الميعاد المتفق عليه بين المورد والمستهلك الإلكترونيين.

غير أنه إذا أخل المورد بميعاد التسليم فيمكن إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في التعويض عن الضرر². وفي هذه الحالة على المورد الإلكتروني أن يرجع للمستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع، والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال أجل 15 يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتج³.

• الجزء المترتب على التسليم غير المطابق أو المعيب في المعاملات التجارية الإلكترونية (الم 23):

على المورد الإلكتروني طبقا للقواعد العامة تسليم منتج أو خدمة مطابقا للمواصفات المتفق عليها في العقد الإلكتروني وغير معيب، فإن قام بتسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا فيجب عليه استعادة سلعته تلك⁴.

وهنا يتعين على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها 4 أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني⁵.

يلتزم المورد الإلكتروني الذي سلم منتوجا أو خدمة غير مطابقة للطلبية أو معيبة بمايلي⁶:

- تسليم جديد موافق للطلبية.
- أو إصلاح المنتج المعيب.
- أو استبدال المنتج المعيب بآخر مماثل.
- أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة خلال أجل خمسة عشر يوما (15) من تاريخ استلامه للمنتج.

وفي هذه الحالة يحق للمستهلك الإلكتروني الذي تسلم منتوجا أو خدمة غير مطابقة للطلبية أو معيبة المطالبة بالتعويض في حالة وقوع ضرر.

1 - المادة 281 من القانون المدني الجزائري.

2 - المادة 22 الفقرة 01 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.

3 - المادة 22 الفقرة 02 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.

4 - المادة 23 الفقرة 01 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.

5 - المادة 23 الفقرة 02 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.

6 - المادة 23 الفقرة 03 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.

ومما يجب الإشارة إليه هو أن المشرع وحرصا على تنفيذ المورد الالكتروني لالتزامه بالتسليم منع هذا الأخير من الموافقة على طلبية منتج غير متوفر بمخزونه، وهذا ما فرضه المادة 24 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية. غير أن المادة 15 من نفس القانون التي أجازت الطلبية المسبقة إلا أنها فرضت تأجيل الثمن إلى غاية توفير المنتج في المخزن، وفرضت على المورد الالكتروني إرجاع الثمن في حالة دفعه من قبل المستهلك الالكتروني قبل توفر المنتج في المخزون، مع حق هذا الأخير في طلب التعويض.

ت-التزام المورد الالكتروني بالضمان:

يثبت حق الضمان للمشتري في كل أنواع عقود البيع، إلا أن المشرع حرص عليه في قانون التجارة الالكترونية لأن أهميته تظهر أكثر في العقود التجارية المبرمة عن بعد، فهي لا تمكن المستهلك الالكتروني من معاينة السلعة أو الخدمة، وهو ما قد يؤدي إلى عدم الانتفاع الكامل والهادئ للمبيع. ويلتزم المورد الالكتروني بجميع أنواع الضمان المعروفة في العقود التقليدية، كضمان التعرض والاستحقاق وضمان العيوب الخفية وضمان المطابقة.. الخ طبقا للقواعد العامة.

وقد نص المشرع على ضرورة أن يتضمن العقد الالكتروني على شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع. وسنتطرق فيما يلي إلى ضمان العيوب الخفية وضمان المطابقة طبقا لما أورده المشرع في قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

• ضمان العيوب الخفية في قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية:

ضمان العيوب الخفية مقرر في القانون المدني طبقا للمادة 01/379 منه، وكذا ورد النص عليه في القانون المتعلق بحماية المستهلك¹، والمرسوم التنفيذي 327-13 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ². إلا أن الضمان المنصوص عليه في قواعد حماية المستهلك يتمتع به المستهلك سواء كان متعاقدا أو غير متعاقدا.

وقد نص المشرع على التزام المورد الالكتروني بضمان العيوب بمقتضى المادة 23 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية. وقد

¹ - المواد 13، 14، 15 و 16 من القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

² - المرسوم التنفيذي 327-13 المؤرخ في 20 ذي القعدة 1434 الموافق لـ 26 سبتمبر 2013 المحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر عدد 49 لسنة 2013.

سبقت الإشارة لذلك عند حديثنا عن جزاء التسليم المعيب للمنتوج أو الخدمة محل الطلبية.

• التزام المورد الالكتروني بضمان مطابقة المنتج أو الخدمة في قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية:

تم النص على التزام المورد الالكتروني بضمان مطابقة المنتج أو الخدمة كذلك بموجب المادة 23 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية والتي تتوجب على المورد استعادة سلعته إذا كان التسليم غير مطابق أو السلعة معيبة وفق ما تم التطرق إليه عند حديثنا عن التزام المورد الالكتروني بالتسليم.

وقد عرف قانون حماية المستهلك 03-09 المعدل والمتمم في المادة الثالثة منه المطابقة بأنها: "استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاص به".

ث- التزام المورد الالكتروني بضمان خدمة مابعد البيع:

تناول المشرع الالتزام بالخدمة بعد البيع في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك، في الفصل الرابع المعنون بـ "إلزامية الضمان والخدمة مابعد البيع". حيث نصت المادة 16 منه على أنه "في إطار خدمة ما بعد البيع ، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق".

وقد نص المشرع على ضرورة النص في العرض الالكتروني المسبق وكذا العقد الالكتروني المرسل للمستهلك الالكتروني للمصادقة على خدمات ما بعد البيع ضمن المادتين 11 و 13 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية وقد ذكرهما بالشكل الآتي "شروط الضمان التجاري وخدمة مابعد البيع"، و"شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع".

والالتزام بضمان خدمة مابعد البيع هو التزام عقدي بقوة القانون يقع على عاتق كل متدخل يعرض منتجات في السوق، وفي الغالب يرد هذا الالتزام في الشروط العامة لعقود بيع المنتجات والأجهزة الحديثة ذات التقنية العالية والمعقدة والأشياء دقيقة الصنع سريعة الخلل والتي يصعب على غير المتخصص التعرف على سبب تعطلها، مثل برامج الحاسوب

الآلي والأجهزة الالكترونية والحسابات الآلية والتحضيرات الطبية الالكترونية وغيرها¹.

2- الالتزامات المستحدثة للمورد الالكتروني المتعلقة بالتجارة الالكترونية:

أ- التزام المورد الالكتروني بإرسال العقد والفاتورة للمستهلك: يترتب عن كل تعاقد على بيع لمنتوج أو تأدية لخدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية إرسال نسخة عن العقد الالكتروني المبرم بشأنها وهو ما فرضته المادة 19 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، والتي نصت على أنه وبمجرد إبرام العقد يلزم المورد الالكتروني بإرسال نسخة الكترونية من العقد إلى المستهلك الالكتروني. والغرض من هذا الالتزام أن يكون للمستهلك الالكتروني سند يثبت المعاملة التجارية الالكترونية²، ويمكنه من التحقق من احترام المورد الالكتروني للالتزامات المنصوص عليها في المادة 13 من نفس القانون والتي يؤدي تخلفها إلى حق المستهلك الالكتروني في طلب إبطال العقد مع التعويض.

كما يترتب من جهة أخرى عن كل بيع لمنتوج أو تأدية لخدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية إعداد فاتورة من قبل المورد الالكتروني³، ويتعهد بتسليمها للمستهلك الالكتروني ولو لم يطلبها⁴. وقد أوجب المشرع الجزائي على المورد الالكتروني احترام شروط تحرير الفاتورة وفق ما يفرضه التشريع والتنظيم المعمول به وهو المرسوم التنفيذي 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005⁵. وتجدر الإشارة إلى أن للمستهلك الالكتروني ألا يكتفي بتلقي الفاتورة الالكترونية⁶، وإنما بإمكانه أن يطلب الفاتورة في شكلها الورقي أيضا¹.

1 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 283.

2- محمد الفاروق مهنا وهجيرة تومي، المورد الالكتروني بين الالتزام والجزاء في ظل قانون التجارة الجزائري 05-18، مجلة صوت القانون، المجلد التاسع، العدد 02، 2023، ص 56.

3- إخلال المورد الالكتروني بالتزامه بإعداد الفاتورة وإرسالها للمستهلك الالكتروني يعرضه للعقوبات الجزائية المقرر بموجب المادة 44 من قانون 05-18 المتعلق بقانون التجارة الالكترونية والتي سنتطرق إليها عند حديثنا عن موضوع الحماية الجزائية للتجارة الالكترونية.

4- المادة 20 فقرة 01 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية المشار إليه سابقا.

5- المرسوم التنفيذي 05-468 يحدد شروط تحديد الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية المؤرخ في 08 ذي القعدة 1426، الموافق لـ 10 ديسمبر 2005، ج ر عدد 80 لسنة 2005.

6- بالرجوع للقانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإننا نجد أنه نص على وجوب تحرير الفاتورة عند كل بيع أو تأدية خدمات بين الأعوان الإقتصاديين، أما فيما

ب-التزام المورد الالكتروني بحفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وإرسالها الكترونيا للمركز الوطني للسجل التجاري(الم 25)

فرضت المادة 25 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية على المورد الالكتروني أن يلتزم بحفظ سجلات المعاملات الالكترونية المنجزة وتواريخها وإرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري².

وقد أحالت المادة 25 سالفه الذكر كليات تطبيقها إلى التنظيم.وبالفعل فقد صدر المرسوم التنفيذي 89-19 المؤرخ في 05 مارس 2019³ ، ليحدد كليات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وطرق إرسالها.حيث نصت المادة 02 منه على أنه " سجل المعاملات التجارية ملف الكتروني يودع فيه المورد الالكتروني عناصر المعاملة التجارية المنجزة الآتية: العقد- الفاتورة أو الوثيقة التي يقوم مقامها-وصل استلام ...".

يستفاد من المادة سالفه الذكر أن المشرع ألزم تخزين العناصر المذكورة في الفقرة 01 من المادة 02 من المرسوم التنفيذي 89-19 سالف الذكر من قبل المورد الالكتروني بطريقة تمكن الولوج إليها وقراءتها وفهمها، لتمكين الأعوان المؤهلين من تفحصها⁴.

كما أوجبت المادة 03 من المرسوم التنفيذي 89-19 سالف الذكر، أن يتم حفظ هذه العناصر من طرف المورد الالكتروني في شكلها الأصلي أي غير محرفة أو معدلة أو في شكل غير قابل للتعديل أو الإتلاف لمحتوياتها.كما يجب على المورد الالكتروني أن يرسل إلى مركز السجل

يخص المستهلك فقد أوجبت أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمات لهذا الأخير محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون.أي أن المشرع في القانون 02-04 ألزم تقديم الفاتورة فيما بين الأعوان الاقتصاديين فقط، أما إذا كان التعامل مع المستهلك فهي غير وجوبية إلا إذا طلبها المستهلك، وهذا على عكس ما فرضه قانون التجارة الالكترونية والذي ألزم المورد الالكتروني بتقديم فاتورة الكترونية عند كل بيع لمنتوج أو تأدية لخدمة، وتسليمها للمستهلك الالكتروني، ولو لم يطلبها هذا الأخير.محمد الفاروق مهنا ومن معه، المرجع السابق، ص 57.

¹ - المادة 20 فقرة 03 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية المشار إليه سابقا.
² - تنص المادة 25 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية المشار إليه سابقا على مايلي " يجب على كل مورد الكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري،
تحدد كليات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم".

³ - المرسوم التنفيذي 89-19 المؤرخ في 05 مارس 2019 المحدد لكليات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وطرق إرسالها، ج ر عدد 17 لسنة 2019.

⁴ - اسعيد تباتي ومن معه، المرجع السابق، ص 99.

التجاري المعلومات المتعلقة بموضوع المعاملة التجارية والمبلغ المحدد للمعاملة يتضمن كافة المبالغ بما فيها الرسوم، تاريخ المعاملة، طريقة الدفع الذي تمت به تسوية المعاملة التجارية الالكترونية، وكل ذلك عن طريق فاتورة أو أي وثيقة تقوم مقام الفاتورة الالكترونية.

إن حفظ السجلات للعمليات التجارية المنجزة في المركز الوطني للسجل الالكتروني من شأنه تخفيف عبء الإثبات على المستهلك الالكتروني في حالة قيام منازعة مع المورد الالكتروني على معاملة تجارية قد ينكرها هذا الأخير بإمكان الجهة القضائية المختصة الأمر بالتحقق في مركز السجل التجاري من صحة إبرام تلك المعاملة¹.

كما وضع المشرع كيفية وضع هذه المعلومات المنصوص عليها في المادة 03 سالف الذكر وفقا للمواصفات التي يضعها المركز الوطني للسجل التجاري قبل تاريخ 20 من الشهر بالنسبة للمعاملات التجارية التي أجراها المورد خلال الشهر السابق.

كما أنه وقصد تمكين المورد من إرسال المعلومات الكترونيا يضع المركز الوطني للسجل التجاري منصة مخصصة لحفظ المعلومات المرسلة من قبل الموردين يتم ربطها مع مديرية الضرائب كإجراء للتصدي لظاهرة التهرب الضريبي².

ت-التزام المورد الالكتروني باحترام شروط جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي(الم 26)

ينبغي على المورد الالكتروني احترام شروط جمع المعطيات ذات الطابع الشخصي وذلك حرصا على سرية البيانات التي قد يتحصل عليها المورد الالكتروني والخاصة بالمستهلك إثر معاملة تجارية قامت بينهما أو محتملة قيامها.

فطبقا للمادة 26 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية ينبغي للمود الالكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن والزبائن المحتملين، ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية.

¹ - محمد الفاروق مهنا ومن معه، المرجع السابق، ص 61.

² - اسعيد تبارني ومن معه، المرجع السابق، ص 100.

وقد فرض المشرع شروطا لجمع تلك البيانات حددتها المادة 26 سالفه الذكر، كالآتي:

- ضرورة الحصول على موافقة المستهلكين الالكترونيين قبل جمع البيانات .

- ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات.

- الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال.

وقد عرف المشرع المعطيات ذات الطابع الشخصي بموجب القانون 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي بأنها " كل معلومة بغض النظر عن دعامتها متعلقة بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه أدناه" الشخص المعني" بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية"¹.

وقد أحالت المادة 26 سالفه الذكر، كيفيات تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي وتأمينها وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

والمقصود من هذه المادة هو احترام حق الخصوصية للمستهلك الالكتروني والذي يعد من المفاهيم المرتبطة بحقوق الإنسان والتي نصت على حمايتها العديد من الاتفاقيات المتعلقة بحقوق الإنسان وكذا أغلب الدساتير.

غير أنه بالرجوع إلى الفصل الثاني من قانون التجارة الالكترونية 05-18 الخاص بالجرائم والعقوبات فإنه لم يحدد الجزاءات المقررة عند مخالفة أحكام المادة 26 سالفه الذكر، وعليه ينبغي تطبيق العقوبات المنصوص عليها ضمن قانون العقوبات، أو قانون 04-09 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال وكذا القانون 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي.

ثانيا: التزامات المستهلك الالكتروني اللاحقة لإبرام العقد

الالكتروني

يترتب على إبرام عقد التجارة الالكتروني نشوء التزامات في ذمة المستهلك الالكتروني بدفع الثمن(01)، وكذا بتسلم السلعة أو الخدمة محل العقد الالكتروني(02).

1 - المادة 03 من القانون 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، مؤرخ في 10 يونيو 2018، ج ر عدد 34 لسنة 2018.

1- التزام المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن. (الم 16)

تنص المادة 16 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن المستهلك الإلكتروني يلتزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه، ما لم ينص العقد الإلكتروني بخلاف ذلك.

أ- آليات الوفاء بالثمن في معاملات التجارة الإلكترونية:

نظم قانون التجارة الإلكترونية الجزائري في الفصل السادس منه عملية الدفع في المعاملات الإلكترونية، حيث يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج أو عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به¹. ويتضح من ذلك أن المشرع الجزائري لم يشترط أن يتم الدفع الكترونيا، بل نرى أنه سمح بأن يتم الدفع في المعاملات الإلكترونية بأية وسيلة دفع كانت، والمهم أن تكون وسيلة مرخصا بها و معترفا بها قانونا.

تجدر الإشارة إلى أنه عندما يكون الوفاء الكترونيا فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر و بريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية².

وقد اشترط المشرع أن يتم الدفع حصريا عن بعد عبر الاتصالات الإلكترونية بالنسبة للمعاملات التجارية العابرة للحدود³.

وقد أوجب المشرع أن يكون وصل موقع الانترنت الخاص بالمورد الإلكتروني بمنصة الدفع الإلكترونية مؤمنا بواسطة نظام تصديق الكتروني. وقد تم اخضاع منصات الدفع الإلكتروني الخاصة بالمعاملات التجارية الإلكترونية إلى رقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها⁴.

ب- أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

اتجه المشرع إلى تكريس نظام الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري بصفة ضمنية غير صريحة، ثم اتجه إلى التكريس الصريح من خلال وضعه نصوصا قانونية صريحة تنظم وسائل الدفع الإلكتروني⁵.

1 - الفقرة 01 من المادة 27 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه أعلاه.

2 - الفقرة 02 من المادة 27 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه أعلاه.

3 - الفقرة 03 من المادة 27 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه أعلاه.

4 - المادة 29 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه أعلاه.

5 - هداية بوعزة، نظام الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 197-199.

يمكن التمييز في هذا الصدد بين نوعين من وسائل الدفع ، منها ما كان موجودا وتغير فيها فقط طرق معالجتها، فأصبحت المعالجة الكترونية، وتتمثل في الأوراق التجارية الالكترونية التي تعد امتدادا وصورة متطورة للأوراق التجارية التقليدية المعروفة والتحويل الالكتروني للأموال، ومنها ما يعد اختراعا حديثا وليد التطور التكنولوجي واحتياجات التجارة الالكترونية.

• وسائل الدفع الالكترونية المطورة:

ما يميز هذه الوسائل هو كونها وسائل تقليدية كانت موجودة من قبل، إنما تغير فيها طريقة معالجتها وتداولها، إذ أنها استعملت على دعامة ورقية في التجارة التقليدية.

✓ التحويل الالكتروني للأموال:

لا يختلف التحويل الالكتروني للأموال عن التحويل التقليدي للأموال إلا بوجود وسائل الكترونية تسمح بالقيام عن بعد بالعملية. وقد عرفه قانون تحويل الأموال الالكترونية للأموال بأنه: " عملية تحويل الأموال التي تبدأ أو تنفذ من خلال وسيلة الكترونية كالهاتف، الحاسوب أو شريط مغناطيسي بهدف أمر أو توجيه أو تفويض منشأة مالية بإجراء قيد دائن أو مدين في الحساب".

✓ الأوراق التجارية الالكترونية:

لا تختلف الورقة التجارية الالكترونية عن مثيلتها التقليدية سوى أنه يتم معالجتها الكترونيا وهي تتمتع بنفس خصائص الأوراق التقليدية، فالتبيعة الالكترونية لا تتعارض مع وجود تلك الخصائص في الورقة التجارية. كما أن تمتعها بتلك الخصائص يكفي لاعتبارها ورقة تجارية قانونا مما يخضعها لكافة أحكام قانون الصرف والقانون التجاري. ومن بينها نذكر السفتجة الالكترونية، السند لأمر الالكتروني والشيك الالكتروني.

من الممكن أن تعرف الأوراق التجارية الالكترونية بأنها "محرر معالج الكترونيا بصورة كلية أو جزئية تمثل حقا موضوعه مبلغ من النقود، قابل للتداول بالطرق التجارية ومستحقة الدفع لدى الاطلاع أو بعد أجل قصير وتقوم مقام النقود في الوفاء"¹، وللاوراق التجارية بهذا المعنى صورتان، أوراق تجارية الكترونية ورقية وأوراق تجارية الكترونية ممغنطة ؛ فالأولى تصدر بصورة تقليدية على محرر ورقي ثم تتم معالجتها الكترونيا بإدخال مضمونها على دعامة الكترونية ، أما الثانية فيختفي فيها دور الورق تماما فتتم بشكل كلي من خلال الوسائط الالكترونية، وتصدر

¹ - مصطفى طه ومن معه ، المرجع السابق، ص 343.

ابتداء على دعامة الكترونية ممغنطة و يتم تداولها من خلال الوسائل الالكترونية .

• وسائل الدفع الالكترونية الحديثة:

إن نظام وسائل الدفع الالكترونية الحديثة يختلف عن النظام الخاص بوسائل الدفع التقليدية أو الالكترونية المطورة ؛ فهذا النظام يتميز بالتخلي الكلي عن الدعائم الورقية بحيث تتم عملية الدفع بشكل كلي من خلال الوسائط الالكترونية . فتصدر وسائل الدفع الالكترونية الحديثة من البداية على دعامة الكترونية، ويتم تداولها أيضا من خلال وسائل الكترونية . تتمثل وسائل الدفع الالكترونية الحديثة في كل من بطاقات الدفع الالكتروني والنقود الالكترونية :

✓ بطاقات الدفع الالكتروني:

تعد بطاقات الدفع الالكتروني من أهم وسائل الدفع الحديثة، والتي عرفت انتشارا هائلا، حيث تم اعتمادها لدى مختلف الدول ، وأصبحت من أنشطة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك وتجنّي من ورائها أرباحا ضخمة، كما أنها ساعدت الملايين من العملاء على اقتناء حاجياتهم من السلع و الخدمات وسحب مبالغ مالية من أجهزة الصراف الآلي والتي تعمل دون انقطاع أي طوال إلى 24 ساعة، كما أنها توفر لهم إمكانية التعامل من خلال شبكة الانترنت وسداد الالتزامات المالية المترتبة على هذا التعامل من خلالها¹.

تتلخص هذه الوسيلة في منح الأفراد بطاقات تحتوي على معلومات المتعامل ورقم حسابه مسجلة على شفرة أو شريط مغناطيسي ، ويستطيع المتعامل بموجب هذه البطاقة أن يستفيد بعدد من الخدمات في المجالات التجارية بواسطة المصارف و قبولها منح الائتمان لحامل البطاقة .

✓ النقود الالكترونية :

تعتبر النقود الالكترونية النوع الجديد من العملة، فهي البديل الالكتروني عن النقود الورقية والمعدنية ذات الطبيعة المادية². غير أن عدم وجود أي تنظيم تشريعي لهذه التقنية أدى إلى خلاف حول مفهومها وكذا حقيقتها وطبيعتها بين الفقه، حيث أعطاه البعض مفهوما واسعا³ باعتبارها

¹ - المرجع السابق ، ص 351 .

² - عبد الرحيم وهبية ، المرجع السابق .

³ - محمد سعد الجرف ، أثر استخدام النقود الالكترونية على الطلب على السلع و الخدمات مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية ، المجلد الأول ، ص 192. سميحة القليوبي ، وسائل الدفع الالكترونية الحديثة-البطاقات البلاستيكية - الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية ، الجزء الأول ، ص 60.

تلك النقود التي يتم تداولها عبر الوسائط الالكترونية دون التمييز في ذلك بين وسائل الدفع الالكتروني الأخرى وبين النقود الالكترونية، في حين أعطاه البعض الآخر¹ مفهوما ضيقا واعتبرها قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة².

2- التزام المستهلك الالكتروني بتسلم السلعة أو الخدمة (الم 17 والم 11)

طبقا للقواعد العامة الواردة في القانون المدني، فإنه إذا لم يعين الاتفاق أو العرف مكانا أو زمانا لتسلم الشيء المبيع، فيجب على المشتري أن يتسلمه في المكان الذي يوجد فيه المبيع وقت البيع وأن يتسلمه دون تأخير باستثناء الوقت الذي تتطلبه عملية التسليم³.

وقد أوجب نص المادة 17 من قانون 05-18 للتجارة الالكترونية على المورد الالكتروني أن يطلب من المستهلك الالكتروني توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتوج أو تأدية الخدمة موضوع العقد الالكتروني، وأكد على أنه لا يمكن للمستهلك الالكتروني أن يرفض توقيع وصل الاستلام. وبالنسبة لنفقات التسليم فقد أوجبت المادة 11 من ذات القانون على المورد الالكتروني أن يتضمن عرضه كفيات ومصاريف وآجال التسليم. وفي حالة عدم احترام المورد الالكتروني لآجال التسليم، يمكن للمستهلك الالكتروني إعادة إرسال المنتوج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، دون المساس بحقه في التعويض عن الضرر، وفي هذه الحالة يجب على المورد الالكتروني أن يرجع إلى المستهلك الالكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج، خلال أجل خمسة عشر يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتوج.

¹ - محمد إبراهيم محمود الشافعي ، الآثار النقدية و الاقتصادية و المالية للنقود الالكترونية ، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون ، إمارة دبي ، المجلد الأول ، ص134 .

² - محمود محمد أبو فروة ، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت ، دار الثقافة ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2009 .

³ - نصت المادة 394 من القانون المدني على مايلي: "

المبحث الثاني :

الحماية المقررة لممارسة التجارة الالكترونية

يستهدف موضوع حماية التجارة الالكترونية حماية المستهلك الالكتروني بالدرجة الأولى على اعتبار أنه الحلقة الضعيفة في عقد التجارة الالكترونية. ويقصد بحماية المستهلك بوجه عام حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق تجاه المهنيين في كل المجالات سواء كانوا تجارا أو صناعا أو مقدمي خدمات أو شركات¹.

إن توفير حماية للممارسات التجارية الالكترونية لا يقتصر على توفير الحماية التقليدية الممثلة في الحماية القانونية بتوفير حماية مدنية وجزائية في آن واحد، بل إن الأمر يتعدى ذلك إلى نوع آخر من الحماية القبلية أو الوقائية يطلق عليه الحماية التقنية، أي كل ما يتعلق بالأمن المعلوماتي وجميع الوسائل الكفيلة بضمان أمن وسرية المعلومات المتداولة الكترونيا. وعليه سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى الحماية التقنية للتجارة الالكترونية (المطلب الأول)، ثم الحماية المدنية للتجارة الالكترونية (المطلب الثاني)، ثم الحماية الجزائية للتجارة الالكترونية (المطلب الثالث).

المطلب الأول :

الحماية التقنية للتجارة الإلكترونية

إن العلة من توفير الحماية التقنية للتجارة الالكترونية سببها اعتبارات الأمن وحماية خصوصية المعلومات المتداولة عبر شبكة الانترنت، كما أنه كان إلزاما على المشرعين التدخل لدى معظم الدول لتنظيم وضبط نصوص قانونية للاعتراف بوسائل وآليات حديثة تسمح بإثبات وتوثيق المعاملات الالكترونية وكذا تتيح التأكد من هوية الأشخاص المتعاقدين إلكترونيا. فتوفير الثقة بالمحرر الالكتروني، يكون بصفة أساسية بتأمين شامل للتوقيع الالكتروني والمحرر سويا. ومن بين الوسائل التي اعتمدها المشرعون لتحقيق هذا الغرض، هو اعتماد التوقيع المرتبط بالمحرر بواسطة جهة متخصصة، تخضع من حيث إنشائها وأداء وظيفتها لرقابة الدولة، وهي ما يعرف "بجهات التوثيق" التي تتولى مهمة "التصديق" على التوقيع الالكتروني. وعليه سنتطرق من خلال هذا المطلب بالتطرق إلى التقنية الكتابة

¹ - عبد الرؤوف أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة حلوان، القاهرة، 2017، ص 66.

الالكترونية(الفرع الأول)، ثم التوقيع الإلكتروني(الفرع الثاني)، وكذا آلية التصديق الإلكتروني(الفرع الثالث).

الفرع الأول : الكتابة الالكترونية

بصدور القانون 05-10 المعدل و المتمم للقانون المدني الجزائري¹، انتقل المشرع من النظام الورقي للإثبات إلى النظام الإلكتروني. حيث أصبح للمحرر الإلكتروني و للكتابة في الشكل الإلكتروني مكانا ضمن قواعد الإثبات في القانون المدني الجزائري. حيث نصت المادة 323 مكرر من القانون المدني الجزائري، على أنه : " ينتج الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كإثبات بالكتابة على الورق بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها ، وأن تكون معدة و محفوظة في ظروف تضمن سلامتها".

فبموجب المادة 323 مكرر سالفه الذكر، أصبح المشرع يعترف صراحة بالإثبات بالكتابة في شكلها الإلكتروني ويساويها بالكتابة التقليدية. وبذلك يكون المشرع الجزائري قد ساير النهج الذي سارت عليه أغلب التشريعات في المساواة بين الكتابة الالكترونية والتقليدية، ومنحها الحجية القانونية الكاملة في الإثبات.

غير أن نص المشرع المادة 323 مكرر جاء نصا مطلقا، وبالتالي فإن التطبيق المطلق لهذا النص يثير جدالا فقهيًا وقضائيا كبيرا، حيث هناك بعض التصرفات ذات أهمية وخطورة من الأفضل أن تبرم في الشكل التقليدي دون الإلكتروني، كالحقوق الواردة على العقار بصفة عامة وعقد الشركة. في حين أن هناك تصرفات أخرى لا تتصل بالمعاملات الالكترونية لكونها تصرفات شخصية أو مدنية بحتة كالزواج والوصية.

يستفاد مما سبق أن المشرع الجزائري شأنه شأن باقي المشرعين قد اعترف بالكتابة الالكترونية ومنحها الحجية القانونية لإثبات جميع التصرفات والمعاملات الالكترونية، غير أن ذلك لا يعد كافيا للاعتداد بالمحرر الإلكتروني كدليل إثبات كامل، فلا بد أن يكون ممهورا بتوقيع من يحتج عليه بالسند، ويتم التوقيع في هذه الحالة بشكل الكتروني.

الفرع الثاني : التوقيع الإلكتروني

¹ - القانون 05-10 المعدل و المتمم للأمر 75-58 المتضمن القانون المدني.

تقتضي التعاملات الالكترونية الحديثة الاعتراف بما يسمى بالتوقيع الالكتروني، حيث أصبحت تكنولوجيا الترميز تحظى باعتراف واسع النطاق بوصفها الأداة المناسبة للأمان والثقة في الاتصالات الالكترونية. لقد تعددت التعاريف التي نادى بها الفقه، والقضاء والتشريعات المختلفة بشأن التوقيع الالكتروني، لذلك فمن المهم أن نبين موقف المشرع الجزائري من التوقيع الالكتروني (أولا) والشروط اللازم توافرها فيه (ثانيا). وكذا حججه القانونية في الإثبات (ثالثا).

أولا : اعتماد المشرع الجزائري للتوقيع الالكتروني

تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد اعترف بالتوقيع الالكتروني ومنحه الحجية في الإثبات. حيث اعتمد لأول مرة بموجب القانون 05-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري الإثبات بالمحررات الالكترونية والتوقيع الالكتروني، وذلك من خلال نص المادة 323 مكرر¹، حيث يستفاد منه أن الكتابة الالكترونية لها نفس حجية وقوة الإثبات التي تتمتع بها الكتابة العرفية، كما أكدت المادة 2/327 من نفس القانون على اعتراف المشرع بالتوقيع الالكتروني، حيث جاء فيها: " .. و يعتد بالتوقيع الالكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر1".

ثم تطرق المشرع الجزائري مرة أخرى إلى التوقيع الالكتروني من خلال أحكام المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المؤرخ في 30 ماي 2007 المعدل والمتمم للمرسوم 01-123 المؤرخ في 09 ماي 2001 والمتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية و اللاسلكية². حيث أضاف من خلال هذا المرسوم المادة 03 مكرر والتي حدد من خلالها المقصود بكل من التوقيع الالكتروني و كذا التوقيع الالكتروني المؤمن. يقصد طبقا للمادة 03 مكرر من المرسوم المشار إليه بالتوقيع الالكتروني كل معطى ينجم عن استخدام أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و 323 مكرر1 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني.

¹- نصت المادة 323 مكرر1 على ما يلي: " يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الالكتروني كالإثبات على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها و أن تكون معدة و محفوظة في ظروف تتضمن سلامتها".

² - ج ر عدد 37 مؤرخة في 07 يونيو 2007.

كما قدمت الفقرات التالية لذات المادة مفهوما لعدة مصطلحات مثل التوقيع الالكتروني المؤمن، معطيات إنشاء توقيع الكتروني، الجهاز المؤمن لإنشاء توقيع الكتروني، معطيات فحص التوقيع الالكتروني، جهاز فحص التوقيع الالكتروني، الشهادة الالكترونية، الشهادة الالكترونية الموصوفة، مؤدي خدمات التصديق الالكتروني وأهلية مؤدي خدمات التصديق الالكتروني.

ثم أصدر المشرع الجزائري بعد ذلك قانونا خاصا يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين وهو القانون رقم 04-15 المؤرخ في 01 فبراير 2015.

وقد حدد المشرع بموجب المادة 02 من القانون 04-15 المشار إليه أعلاه مفهوم التوقيع الالكتروني بأنه: "بيانات في شكل الكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات الكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق".

كما حددت الفقرة الثالثة من نفس المادة المقصود ببيانات إنشاء التوقيع الالكتروني بأنها بيانات فريدة مثل الرموز أو مفاتيح التشفير الخاصة التي يستعملها الموقع لإنشاء التوقيع الالكتروني.

وقد نصت المادة السادسة من القانون 04-15 المشار إليه أعلاه على الدور الذي يؤديه التوقيع الالكتروني، وبينت أن وظيفته هي توثيق هوية الموقع وإثبات قبوله مضمون الكتابة في الشكل الالكتروني.

إن منح القيمة القانونية للتوقيع الالكتروني ومساواته بالتوقيع التقليدي يعتمد على توافر شروط معينة تعزز من هذا التوقيع ونوفر الثقة فيه. وقد حددت مختلف التشريعات المنظمة للمعاملات الالكترونية والتوقيع الالكتروني الشروط اللازم توافرها في هذا الأخير للاعتداد به لإثبات التصرفات ولمنح المحرر حجية في الإثبات.

ثانيا: الشروط اللازم توافرها بالتوقيع الالكتروني

حدد المشرع الجزائري الشروط التي يجب أن تتوفر في التوقيع الالكتروني في عدة نصوص قانونية، حيث جاء في الفقرة الثانية من المادة 03 مكرر من المرسوم 07-162 المؤرخ في 30 ماي 2007¹ المشار إليه

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المؤرخ في 30 ماي 2007 المعدل و المتمم للمرسوم 01-123 المؤرخ في 09 ماي 2001 والمتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية و اللاسلكية، ج ر عدد 37 مؤرخة في 07 يونيو 2007.

سابقا أنه يقصد " بالتوقيع الالكتروني المؤمن " التوقيع الالكتروني الذي
يفي بالمتطلبات الآتية:

- يكون خاصا بالموقع.
- يتم إنشاؤه بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية .
- يضمن مع الفعل المرتبط به صلة بحيث يكون كل تعديل لاحق للفعل قابلا
للكشف عنه. "

كما تطرق المشرع الجزائري مرة أخرى إلى الشروط اللازم توافرها
في التوقيع الالكتروني عند تحديده لمفهوم ما اصطلح عليه ب"التوقيع
الموصوف"، حيث يستفاد من نص المادة السابعة من القانون 04-15 أن
التوقيع الموصوف هو توقيع الكتروني ينبغي أن تتوافر فيه بعض الشروط
، وتتمثل في ما يلي:

- 1- أن ينشأ هذا التوقيع على أساس شهادة تصديق الكتروني موصوفة .
- 2- أن يرتبط التوقيع بالموقع دون سواه .
- 3- أن يمكن من تحديد هوية الموقع .
- 4- أن يكون مصمما بواسطة آلية مؤمنة خاصة بإنشاء التوقيع
الالكتروني .
- 5- أن يكون منشأ بواسطة وسائل تكون تحت التحكم الحصري للموقع .
- 6- أن يكون مرتبطا بالبيانات الخاصة به بحيث يمكن الكشف عن
التغييرات اللاحقة بهذه البيانات .

وقد حدد المشرع الجزائري إلى جانب ذلك آليات إنشاء التوقيع
الالكتروني الموصوف وكذا آليات التحقق من التوقيع الالكتروني
الموصوف . حيث اشترط أن تكون الآلية الأولى المتعلقة بإنشاء مؤمنة¹،
وأن تكون الآلية الثانية، المتعلقة بالتحقق من التوقيع، موثوقة². كما اشترط
أن تتوفر في كل آلية مجموعة من المتطلبات للاعتداد بها قانونا حددتها كل
من المادتين 11 و 13 من القانون 04-15 سالف الذكر.

حيث لإضفاء مصداقية على التوقيع الالكتروني وللاعتداد به كوسيلة حديثة
للإثبات، نلاحظ أن المشرع قد عني بمسألة بالموثوقية والسرية التي يجب
أن يتصف بها التوقيع الالكتروني، حيث أكد على ضرورة أن تضمن الآلية
المؤمنة لإنشاء التوقيع الالكتروني سرية البيانات المستخدمة عند إنشاء
التوقيع الالكتروني بجميع الوسائل التقنية المتوفرة، بحيث لا يمكن إيجاد

¹ - المادة 10 من القانون 04-15 : " يجب أن تكون آلية إنشاء التوقيع الالكتروني مؤمنة "
² - المادة 12 من القانون 04-15 : " يجب أن تكون آلية التحقق من التوقيع الالكتروني
الموصوف موثوقة " .

البيانات المستعملة لإنشاء التوقيع الالكتروني عن طريق الاستنتاج، كما فرض أن تكون هذه البيانات محمية بصفة موثوقة من طرف الموقع الشرعي نفسه من أي استعمال من قبل الغير وألا تتعرض تلك البيانات محل التوقيع إلى التعديل. كما أكد على ضرورة أن ينشأ التوقيع الالكتروني محميا بالوسائل التقنية المتوفرة من أية عملية تزوير قد يتعرض لها . وقد عهد المشرع الجزائري مهمة التأكد من مطابقة الآلية المؤمنة لإنشاء التوقيع الالكتروني الموصوف والآلية الموثوقة للتحقق من التوقيع الالكتروني الموصوف لتلك المتطلبات التي اشترطتها المادتين 11 و 13 من القانون 04-15 سالف الذكر إلى الهيئة الوطنية المكلفة باعتماد آليات إنشاء التوقيع الالكتروني والتحقق منه.

ثالثا :حجية التوقيع الالكتروني في الإثبات

يقوم التوقيع الالكتروني بالوظائف التي يقوم بها التوقيع التقليدي¹، رغم أنه قد يبدو بأنه عاجز عن تحقيق الوظائف التي يؤديها التوقيع التقليدي لكونه منفصلا عن شخصية صاحبه، ولأن وجوده على وسيط الكتروني قد لا يحقق نفس ضمانات التوقيع التقليدي².

غير أنه يمكن القول بتفوق التوقيع الالكتروني على نظيره التقليدي، على اعتبار أن الاستيثاق من شخصية صاحب التوقيع يتم بشكل روتيني في كل مرة يتم فيها استخدام الرقم السري أو المفتاح الخاص، وعليه فلا مجال لانتظار أن ينشب نزاع للبحث في مدى صحة التوقيع كما هو الشأن في معظم الأحوال بخصوص المحررات الموقعة بخط اليد³.

كما أن التوقيع الالكتروني يحظى بنوع من التحصين والحماية يصعب معها تزويره⁴، الأمر الذي جعله يتمتع بثقة تصل من المصادقية درجة

1- التوقيع التقليدي لا يعدو عن كونه رسما معيناً يقوم به الشخص ، و من المعروف أن الغاية من التوقيع التقليدي هو نسبة ما ورد في السند لصاحبه ، ومن ثم متى اجتمعت بالتوقيع الالكتروني الخصائص التي تجعله قادرا على إثبات الشخص الذي وقع السند فإنه يحقق وظيفة التوقيع التقليدي. ناهد فتحي الحموري ، المرجع السابق ، ص 88 .

2- بالرغم من وجود مقدار من الثقة بالتوقيع العادي الذي يتم على المحررات و الأوراق، إلا أنه يظل محل شكوك من المتعاملين به، حيث يمكن اقتطاع جزء من الوثيقة الوارد عليها التوقيع أو اقتطاع جزء من الوثيقة و استبداله . منير محمد الجنيبي و من معه ، المرجع السابق ، ص 85 .

3- حسن عبد الباسط جميعي ، المرجع السابق ، ص 42 .

4- يتمتع التوقيع الالكتروني بأنظمة حماية عالية ، منها اعتماده على الرقم السري ، تقنية التشفير و بروتوكولات الأمن العالمية .

عالية¹، فالتوقيع الالكتروني لديه القدرة على تحديد هوية الشخص الموقع قد تفوق التوقيع العادي.

وبالنسبة للمشرع الجزائري فإنه و باعتماده للقانون المتعلق بالتوقيع و التصديق الالكترونيين رقم 04-15، أقر صراحة بمنحه الحجية القانونية للتوقيع الالكتروني في الإثبات وفقا للترتيبات التي قررها القانون سالف الذكر.

حيث أن المشرع الجزائري قد ساوى بين التوقيع الالكتروني والتوقيع العادي المكتوب، واعتبر أن التوقيع الالكتروني الموصوف وحده يكون مماثلا للتوقيع المكتوب. إذ جاء في المادة 08 من القانون 04-15 ما يلي: " يعتبر التوقيع الالكتروني الموصوف وحده مماثلا للتوقيع المكتوب سواء كان لشخص طبيعي أو معنوي" .

بتحليلنا للمادة سالفة الذكر، نجد أن المشرع الجزائري قد منح الحجية القانونية للتوقيع الالكتروني الموصوف² وحده ؛ و جعله مماثلا للتوقيع التقليدي المكتوب .

غير أن ذلك لا يفهم منه عدم اعترافه بمجرد التوقيع الالكتروني البسيط في الإثبات وهذا ما أكدت عليه المادة 09 من القانون 04-15 التي تنص على أنه: " بغض النظر عن النظر عن أحكام المادة 8 أعلاه، لا يمكن تجريد التوقيع الالكتروني من فعاليته القانونية أو رفضه كدليل أمام القضاء بسبب :

- 1- شكله الالكتروني ، أو ،
- 2- أنه لا يعتمد على شهادة تصديق الكتروني موصوفة ، أو ،
- 3- أنه لم يتم إنشاؤه بواسطة آلية مؤمنة لإنشاء التوقيع الالكتروني " .

1 - يونس عرب ، البنوك الالكترونية ، مجلة البنوك ، الجمعية المهنية للبنوك الأردنية ، العدد 3 ، المجلد 19 نيسان 2000، ص 06 .

2- حددت المادة 07 من القانون 04-15 المؤرخ في 01 فبراير 2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين تعريف التوقيع الالكتروني الموصوف كالآتي : " التوقيع الالكتروني الموصوف هو التوقيع الالكتروني الذي تتوفر فيه المتطلبات الآتية :

- 1- أن ينشأ هذا التوقيع على أساس شهادة تصديق الكتروني موصوفة .
- 2- أن يرتبط التوقيع بالموقع دون سواه .
- 3- أن يمكن من تحديد هوية الموقع .
- 4- أن يكون مصمما بواسطة آلية مؤمنة خاصة بإنشاء التوقيع الالكتروني.
- 5- أن يكون منشأ بواسطة وسائل تكون تحت التحكم الحصري للموقع.
- 6- أن يكون مرتبطا بالبيانات الخاصة به بحيث يمكن الكشف عن التغييرات اللاحقة بهذه البيانات".

يتضح مما أوردناه سابقا أن التوقيع الالكتروني وإن كان لا يناظر التوقيع الخطي التقليدي من حيث الشكل إلا أنه يناظره من حيث الوظيفة و الهدف و الحجية و يبقى الاختلاف الجوهرى بينهما في الوسيلة المستخدمة، حيث يتم التوقيع الالكتروني باستخدام وسائط الالكترونية.و لإضفاء نوع من الأمان على ذلك يتطلب الأمر القيام بعملية التصديق على التوقيع الالكتروني وهو ما سنبينه فيما يلي.

الفرع الثالث :

التصديق الالكتروني

لقد توالى الدول في الاعتراف بالتوقيع الالكتروني كوسيلة لإثبات التصرفات وأضفت عليه تلك الحجية القانونية بشرط مراعاة المواصفات والمقتضيات التي تضمن تحديد هوية الموقع والتزامه بمضمون المحرر المرتبط به ، وتمكينه من الاحتفاظ بتوقيعه والسيطرة عليه بشكل حصري وأن تكون لديه الوسائل المناسبة لكشف أي تعديل أو تلاعب به .

وتتولى هذه المهمة جهات تنشأ للتوثيق أو التصديق الالكتروني، وتعمل بترخيص وتحت إشراف السلطة التنفيذية. وتقوم هذه الجهات بتقديم شهادة الكترونية لتأكيد هوية الموقع وصفته وصحة توقيعه ونسبة رسالة البيانات أو العقد لصاحبه.¹

لذلك فقد تدخل المشرع الجزائري في سنة 2015 لإتمام تنظيم التوقيع والتصديق الالكترونيين بإصداره للقانون 04-15 المؤرخ في 01 فبراير 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين. و أنشأ بموجب هذا القانون جهات مختصة بالتصديق الالكتروني أسماها المشرع في فحوى القانون 04-15 سالف الذكر بسلطات التصديق الالكتروني .

وقد عرف المشرع الجزائري مؤدي خدمات التصديق بموجب القانون 04-15 على أنه شخص طبيعي أو معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق الكتروني موصوفة و قد يقدم خدمات أخرى في مجال التصديق الالكتروني.²

يصدر عن جهات التوثيق أو التصديق الالكتروني ما يسمى بشهادات التوثيق الالكتروني . وتستهدف هذه الشهادات تأكيد أن التوقيع الالكتروني

¹- محمد حسين منصور ، الإثبات التقليدي و الالكتروني ، دار الفكر الجامعي ، 2006 ، ص 281 .

²- المادة 02 من القانون 04-15 المؤرخ في 01 فبراير 2015 المتعلق بالتوقيع و التصديق الالكترونيين ، ج ر عدد 06 بتاريخ 10 فبراير 2015 .

أو الرسالة الالكترونية بصفة عامة صادرة عن نسبت إليه ، وأن توقيعه صحيح ، كما تؤكد الشهادة أن البيانات الموقع عليها بيانات صحيحة صادرة عن الموقع ولم يتم التلاعب فيها، فلم يطرأ عليها أي تبديل سواء بالحذف أو بالإضافة أو بالتغيير، وبذلك تصبح البيانات موثقة ولا يمكن إنكارها¹. يستفاد من ذلك أهمية الدور الفعال الذي تؤديه شهادات التصديق الالكتروني في مجال المعاملات الالكترونية، فمن شأنها التأكد من شخصية المرسل وصحة وسلامة البيانات المدونة بالمحرر وعدم قابليتها للتعديل، وهو ما من شأنه أن يرسخ الثقة والأمان لدى المتعاملين عبر الانترنت².

المطلب الثاني:

مظاهر الحماية المدنية للتجارة الالكترونية المقررة بموجب

قانون 05-18

يكون المورد الالكتروني مسؤولاً أمام المستهلك عن حسن تنفيذ التزاماته سواء من قبله أو م قبل مؤدي الخدمات التابعين له، إلا أنه يعفى من هذه المسؤولية إذا أثبت أن عدم التنفيذ راجع إلى خطأ المستهلك أو بسبب القوة القاهرة³.

إن إقرار مسؤولية المورد الالكتروني المدنية يشكل نوعاً من الضمانات المقررة للمستهلك الالكتروني في ظل التجارة الالكترونية. وسنحاول من خلال هذا المطلب التطرق لأهم تلك الضمانات.

الفرع الأول :

المسؤولية المدنية للمورد الالكتروني عن عدم احترام

ضوابط الإشهار الالكتروني

يحق المستهلك الالكتروني طلب إبطال العقد بسبب تضرره نتيجة إبرامه لعقد الكتروني تحت تأثير الإشهارات الكاذبة والمضللة أو التي لم تحترم الشروط الواردة بالمادة 30 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ويكون ذلك على أساس إصابة رضاه بعيب التدليس والغلط طبقاً للقواعد العامة الواردة بالقانون المدني. كما يسوغ له المطالبة

¹ - نضال سليم برهم ، المرجع السابق ، ص 254 .

² - لزهري بن سعيد ، المرجع السابق ، ص 182 .

³ - الفقرة 02 من المادة 18 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية إذا ما تمكن من إثبات جميع أركانها، طبقا للقواعد العامة الواردة بالمادة 124 من القانون المدني.

الفرع الثاني:

إقرار المسؤولية المدنية للمورد الإلكتروني عن إخلاله بالالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد

إن سكوت المورد الإلكتروني عن ذكر معلومة من المعلومات للمستهلك الإلكتروني أو في حالة تقديمها غير كاملة للمستهلك يعد إخلالا بالتزام قانوني يترتب عليه قيام مسؤولية المورد الإلكتروني المدنية وكذا الجزائية¹.

فإذا أخل المورد الإلكتروني بالتزامه بالإعلام مخالفة للنصوص القانونية التي تنظم هذا الالتزام، التي نظمها قانون التجارة الإلكترونية 18-05 في المواد 10 و11 المتعلقة بالعرض التجاري والمادة 13 المتعلقة بمضمون العقد والبيانات الأساسية التي يجب أن ترد به، يحق للمستهلك الإلكتروني طلب إبطال العقد وكذا التعويض عن الضرر الذي لحق به، وهو الجزاء الذي قرره صراحة المادة 14 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 والتي جاء فيها أنه " في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من المورد الإلكتروني، يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به".

والملاحظ على المادة 14 سالف الذكر أن المشرع قد استعمل عند صياغتها مصطلح "الإبطال" وليس "البطلان"، وطبقا للقواعد العامة ولاسيما المادة 99 من القانون المدني فإن الإبطال هو حق يخوله القانون لأحد المتعاقدين ولا يمكن للمتعاقد الآخر أن يتمسك بهذا الحق، أي أنه ليس ببطلان مطلق وليس لكل ذي مصلحة أن يتمسك به ولا للمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها².

¹ - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 71.

² - محمد الفاروق مهنا ومن معه، المرجع السابق، ص 62.

وبالنسبة لتقدير التعويض عن الضرر الذي لحق بالمستهلك الإلكتروني فإنه يخضع للقواعد العامة لتقدير التعويض الواردة بالمادة 176 وما يليها من القانون المدني.

كما ألزم المشرع المورد الإلكتروني في حالة إخلاله بالتزامه بالإعلام بإرجاع الثمن في حالة دفعه قبل توفر المنتج في المخزون. وهو مانصت عليه الفقرة 03 من المادة 15 من قانون التجارة الإلكترونية 05-18.

الفرع الثالث:

حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية

تعرف الشروط التعسفية في إطار عقود الاستهلاك الإلكتروني بأنها "الشروط التي يدرجها التاجر أو مقدم الخدمة في العقد الإلكتروني المبرم مع المستهلك، والتي تؤدي إلى اختلال التوازن بين حقوق والتزامات الطرفين، ضد مصلحة المستهلك"¹.

وبالرجوع لقانون التجارة الإلكترونية 05-18 فإن المشرع لم يحدد المقصود من الشروط التعسفية إلا أنه عرفها بموجب القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، من خلال الفقرة 05 من المادة 03 والتي تنص على أنه "يعبر شرطا تعسفيا كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال بالظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

حيث خول المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني في هذه الحالة حق طلب إبطال العقد الإلكتروني والتعويض عن الضرر الذي لحق به نتيجة الشروط التعسفية. حيث قصد المشرع حماية المستهلك في عقود الاستهلاك على اعتبار أنها عقود إذعان للمستهلك الحق في المطالبة بإبطالها أو حمايته من الشروط التعسفية فيها، وهذا مرده أن هذه العقود يصعب التفاوض في شروطها².

الفرع الرابع:

إقرار حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد.

إن عقود الاستهلاك التي يبرمها المستهلك عبر الانترنت قد تفتقر إلى التنوير المعلوماتي الكافي، وبما أنها تبرم بطريقة غير تقليدية فإن مواجهة

¹ - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2012، ص 118.

² - سليمة لدغش، حماية المستهلك الإلكتروني في كافة مراحل التعاقد، الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الإلكترونية، مؤلف جماعي، الفا دو ك، الجزائر، 2021، ص 118.

مشاكلها يجب أن يتم بوسائل غير تقليدية أيضا، ولعل من أهم هذه الوسائل منح المستهلك الحق في العدول عن العقد الذي سبق وأبرمه¹.

ويقصد بالحق في العدول عن العقد الحق في التراجع عنه، كآلية حماية إضافية للمستهلك الإلكتروني بعد إبرامه العقد بإرادته المنفردة خلال مهلة زمنية محددة إما قانونا أو اتفاقا دون تحمل أي مصاريف إضافية باستثناء نفقات رد المبيع².

وقد كرس المشرع الجزائري الحق في العدول بموجب القانون 18-09 المعدل والمتمم للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³، وقد عرفت المادة 19 في فقرتها الثانية العدول بأنه حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب. كما وضعت الفقرة الموالية لذات المادة ضوابط لممارسة الحق في العدول .

أما بالنسبة لقانون التجارة الإلكترونية 18-05 فإنه لم يضع تعريفا للعدول أو التراجع عن التعاقد عن العقد، إلا أنه مكن المستهلك الإلكتروني من إرجاع السلعة إلى المورد الإلكتروني في غلافها الأصلي في حالة ما إذا كانت غير مطابقة للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتج معيبا خلال مدة أقصاها أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع الإشارة إلى سبب الرفض. كما مكن المشرع المستهلك من إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع حقه في التعويض عن الضرر.

وعليه يستفاد مما سبق أن حق العدول مكرس للمستهلك بصفة عامة بموجب القواعد العامة الواردة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش⁴، وكذا بموجب قانون التجارة الإلكترونية 18-05 الذي مكن المستهلك من العدول في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجل التسليم⁵، أو في حالة التسليم غير المطابق أو تسليم المنتج معيبا⁶.

المطلب الثالث :

1 - نفس المرجع، ص 130.

2 - فاطمة الزهراء ربحي تبوب، المرجع السابق، ص 200.

3 - القانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 يعدل ويتمم القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 35 لسنة 2018.

4 - القانون 09-03 المعدل والمتمم بالقانون 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر.

5 - المادة 22 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر.

6 - المادة 23 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر.

مظاهر الحماية الجزائية للتجارة الالكترونية وفقا لقانون 18-

05

لقد أدى الانتشار الواسع للجرائم الخاصة بالتجارة الالكترونية، سواء تعلق الأمر بالاعتداء على التاجر أو المستهلك، أو فيما يخص البيانات الخاصة أو تلك المتعلقة بالتعاملات المالية إلى بروز الحاجة إلى حماية جنائية للتجارة الالكترونية خاصة في ظل قصور الحماية بواسطة النصوص العامة التقليدية¹.

وقد تضمن قانون التجارة الالكترونية 05-18 بابا ثالثا معنونا بـ "الجرائم والعقوبات" وقد تضمن طائفة من الأفعال التي ترتب المسؤولية الجنائية لمرتكبيها. كما حدد هذا الباب الأشخاص المؤهلين لمراقبة الموردين الالكترونيين ومعاينة المخالفات.

وعليه سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى بعض صور جرائم التجارة الالكترونية وفقا لقانون 05-18 (الفرع الأول)، ثم تحديد الأشخاص المؤهلين لمتابعتها وإمكانية التوجه للصالح بدلا من العقوبات الجزائية (الفرع الثاني).

الفرع الأول :

جرائم التجارة الالكترونية وفقا لقانون 05-18

تضمن الباب الثالث من قانون 05-18 الجرائم والعقوبات الخاصة بالتجارة الالكترونية، والتي يتابع كل من ارتكبها جزائيا.

أولا: المسؤولية الجزائية للمورد الالكتروني عن عدم احترام ضوابط الإشهار الالكتروني

قرر المشرع الجزائري مسؤولية المورد الالكتروني إذا لم يحترم شروط وضوابط الإشهار الالكتروني لأن ذلك يكون سببا من أسباب الإضطراب الإقتصادي، ولا يشكل إعتداء على مصلحة فردية فقط. وتزداد خطورة هذا النوع من الإشهار غير الصادق إذا ما تم بإستخدام وسائل الإتصال الإلكتروني، نظرا لتأثيرها على المستهلك الذي قد يتم إغراءه بهذه الوسائل المتطورة والتي يمكنها تغيير صفة وحقيقة المنتج أو الخدمة التي يعرضها المعلن أو المورد الإلكتروني.

¹ - نادية والي، الحماية الجزائية للتجارة الالكترونية في ظل قانون رقم 05-18، مجلة السياسة العالمية، العدد 01، جوان 2019، ص 64.

وعليه تثور مسؤولية المورد الالكتروني الجنائية لاسيما إذا لم يحترم مقتضيات المواد 30، 31، 32، و34 من قانون التجارة الالكترونية. وسنقتصر فيما يلي شرح أهم حالتين أشارت اليهما المواد سالفة الذكر.

1-مسؤولية المورد الالكتروني الجنائية عن الإشهار المضلل أو الغامض:

لم يخصص المشرع الجزائري نصا جنائيا مباشرا خاصا للإشهار التجاري الكاذب والمضلل بصفة عامة. غير أنه وبإستقراء نص المادة 68 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فإننا نجد أنها قد أحالت إلى تطبيق العقوبات المنصوص عليها طبقا للقواعد العامة الواردة بالمادة 429 من قانون العقوبات.

حيث نصت المادة 68 من القانون 03-09 على أنه : " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات¹ ، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول :
-كمية المنتجات المسلمة .

-تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقا.

- قابلية إستعمال المنتج،

- تاريخ أو مدد صلاحية المنتج،

- النتائج المنتظرة من المنتج،

- طرق الإستعمال أو الإحتياجات اللازمة لإستعمال المنتج".

يتضح مما سبق أن هذا النص يخص جريمة "الخداع"، إلا أنه ينطبق على الإشهار الكاذب والمضلل².

كما نصت المادة 69 من قانون حماية المستهلك 03-09 عل أنه " ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه إلى خمس سنوات(5) وغرامة قدرها خمس مائة ألف دينار 500000 إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت بواسطة :.."

¹- تنص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري على أنه : " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 2000 إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد :

-سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب ، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع،

- سواء في نوعها أو مصدرها،

-سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها،

- و في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق " .

²- بلقاسم حامدي ، الحماية الجزائية من الإشهار الكاذب و المضلل ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، العدد التاسع ، جوان 2016 ، ص 253 .

-إشارات أو إدعاءات تدليسية ،
-كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو
أية تعليمات أخرى".

وعليه فإن كل من يقتطف أحد الأفعال التي نصت عليها هذه المادة ،
ويستخدم للترويج والدعاية لها إحدى وسائل الإعلان التي نصت عليها
المادة 3/69 و 4، فإنه يكون قد إرتكب جريمتين، وهما جريمة خداع
المستهلك وجريمة الإعلان الكاذب أو المضلل ويعاقب بخمس سنوات حبسا
وغرامة قدرها خمس مائة ألف دينار¹.

كما أنه و مثلما سبقت الإشارة إليه ، منع المشرع الجزائري كل
معلومة أو إشهار فيه خداع للمستهلك وهو ما يستفاد من نص المادة 56 من
المرسوم التنفيذي 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام
المستهلك ، و كذا المادة 60 من ذات المرسوم.

كما اعتبر المشرع الجزائري الإشهار الكاذب و المضلل صورة من
صور الممارسات التجارية غير النزيهة و التعسفية جريمة في صورة
مخالفة ، وهو ما يستفاد من نص المادة 38 من القانون 04-02 المحدد
للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

غير أنه تجدر الإشارة إلى أن قانون التجارة الجديد رقم 18-05 ، قد
تضمن بعض الجرائم والعقوبات تتعلق بالإشهار الإلكتروني الذي لا
يستجيب لمقتضيات والشروط القانونية الواجب توافرها به، والتي من بينها
التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفؤها للإستفادة من العرض
التجاري، ليست مضللة و لا غامضة².

2- مسؤولية المورد الإلكتروني الجنائية عن الإشهار الإلكتروني للمنتجات المحظورة والممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية:

سبقت الإشارة عند حديثنا عن الشروط الموضوعية لممارسة التجارة
الإلكترونية أن المشرع الجزائري قد ضيق من نطاق التجارة الإلكترونية
بأن قام بحظر بعض المعاملات من التسويق الإلكتروني وذلك من خلال
نص المادتين 03 و 05 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

¹ - هلال شعوة ، المرجع السابق، ص 19 .
² - نصت المادة 40 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، على أنه : " دون المساس
بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة 50000 دج إلى 500000 دج كل من يخالف أحكام
المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون".

كما أن المشرع وبموجب المادة 34 من قانون 05-18 سالف الذكر قد حظر ومنع المورد الإلكتروني من نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما. وعليه تقوم مسؤولية المورد الإلكتروني عند مخالفته مقتضيات المادة 34 من قانون 05-18 سالفة الذكر، وهو ما أشارت إليه المادة 40 من ذات القانون، حيث يعاقب بغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج كل من يخالف أحكام المادة 34.

ثانياً: المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني عن مخالفة المادتين 03 و 05 من قانون 05-18

قرر المشرع جزاء لمخالفة مقتضيات المادتين 03 و 05 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

1- الجزاء المقرر لمخالفة المورد أحكام المادة 03 من قانون 05-18 : 05

قرر المشرع المسؤولية الجزائية للمورد الذي يعرض للبيع أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتجات أو الخدمات المحظورة بموجب المادة 03 من قانون 05-18 ، وقد نص في حال ثبوت ذلك تطبيق العقوبات الآتية¹:

- أ- عقوبة الغرامة المقدرة من 200000 دج إلى 1000000 دج.
- ب- الغلق للموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني الذي ارتكبت من خلاله المخالفة لمدة تتراوح بين شهر إلى ستة أشهر.

2- الجزاء المقرر لمخالفة المورد أحكام المادة 05 من قانون 05-18 : 05

قرر المشرع المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني الذي يعرض للبيع أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتجات أو الخدمات المحظورة بموجب المادة 05 من قانون 05-18 ، وقد نص في حال ثبوت ذلك تطبيق العقوبات الآتية²:

- أ- عقوبة الغرامة المقدرة من 500000 دج إلى 2000000 دج.

¹ - المادة 37 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر.

² - المادة 38 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر.

- كما أجاز المشرع للقاضي أن يأمر بالعقوبات الآتية:
- ب- الغلق النهائي للموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني الذي ارتكبت من خلاله المخالفة .
- ت- الشطب من السجل التجاري.

ثالثا: المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني عن الإخلال بمقتضيات المادتين 11 و 12 من قانون 05-18

قرر المشرع المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني الذي يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 من قانون التجارة الإلكترونية¹. أي أنه تقوم المسؤولية الجزائية لكل مورد إلكتروني يخل بالتزامه المتعلق بتقديم قبل إجراء عقد المعاملة التجارية الإلكترونية عرضا تجاريا إلكترونيا بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ومتضمنا البيانات الأساسية المشار إليها في المادة 11 من قانون 05-18، كما أنه تقوم المسؤولية الجزائية لكل مورد إلكتروني يخل بالتزامه المتعلق باحترام المراحل الإلزامية الثلاث لطلبية المنتج والمشار إليها بالمادة 12 من قانون 05-18.

- حيث نصت المادة 39 من قانون 05-18 على معاقبة المورد الإلكتروني المرتكب المخالفات السابقة بالعقوبات الآتية:
- أ- الغرامة من 50000 دج إلى 500000 دج.
- ب- كما يجوز للجهة القضائية المختصة التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذ المورد الإلكتروني إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز 06 أشهر.

رابعا: المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني عن مخالفة مقتضيات المادة 25 من قانون 05-18

قرر المشرع المسؤولية الجزائية للمورد الإلكتروني الذي يخالف أحكام المادة 25 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، أي معاقبة كل مورد إلكتروني يخل بالتزامه بحفظ سجل المعاملات التجارية الإلكترونية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري، حيث يعاقب كل مورد إلكتروني يرتكب المخالفة المشار إليها بالغرامة من 20000 دج إلى 200000 دج².

¹ - المادة 39 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر.

² - المادة 41 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية سالف الذكر.

خامسا: المسؤولية الجزائية للمورد الالكتروني عن عدم التسجيل في السجل التجاري(التعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق).

قرر المشرع معاقبة المورد الالكتروني الذي يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري بالتعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق. حيث نصت المادة 42 من قانون 05-18 على أنه تقوم الهيئة الوطنية لمنح أسماء النطاق لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري.

وقد نص المشرع على بقاء تعليق هذا الموقع الالكتروني ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته¹.

سادسا: تعليق تسجيل أسماء النطاق بشكل تحفظي للموردين الالكترونيين.

نصت المادة 43 من قانون 05-18 على تعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الالكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة بمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة، وذلك في حالة ارتكابه أثناء ممارسة نشاطه مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة الأنشطة التجارية².

سابعا: المسؤولية الجزائية للمورد الالكتروني عن مخالفة أحكام المادة 20 من قانون 05-18.

نص المشرع الجزائي على معاقبة كل مورد الكتروني يخالف أحكام المادة 20 من قانون 05-18 متعلق بالتجارة الالكترونية والتي تلزم كل مورد الكتروني يقوم ببيع منتج أو تأدية خدمة عبر الاتصالات الالكترونية بضرورة إعداد فاتورة وتسليمها للمورد الالكتروني³، حيث نصت المادة 44 من قانون 05-18 على معاقبة المورد الالكتروني المرتكب هذه المخالفة بالعقوبات المنصوص عليها في القانون 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

¹ - الفقرة 02 من المادة 42 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية سالف الذكر.

² - القانون 08-04 المؤرخ في 14 غشت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر عدد 52 مؤرخة في 18 غشت 2004 المعدل والمتمم.

³ - المادة 44 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية سالف الذكر.

الفرع الثاني :

متابعة جرائم التجارة الالكترونية وإمكانية التصالح بشأنها

أخضع المشرع الجزائري الموردين الالكترونيين إلى المراقبة وأخضعهم للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك¹.

يتولى متابعة جرائم التجارة الالكترونية أشخاص مؤهلون قانونا (أولا) كما أن المشرع قد قرر إجراء غرامة صلح على الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام القانون رقم 05-18 (ثانيا).

أولا: الأشخاص المؤهلة قانونا لمتابعة جرائم التجارة الالكترونية.

نص المشرع من خلال نص المادة 36 على اختصاص ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية بمعاينة مخالفات أحكام قانون التجارة الالكترونية 05-18. كما أنه منح هذه الصلاحية أيضا للأعوان المنتمين للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعين للإدارات المكلفة بالتجارة².

طبقا للفقرة الثانية من المادة 36 من قانون 05-18 تتم المتابعة ومعاينة المخالفات المتعلقة بقانون التجارة الالكترونية 05-18 عن طريق تحرير محاضر مخالفة بنفس الطريقة والكيفيات الواردة في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والقانون المتعلق بالأنشطة التجارية.

كما أنه يلزم المورد الالكتروني بالسماح للأعوان المؤهلين لمعاينة المخالفات بالولوج وبكل حرية إلى توارخ المعاملات التجارية³.

¹ - المادة 35 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية سالف الذكر.

² - المرسوم التنفيذي 09-415 مؤرخ في 29 ذي الحجة 1430 الموافق لـ 16 ديسمبر 2009 يتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ج ر عدد 20 مؤرخة في 20 ديسمبر 2009.

³ - الفقرة 03 من المادة 36 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية سالف الذكر.

ثانيا: الصلح كإجراء بديل للعقوبات المقررة بموجب قانون 18-05.

لقد استحدثت المشرع الجزائري من خلال قانون 18-05 إجراء غرامة الصلح على الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون. وتعد آلية الصلح بذلك وسيلة بديلة للعقوبات المفروضة على مخالفي أحكام القانون 18-05، أي أنه يشكل وسيلة لحل منازعات التجارة الالكترونية بطريقة ودية دون إحالة الملف إلى القضاء، وفي هذه الحالة يتم تخفيف تراكم القضايا من جهة، ومن جهة أخرى يشكل تحصيل الغرامة المفروضة على المخالف لإجراء الصلح وحفظ الملف، إيرادات هامة للخزينة العامة وهو ما تم النص عليه بموجب المادة 45 من نفس القانون دون التطرق إلى تحديد مفهومها، حيث اكتفى فقط بإجازتها، إذ يمكن للإدارة المكلفة بحماية المستهلك باتخاذ اجراءات الصلح، مع الأشخاص المخالفين لأحكام القانون، سواء كانت العقوبات واردة في ظل قانون 18-05 أو قانون 04-02 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية أو قانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية¹، كما أن المشرع من خلال نص الفقرة 02 من المادة 45 من قانون 18-05 أوجب على الأعوان المنصوص عليهم في المادة 36 من هذا القانون اقتراح غرامة صلح على المخالفين.

من خلال استقراء نص المادة 46 من قانون 18-05 نجد أن المشرع قد قيد إجراء الصلح بشروط لا يمكن تجاوزها حيث لا يمكن اللجوء للصلح في حالة العود، كما أنه في حالة ارتكاب المخالف للجرائم الواردة في نصوص المادتين 37 و 38 من نفس القانون².

كما أن الصلح يتم وفق الإجراءات التي حددتها المادة 47 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

وتجدر الإشارة إلى أن المورد الالكتروني الذي قبل إجراء الصلح يستفيد من تخفيض 10% من مبلغ الغرامة المالية المفروضة عليهم قانونا³، غير أنه إذا لم يتم دفعها في أجل 45 يوما من تاريخ الموافقة على الصلح، فإنه يتم إحالة الملف أمام الجهة القضائية المختصة إقليميا ونوعيا⁴.

1 - نادية والي، المرجع السابق، ص 67.

2 - الفقرة 03 من المادة 45 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 سالف الذكر.

3 - الفقرة 02 من المادة 46 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 سالف الذكر.

4 - الفقرة 02 من المادة 47 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 سالف الذكر.

وقد نص المشرع على مضاعفة مبلغ الغرامة في حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز 12 شهرا من تاريخ العقوبة المتعلقة بالجريمة السابقة¹.

الخاتمة:

في ختام هذه المطبوعة، يمكن القول بأن المستهلك في مجال التجارة الالكترونية هو نفسه في عملية التعاقد التقليدية، لكنه يتعامل بوسيلة الكترونية، وبالتالي فإن له كافة حقوق المستهلك التقليدي مع إضافة خصوصية الوسيلة المستخدمة في التعامل، الأمر الذي يدعو إلى حماية أكبر له، وتقديم معلومات كافية وصحيحة تمكنه من تكوين قناعته في التعاقد أو عدوله عنه.

¹ - المادة 48 من قانون التجارة الالكترونية 18-05 سالف الذكر.

كما أن المستهلك الإلكتروني بحاجة لنوع من الحماية لحفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق تجاه المهنيين في كل المجالات سواء كانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات أو شركات.

وتبين لنا أن حماية المستهلك الإلكتروني تتجسد من خلال حماية الممارسات التجارية الإلكترونية، والتي لا تقتصر على توفير الحماية التقليدية الممثلة في الحماية القانونية بتوفير حماية مدنية وجنائية في آن واحد، بل إن الأمر يتعدى ذلك إلى نوع آخر من الحماية القبلية أو الوقائية يطلق عليه الحماية التقنية، أي كل ما يتعلق بالأمن المعلوماتي وجميع الوسائل الكفيلة بضمان أمن وسرية المعلومات المتداولة إلكترونياً.

وأخيراً خلصنا إلى أن تنظيم المشرع الجزائي للتجارة الإلكترونية بقانون خاص هو خطوة مهمة إلا أن موضوع التجارة الإلكترونية لازال يواجه مجموعة من المعوقات والتحديات نظراً لعدم إلمام هذا القانون بجميع المسائل المتعلقة بالتجارة الإلكترونية كمسألة فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية وحماية وسائل الدفع الإلكتروني المنتشرة في ظلها... وغيرها من المواضيع.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً : النصوص القانونية

✓ النصوص الوطنية:

أ- القوانين والأوامر:

- 1- الأمر 75-59 المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم.
- 2- الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78 صادرة في 30 سبتمبر 1975 معدل ومتمم.
- 3- الأمر 03-06 المؤرخ في 19 يونيو 2003 المتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44 مؤرخ في 23 يوليو 2003.

- 4- الأمر 11-03 المؤرخ في 27 جمادى الثانية 1424 الموافق ل26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض ، ج ر عدد 52 مؤرخة في 27 أوت 2003 ، المعدل و المتمم .
- 5- القانون 02-04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق ل23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر 41 عدد مؤرخة في 27 يونيو 2004 المعدل والمتمم.
- 6- القانون 08-04 المؤرخ في 14 غشت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ج ر عدد 52 مؤرخة في 18 غشت 2004 المعدل والمتمم بالقانون 06-13 المؤرخ في 23 يوليو 2013 ج ر عدد 39 مؤرخة في 31 يوليو 2013 والقانون 08-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج ر عدد 35 مؤرخة في 13 يونيو 2018.
- 7- القانون 02-05 المؤرخ في 06 فبراير 2005 المعدل و المتمم للأمر 59- 75 المتضمن القانون التجاري ج ر عدد 11 .
- 8- القانون 10-05 المؤرخ في 13 جمادى الأولى 1426 الموافق ل 20 يونيو 2005، يعدل ويتمم الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق ل26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني، ج ر عدد 44 لسنة 2005.
- 9- الأمر 06-05 المؤرخ في 18 رجب 1426 الموافق ل 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب (معدل ومتمم) ، ج ر عدد 59 لسنة 2005 .
- 10- قانون 03-09 مؤرخ في 29 صفر 1430 موافق ل25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 12 مؤرخة في 08 مارس 2009، معدل ومتمم.
- 11- قانون 04-09 مؤرخ في 14 شعبان 1430 موافق ل05 غشت 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، ج ر عدد 47 مؤرخة في 16 غشت 2009.
- 12- القانون 13-15 المؤرخ في 15 يوليو 2015 و المتعلق بأنشطة وسوق الكتاب، ج ر عدد 39 مؤرخة في 19 يوليو 2018.
- 13- قانون 04-18 مؤرخ في 24 شعبان 1439 موافق ل 10 ماي 2018 ، الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية ، ج ر عدد 27 مؤرخة في 13 ماي 2018.

14- القانون 05-18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 هـ الموافق ل 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر عدد 28 مؤرخة في 16 ماي 2018 .

15- القانون 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، مؤرخ في 10 يونيو 2018، ج ر عدد 34 لسنة 2018.

16- القانون 09-18 المؤرخ في 10 يونيو 2018 يعدل ويتم القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 35 لسنة 2018.

17- القانون 11-18 المؤرخ في 02 يوليو 2018 يتعلق بالصحة، ج ر عدد 46 مؤرخة في 29 يوليو 2018.

ب- المراسيم التنفيذية:

1- المرسوم التنفيذي 39-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05 المؤرخة في 31 جانفي 1990 .

2- المرسوم التنفيذي رقم 257-98 المؤرخ في 25 غشت 1998 ، يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها والمعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 2000- 307 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000 ، ج ر عدد 63 مؤرخة في 26 غشت 1998.

3- المرسوم التنفيذي رقم 2000-307 المؤرخ في 16 رجب عام 1421 الموافق ل 14 أكتوبر سنة 2000، يعدل المرسوم التنفيذي رقم 257-98 المؤرخ في 3 جمادى الأولى عام 1419 الموافق ل 25 غشت سنة 1998 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات انترنت واستغلالها، ج ر عدد 60 لسنة 2000.

4- المرسوم التنفيذي 05-468 يحدد شروط تحديد الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية المؤرخ في 08 ذي القعدة 1426، الموافق ل 10 ديسمبر 2005، ج ر عدد 80 لسنة 2005.

5- المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 11 صفر 1430 الموافق ل 07 فبراير 2009، المحدد للكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، ج ر عدد 10 لسنة 2009.

6- المرسوم التنفيذي 09-410 المؤرخ في 10 ديسمبر 2009 يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات

- الحساسة، ج ر عدد 73 صادرة في 19 ديسمبر 2009، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي 16-61 المؤرخ في 11 فبراير 2016، ج ر عدد 09 صادرة في 17 فبراير 2016.
- 7- المرسوم التنفيذي 09-415 مؤرخ في 29 ذي الحجة 1430 الموافق ل 16 ديسمبر 2009 يتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ج ر عدد 20 مؤرخة في 20 ديسمبر 2009.
- 8- المرسوم التنفيذي 13-327 المؤرخ في 20 ذي القعدة 1434 الموافق ل 26 سبتمبر 2013 المحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر عدد 49 لسنة 2013.
- 9- المرسوم التنفيذي 18-112 المؤرخ في 05 أبريل 2018 يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة اجراء الكتروني، ج ر عدد 21 ، مؤرخة في 11 أبريل 2018، معدل ومتمم.
- 10- المرسوم التنفيذي 19-89 المؤرخ في 05 مارس 2019 المحدد لكيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وطرق إرسالها، ج ر عدد 17 لسنة 2019.
- 11- بالمرسوم التنفيذي 19-251 المؤرخ في 16 سبتمبر 2019 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي 18-112 المؤرخ في 05 أبريل 2018، ج ر عدد 57، مؤرخة في 18 سبتمبر 2019.

ج- القرارات الوزارية:

- 1- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 13 أكتوبر 2011، يحدد شروط وكيفيات اقتناء التجهيزات الحساسة وحيازتها واستغلالها واستعمالها والتنازل عنها، ج ر عدد 63 صادرة في 23 نوفمبر 2011.
- 2- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 08 سبتمبر 2015، يتم قائمة التجهيزات الحساسة المحددة في الملحق الاول من المرسوم التنفيذي 09-410.

✓ النصوص الأجنبية:

- 1- القانون النموذجي لليونسטרال للتجارة الالكترونية لسنة 1996 .
<https://www.uncitral.org/pdf/arabic>
- 2- قانون المعاملات التجارية الالكترونية الأمريكي الصادر في 14 فبراير 2001.

- 3- قانون المبادلات و التجارة الالكترونية التونسي رقم 83 لسنة 2000 المؤرخ في 09 أوت 2000.
- 4- المادة 02 من قانون المعاملات الالكترونية الأردني رقم 85 لسنة 2001.
- 5- قانون المعاملات الالكترونية الأردني رقم 58 لسنة 2001 .
- 6- قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا و التجارة الالكترونية و الإعلام رقم 01 لسنة 2000 .
- 7- قانون التوقيع الالكتروني المصري رقم 15 لسنة 2014 ولائحته التنفيذية رقم 109 لسنة 2005.
- 8- مشروع قانون التجارة الالكترونية المصري.

ثانيا : الكتب و المؤلفات الفقهية

- 1- أحمد خالد العجلوني، التعاقد عن طريق الانترنت، ط1، الدار العلمية الدولية، 2002.
- 2- أحمد عبد الكريم سلامة، قانون العقد الدولي(مفاوضات العقود الدولية ، قانون الإرادة وأزمته)، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
- 3- أسامة أبو الحسن مجاهد ، خصوصية التعاقد عبر الانترنت، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2000.
- 4- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية، مصر، 2005.
- 5- أسامة عبد العلي الشيخ، مجلس العقد وأثره في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة ، في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة ، مصر، 2008.
- 6- أمانج رحيم أحمد، التراضي في العقود الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية مقارنة، دار وائل، ط 1، الأردن، 2006 .
- 7- إيهاب السنباطي ، الموسوعة القانونية للتجارة الالكترونية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2008 .
- 8- بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم على شبكة الإنترنت، دار الثقافة، الأردن، 2006.

- 9- بشير عباس العلاق، التسويق في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2003.
- 10- بهاء شاهين ، العولمة والتجارة الالكترونية (رؤية إسلامية) ، الفاروق الحديث، القاهرة، ط1، 2000.
- 11- جميل عبد الباقي الصغير، الانترنت والقانون الجنائي، الأحكام الموضوعية للجرائم المتعلقة بالانترنت، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002.
- 12- حاسم عبد الباسط، إبرام العقد عبر الانترنت، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010.
- 13- حسن عبد الباسط جمعي، إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عن طريق الانترنت، ط1، دار النهضة العربية، 2000.
- 14- خالد مصطفى فهمي، النظام القانوني للتوقيع الالكتروني في ضوء التشريعات العربية والاتفاقيات الدولية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- 15- خالد ممدوح ابراهيم، لوجستيات التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.
- 16- رأفت رضوان ، عالم التجارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 1999.
- 17- زاهية حورية سي يوسف، الوجيز في عقد البيع، دراسة مقارنة ومدعمة باجتهادات قضائية وفقهية ، دار الأمل، الجزائر، 2008.
- 18- سامي عبد الباقي أبو صالح، التحكيم التجاري الالكتروني دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، 2004.
- 19- سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، ط2، عمان، الأردن، 2015.
- 20- سلطان عبد الله محمود الجواري، عقود التجارة الالكترونية والقانون الواجب التطبيق، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، بيروت، 2010.
- 21- سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الالكترونية في الفقه الإسلامي، كلية الشريعة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2005.
- 22- سميحة القليوبي، شرح قانون التجارة المصري الجديد، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007.

- 23- عبد الحكيم بسيوني، أساسيات ومبادئ التجارة الالكترونية، دار الكتب العلمية، القاهرة، 2003.
- 24- عبد العزيز المرسي حمود، الجوانب القانونية لمرحلة التفاوض والطابع التعاقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.
- 25- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية الحكومة الالكترونية، الكتاب الأول، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1 ، 2003.
- 26- عبد الله عبد الكريم عبد الله، عقود نقل التكنولوجيا، دراسة قانونية مقارنة في إطار القانون الدولي الخاص، منشورات صادر الحقوقية، بيروت، 2007.
- 27- عبد المطلب عبد الحميد، أحكام وضوابط العقود الإلكترونية في الفقه الإسلامي المقارن، دار الكتاب الجامعي، السعودية، 2017.
- 28- عصام عبدالفتاح مطر، التجارة الالكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2009.
- 29- علاء محمد الفواعير، العقود الالكترونية، دار الثقافة، الأردن، 2014.
- 30- عمور عمورة، الوجيز في شرح القانون التجاري الجزائري، دار المعرفة، الجزائر، 2000.
- 31- فادي محمد عماد الدين توكل،
- 32- فراح مناني، العقد الالكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2009.
- 33- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2012.
- 34- لزهرة بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية ، دار هومه ، الجزائر ، 2012.
- 35- محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2017.
- 36- محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1986.
- 37- محمد حسن قاسم، مراحل التفاوض في عقود الميكنة المعلوماتية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2002.
- 38- محمد حسين منصور، الإثبات التقليدي والالكتروني، دار الفكر الجامعي، 2006.

- 39- محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة، ط1، عمان، الأردن، 2009 .
- 40- مدحت عبد الحليم رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2001 .
- 41- مصطفى كمال طه و أنور وائل بندق ، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي ، ط1، الاسكندرية 2005.
- 42- منصور فرح ، التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، الوضع الراهن والآفاق المستقبلية، بحث مقدم لندوة العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي، الواقع والطموح، عمان، 20-21/10/2001 ، بيروت، المؤسسة العربية، ط1، 2002.
- 43- منير محمد الجنيهي وممدوح منير الجنيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006 .
- 44- منير نوري، التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014.
- 45- نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الاستراتيجيات والوظائف، المشكلات، دار المريخ، السعودية، الرياض، 2005.
- 46- نسرین عبد الحمید نبیه ، الجانب الالكتروني للقانون التجاري ، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2007 .
- 47- نضال إسماعيل برهم ، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة، الأردن.
- 48- هبة ثامر محمود عبد الله، عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية.
- 49- وسيم شفيق الحجار، الإثبات الإلكتروني، دار صادر، بيروت، 2001.
- 50- وليد الزبيدي، التجارة الالكترونية عبر الانترنت، الموقف القانوني، دار المناهج، ط1، عمان، الأردن، 2004.
- 51- يوسف حسن يوسف، التجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2009.

ثالثاً: المقالات

- 1- ابتسام خطاف وشريف غياط، توجه الجزائر نحو تطبيق الحكومة الالكترونية عبر مشروع الجزائر الالكترونية 2013، الواقع

- والتحديات، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 11، العدد 2، ص.ص
- 2- اسعيد تباني، وعبد الحفيظ بقة، ضوابط ممارسة التجارة الالكترونية طبقا للقانون 05-18، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد 04، سبتمبر 2020، ص.ص 90-110.
- 3- بلقاسم حامدي، الحماية الجزائية من الإشهار الكاذب والمضلل، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد التاسع، جوان 2016، ص.ص
- 4- سامي طابع، استخدام شبكات المعلومات (الانترنت) في الحملات الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثاني، أبريل-يونيو 1997، ص.ص
- 5- سليمة لدغش، حماية المستهلك الالكتروني في كافة مراحل التعاقد، الحماية القانونية للمستهلك في المعاملات الالكترونية، مؤلف جماعي، الفا دو ك، الجزائر، 2021، ص.ص 109-139.
- 6- صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل، مجلة آفاق للعلوم، العدد السابع عشر، سبتمبر 2019، ص.ص
- 7- عبد الحفيظ بوقندورة، ضوابط تجريم الإشهار الكاذب في سوق الإعلانات التجارية، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 24، جوان 2018، ص.ص
- 8- فريد عباس وسيف الدين رحالي، شروط ممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 05-18، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثامن، جانفي 2020، ص.ص 69-93.
- 9- فريدة حمودي، التجارة الالكترونية في القانون الجزائري، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34، العدد 04-2020، ص.ص 07-24.
- 10- كريمة كريم، استعمال تكنولوجيا المعلوماتية وعملية القيد في السجل التجاري، مجلة معارف، العدد 24، جوان 2008، ص.ص 69-92.
- 11- محمد إبراهيم محمود الشافعي، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الالكترونية، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون، إمارة دبي، المجلد الأول، ص 134.
- 12- محمد السيد عرفة، التجارة الدولية الالكترونية عبر الانترنت، بحث مقدم إلى مؤتمر "القانون والكمبيوتر والانترنت، كلية الشريعة والقانون جامعة الإمارات العربية المتحدة، المجلد الأول، 2000.

- 13- محمد الفاروق مهنا وهجيرة تومي، المورد الالكتروني بين الالتزام والجزاء في ظل قانون التجارة الجزائري 18-05، مجلة صوت القانون، المجلد التاسع، العدد 2023، 02، ص.ص 44-73.
- 14- محمد بعجمي، التزامات مقدمي الخدمة عبر الانترنت، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 04، العدد 01، 2019، ص.ص 20-38.
- 15- محمد سعد الجرف، أثر استخدام النقود الالكترونية على الطلب على السلع والخدمات مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية، المجلد الأول، ص 192.
- 16- مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني لمقدمي خدمات الانترنت في التشريع الجزائري، مجلة البحوث القانونية والسياسية، العدد الخامس، ديسمبر 2015، ص.ص 128-142.
- 17- منية شوايدية، ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقا للمرسوم التنفيذي 13-378، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد الثاني عشر، جوان 2015، ص.ص
- 18- الموسوس عتو، وظائف السجل التجاري الالكتروني على ضوء أحكام المرسومين التنفيذيين 15-11 و 18-112، مجلة القانون، المجلد 09، العدد 02، سنة، ص.ص
- 19- نواره حسين، الفاتورة الالكترونية آلية لتنشيط الاستثمارات، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد الخامس، عدد 02، جوان 2019، ص.ص
- 20- نور الدين قاستل، السجل التجاري وسجل الصناعات التقليدية والحرف كآلية ضرورية لضبط الأنشطة التجارية والحرفية وتوجيهها، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، الجزائر، المجلد 05، العدد 12، نوفمبر 2018، ص 61.
- 21- هداية بوعزة، الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 06، العدد 02، 2020، ص.ص 195-219.
- 22- هلال شعوة، حماية المستهلك من جريمة الإعلان التجاري المضلل أو الكاذب، مجلة دراسات قانونية، ص.ص
- 23- يونس عرب، البنوك الالكترونية، مجلة البنوك، الجمعية المهنية للبنوك الأردنية، العدد 3، المجلد 19 نيسان 2000.

رابعاً: البحوث الجامعية

أ- أطروحات الدكتوراه:

- 1- إيمان مأمون أحمد سلامة، الجوانب القانونية لعقد التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه حقوق، المنصورة ، 2006 .
- 2- فاطمة الزهرة عكو، المسؤولية المدنية لمقدمي الخدمة الوسيطة في الانترنت، رسالة دكتوراه، قسم قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2015-2016.
- 3- محمد حمزة بن عزة ، المسؤولية القانونية لمعاملتي الانترنت، أطروحة دكتوراه، دراسة مقارنة، كلية الحقوق، 19/03/1962، جامعة جيلالي ليابس سيدي بلعباس 2018-2019.
- 4- هداية بوعزة، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة أوبكر بلقايد تلمسان، 2019.

ب- مذكرات الماجستير:

- 1- براء علي صالح محمد، المسؤولية العقدية لمقدمي خدمات الانترنت، دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2020.
- 2- خلف محمد موسى، التعاقد بواسطة الانترنت دراسة مقارنة تحليلية رسالة ماجستير جامعة القدس، فلسطين، 2004.
- 3- سميرة ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010-2011.
- 4- يمينه حوحو، الإيجاب والقبول في التعاقد الإلكتروني، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بومرداس، 2013-2014.

Ouvrages :

- 1- Bensoussan (A) , le commerce électronique ,aspects juridiques éd Hermes,Paris ,1998.
- 2- Bertand Fages, obligations et contrats spéciaux, RTD, civ, n°4, 2012.
- 3- Camille Elisabeth, le commerce électronique to B, Paris, Dunod1999.
- 4- George Cornub, vocabulaire juridique, PUF, 1996.

الفهرس

01..... قائمة المختصرات

02..... المقدمة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة

04..... الالكترونية

المبحث الأول: مفهوم التجارة

04..... الالكترونية

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.....	05
الفرع الأول: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية.....	05
الفرع الثاني: تعريف بعض المنظمات الدولية للتجارة الإلكترونية.....	08
الفرع الثالث: التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية.....	12
المطلب الثاني: التعريف بالمصطلحات الشبيهة وذات العلاقة بممارسة التجارة الإلكترونية.....	16
الفرع الأول: التعريف بالمصطلحات التي قد تتشابه والتجارة الإلكترونية.....	16
الفرع الثاني : التعريف بالمصطلحات ذات العلاقة مع التجارة الإلكترونية.....	18
المطلب الثالث: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية.....	27
الفرع الأول: مفهوم الانترنت وتطورها.....	27
الفرع الثاني: مراحل نشأة التجارة الإلكترونية وتطورها.....	37
المبحث الثاني: خصائص وأنواع التجارة الإلكترونية.....	44

المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية.....44	
الفرع الأول: الخصائص الجوهرية للتجارة الإلكترونية.....44	
الفرع الثاني: مزايا التجارة الإلكترونية.....47	
المطلب الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية.....50	
الفرع الأول: التجارة بين وحدة أعمال ووحدة أعمال.....50	
الفرع الثاني: التجارة بين وحدات الأعمال و المستهلكين.....52	
الفرع الثالث: التجارة بين مؤسسات الأعمال والحكومات.....54	
الفرع الرابع: التجارة بين الحكومات والمستهلكين.....54	
الفرع الخامس: التجارة بين المستهلكين ومسهلكين آخرين.....55	
الفصل الثاني: الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية.....56	
المبحث الأول: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية ومراحلها.....56	
المطلب الأول: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر.....57	

الفرع الأول: الشروط الموضوعية لممارسة التجارة الالكترونية في
الجزائر. 58

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لممارسة التجارة الالكترونية في
الجزائر.... 62

المطلب الثاني: مراحل ممارسة التجارة
الالكترونية..... 75

الفرع الأول: مرحلة التفاوض
الالكتروني..... 75

الفرع الثاني: مرحلة التعاقد
الالكتروني..... 85

الفرع الثالث: مرحلة تنفيذ التعاقد
الالكتروني..... 92

المبحث الثاني: الحماية المقررة لممارسة التجارة
الالكترونية.... 107

المطلب الأول: الحماية التقنية للتجارة
الالكترونية..... 107

الفرع الأول: الكتابة
الالكترونية..... 108

الفرع الثاني: التوقيع
الالكتروني..... 109

الفرع الثالث: التصديق
الالكتروني..... 114

المطلب الثاني: مظاهر الحماية المدنية للتجارة الالكترونية
المقررة بموجب قانون 18-

05..... 116

الفرع الأول: المسؤولية المدنية للمورد الالكتروني عن عدم
احترام ضوابط الإشهار الالكتروني

116.....

الفرع الثاني: المسؤولية المدنية للمورد الالكتروني عن إخلاله
بالالتزام بالإعلام

117.....

الفرع الثالث: حماية المستهلك الالكتروني من الشروط التعسفية

118.....

الفرع الرابع: إقرار حق المستهلك الالكتروني في العدول عن

التعاقد...119

المطلب الثالث: مظاهر الحماية الجزائية للتجارة الالكترونية

وفقا لقانون 18-

05.....120

الفرع الأول: جرائم التجارة الالكترونية وفقا لقانون 18-

05.....121

الفرع الثاني: متابعة جرائم التجارة الالكترونية وإمكانية التصالح

بشأنها.127

الخاتمة:.....130

قائمة المصادر والمراجع.....131

الفهرس.....144