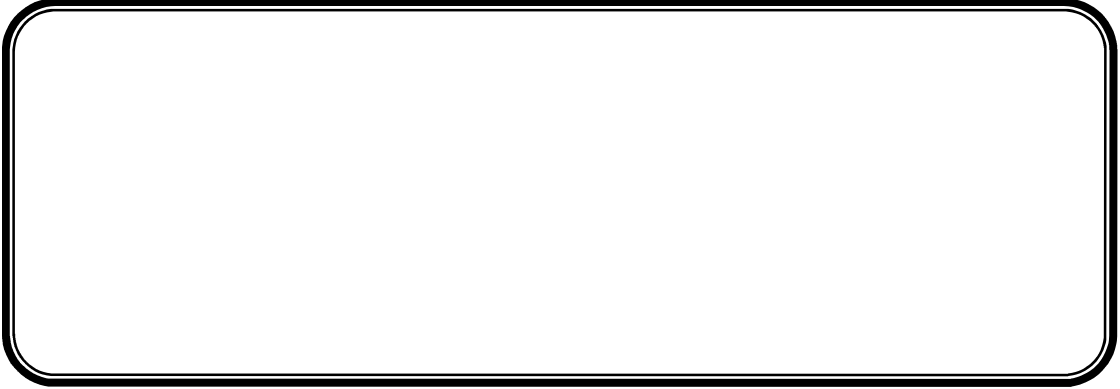




جامعة مولود معمري - تيزي وزو

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص: قانون الأعمال

تحت إشراف الأستاذة:

د/قونان كهينة

من إعداد الطالبتين:

- سعادولي ديهية

- لعمالي ليلي

لجنة المناقشة:

د/ مختور دليلة، أستاذة محاضرة "أ"، جامعة مولود معمري تيزي وزو..... رئيسة

د / قونان كهينة، أستاذة محاضرة "أ"، جامعة مولود معمري تيزي وزو..... مشرفة و مقررة

د/ براهيم صفيان، أستاذ محاضر "ب"، جامعة مولود معمري تيزي وزو..... ممتحنا

تاريخ المناقشة: 2021-12-15

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

الحمد لله و الصلوات على الحبيب المصطفى

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية

بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهدات الى

الوالدين الكريمين حفصهما الله و ادامهما لدربي

وزوجي الحبيب حفصه الله لي ولاهله.

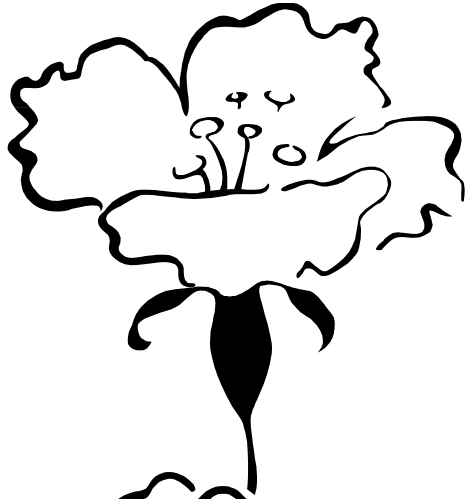
الى كل العائلة الكريمة التي تسانديولا تزال من الاخوة والاخوات.

الى رافقاتي في المشوار اللواتي رافقتني طيلة مسيرة الدراسية

فطيمة، نسرين، ديهية، كهينة، صبرينة، سيلية، ليندة والى كل

من كان له اكثر في حياتي وعلمني دروس الحياة حلوها ومرها.

ليلي



إهداء

الحمد لله علي كل شيء سميعا و بصيرا

إلي التي شقيت من أجل سعادتني والي التي علمتني الحلو والمر

والتي تسهر علي راحتني

واللي الشمس التي أنارت دربي و يسرت أمري وساعدت في

تدعيمي لمواصلة مشواري و الوصول إلى النجاح أمي قرة عيني

واللي روح أخي الغالي رحمه الله "أحمد" والي ابي سندي في

الحياة واهديها لاختوتي الاعزاء.

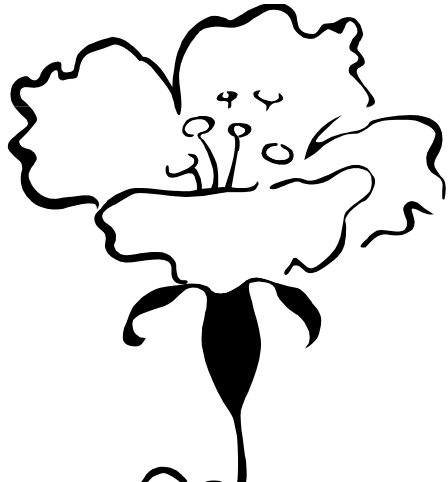
فاني أهدي هذا العمل البسيط المتواضعة إلي كل من ساندني

في مشواري الدراسي سواء من كان حافز ،دافعا منحني الإرادة ،

و إلى صديقاتي الغاليات سيلبية، نجاة، جوزة، ليلتهو الي من زرع

في روح المثابرة و الاصرار قاسي .

ديهية



شكر و عرفان

الشكر لله علي ما أولانا من الفضل والكرم
الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم و المعرفة والذي يسرنا في
هذا العمل المتواضع
فاللهم زدنا علما.

أتوجه بجزيل الشكر و الائتمان إلي كل من ساعدنا من قريب
و من بعيد علي انجاز هذه المذكرة المتواضعة و البسيط
،نتقدم بالشكر و عرفان للأستاذة " ولها منا كل
التقدير و الاحترام علي قبولها الإشراف علي هذا الانجاز
ولاننسى التوجه بالشكر إلي مسؤولي قسم الحقوق بكلية
الحقوق و العلوم السياسية بجامعة مولود معمري تيزي
وزو علي مساعداتنا علي ما وفروه لنا من فضاء للعلم و
البحث.

سعداولي ديهية، لعمالي ليلي

مقدمة:

أدى الانفتاح الاقتصادي والتجاري الذي عرفته دول العالم إلى تغير نمط المعاملات التجارية حيث أصبحت معظمها إلكترونية، ليظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية هذه الأخيرة التي ظهرت منذ فترة طويلة، ويعد التسوق عبر شاشات التلفزيون أشهر أشكالها، غير أنه لم تعرف وقتها التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، ولأن هذه الأخيرة هي صاحبة الفضل الأول في تعريف الفقه بمصطلح التجارة الإلكترونية وانتشارها، فقد أصبح العديد يعتقد بأن التجارة الإلكترونية لم تظهر إلا بظهور الانترنت و استخدامها في الأغراض التجارية، و انها عبارة عن المعاملات التجارية التي تتم عن طريق شبكة الانترنت، دون غيرها من وسائل التكنولوجيا.

تعد التجارة الإلكترونية طفرة في عالم التجارة وأسلوبا حديثا تستخدم فيه التقنية لتغيير أسلوب المعاملات التجارية و تسريعها، وهذه العملية تتيح للأفراد والشركات القيام بأعمالهم التجارية، دون أي قيود مرتبطة بالوقت أو بالحواجز الجغرافية. هذا وقد ظهرت التجارة الإلكترونية بمفهومها الحديث، بمعنى شراء وبيع المنتجات أو الخدمات، والقيام بالتحويلات المالية ونقل البيانات باستخدام وسيط إلكتروني (الإنترنت). مع بداية التسعينات وقد بدأ العمل بالانترنت كشبكة تجريبية لوكالة مشاريع البحث المتطورة التابعة لوزارة الدفاع بالولايات المتحدة، وبعد مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة في عالم الاعمال، اذ لم يعرف إلا بعد عام 1996 و ذلك بعد تحويل شبكة من الشبكات الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة الامريكية الى القطاع الخاص، عندئذ تطورت شبكة الانترنت وانتشرت بمعدلات متسارعة و جاء تطور التجارة الإلكترونية و التسويق الإلكتروني مواكبا التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال، بالأخص في مجال تكنولوجيا المعلومات و تطور شبكة الانترنت.

والجزائر كغيرها من الدول النامية تسعى بشتى الطرق والوسائل للخوض في التجارة الإلكترونية، لذلك كان من الضروري وضع منظومة تشريعية تؤطر هذه التجارة، مما يساهم في

:

إرساء الثقة وتطوير المبادلات التجارية، و ذلك بإصداره للقانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹.

لكن بالرغم من هذه الخطوة الايجابية من المشرع الجزائري، بأن نظم هذه المعاملات التجارية الإلكترونية إلا أن المستهلك الإلكتروني لا يزال متردد للخوض في غمارها، وهذا لعدة أسباب أهمها أن المعاملات الإلكترونية تتسم بالطابع الافتراضي الغير ملموس والذي يتمتع فيه المورد الإلكتروني نوع من قوة مقارنة بالمستهلك، اضافة إلى عراقيل أخرى يتعين البحث عن حلول لها.

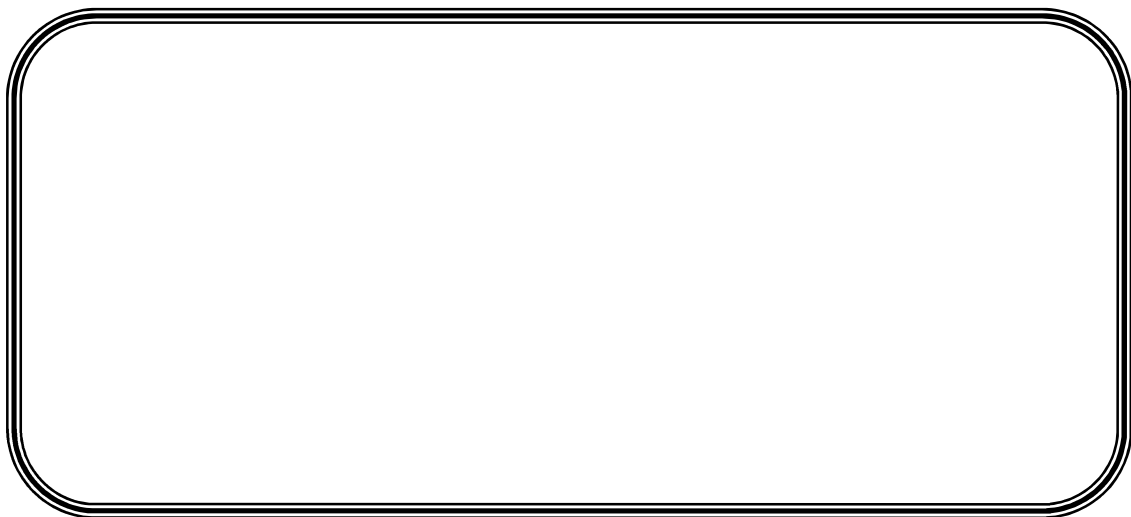
وعليه فإن موضوع الدراسة يطرح الاشكالية التالية هل يمكن ارساء وممارسة تجارة الكترونية في الجزائر بشكل فعال؟

للإجابة على الاشكالية أعلاه، تم تقسيم البحث إلى فصلين على النحو التالي:

الفصل الأول: أحكام التجارة الإلكترونية

الفصل الثاني: آفاق التجارة الإلكترونية

¹ قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28، الصادر في 16 ماي 2018.



الفصل الأول

أحكام التجارة الإلكترونية

تزايد حجم المعاملات المبرمة عبر الإنترنت وتزايد حجم دائرة استقطاب العملاء والمستهلكين في عالم التجارة الإلكترونية، نظراً للمزايا العديدة التي تتيحها التجارة الإلكترونية كوسيلة لتسهيل الاتصال بالزبائن من خلال شبكة الإنترنت التي تساعد في اختزال العمليات الورقية لأطراف العقود الإلكترونية بدل المستندات الورقية وإنجاز المعاملات إلكترونياً بأقل تكلفة وبأسرع وقت.

أصبحت بذلك التجارة الإلكترونية من بين القطاعات الأسرع نمواً في الاقتصاد العالمي، ويتوقع أن يتعاضد دورها في المستقبل القريب نظراً لتأثيرها الفعال على الأسواق وأداء المؤسسات وقدراتها التنافسية، ونظراً لهذه الأهمية يتعين الكشف عن ماهيتها (المبحث الأول) وتبيان ضوابطها (المبحث الثاني).

الفصل الأول

ماهية التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية نشاط تجاري يتم وفق دعائم الكترونية عابرة لحدود الدولة، وقد أفرزت هذه التجارة العديد من المشاكل القانونية، مما استلزم تدخل المشرع وفقهاء القانون لإيجاد حلول لها، ولفهممضمون ما استحدثه هذا العالم الإلكتروني من مصطلحات قانونية جديدة في مجال التجارة الإلكترونية، كان لابد من دراسة مفهوم هذه التجارة (المطلب الأول) والتعرف على مميزاتها (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مفهوم التجارة الإلكترونية

تعرف التجارة الإلكترونية نمواً كبيراً، حيث أصبحت مفتاح التطور الصناعي، والمحور الأساسي للتطور الاقتصادي على المستويين الدولي والوطني، لذلك تظهر أهمية ضبط تعريفها (الفرع الأول) وتحديد أنواعها (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف التجارة الإلكترونية

يعتبر تعريف التجارة الإلكترونية من أهم المواضيع التي شغلت اهتمام الفقه (أولاً) وكذا المنظمات الدولية (ثانياً) كان للمشرع الجزائري موقفاً من المسألة (ثالثاً).

أولاً: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية.

حظيت التجارة الإلكترونية باهتمام الفقه الذي حاول إيجاد تعريف لها، حيث عرفها البعض بأنها: " الأعمال والنشاطات التجارية التي تتم ممارستها من خلال الشبكة المعلوماتية الدولية المتمثلة في الانترنت".¹

¹ - محمد ابراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية والمنازعات العقدية وغير العقدية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 25.

جاء هذا التعريف شاملا وغير مضبوط، فليس كل نشاط عبر شبكة الانترنت يعتبر تجارة إلكترونية، لذلك اعتبر التجارة الإلكترونية بأنها، نشاط تجاري يتم بفضل اجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الأنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز إلكترونية تتم كلها عبر الحاسوب الآلي، الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية.¹

حيث يتوقع لها البعض أن يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر الشامل، حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم، ليتفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات إن أراد.²

ثانيا: تعريف المنظمات الدولية للتجارة الإلكترونية.

حظيت التجارة الإلكترونية بالاهتمام الدولي، من خلال منظمات وهيئات حاولت تنظيمها، ومن بين المسائل التي حرصت على ضبطها هو تعريفها، ويتعلق الأمر بكل من منظمة التجارة العالمية (1)، منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (2)، الاتحاد الأوروبي (3)، البنك الدولي (4).

1- تعريف منظمة التجارة العالمية :

عرّفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها: مجموعة متكاملة من عمليات انتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية.¹ يلاحظ على هذا التعريف أنه

1-خنوسي كريمة، تكنولوجيا الاعلام والاتصال ودورها في عقود التجارة الإلكترونية، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم عن بعد حول: " حماية المستهلك في الوسط المادي والاقتصادي بين تجليات الواقع ورهانات المستقبل"، المنظم من طرف كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، بتاريخ 28 جوان 2021، ص 45.

2- نفس المرجع، ص 48.

تضمن عمليات الانتاج في حين ان التجارة الالكترونية ليست مهمتها الانتاج،انما يقتصر دورها على عرض هذه المنتجات،كما يعاب على التعريف أنه قصر الانشطة على المنتجات فقط دون الخدمات، ومن ثم لا يدخل في نطاق التعريف الخدمات الاستشارية مثلا أو منح التراخيص أوالخدمات المصرفية.²

2-تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:

عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية التجارة الالكترونية بأنها: {مجموعة الصفقات التجارية تتم من خلال شبكات الاتصال العالمية المفتوحة}.³ حيث يلاحظ من خلال هذا التعريف أنه اشترط أن يتم وتنجز الصفقة التجارية عن طريق وسائل الاتصال،في حين انه يمكن ان يتم الصفقة عن طريق وسائل الاتصال لكن التنفيذ يكون بالوسائل التقليدية،مثال: ابرام العقد لشراء السلع يكون عبر الانترنت، لكن التسليم يكون فعليا وماديا، هذا من جهة و من جهة اخرى قد لا ينفذ العقد أو لا ينجز نتيجة الاختلاف فيما بين المتعاقدين حول الاسعار مثلا.⁴

3- تعريف الاتحاد الأوروبي:

ينبه الاتحاد الاوروبي الى أهمية التجارة الالكترونية من بداية انتشارها في اوروبا والولايات المتحدة، وكان له دور فاعل في تنظيمها وقد عرفها بأنها: " كل الانشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين، أو بين كل منهما على حدة وبين الادارات الحكومية"⁵، يلاحظ أن التعريف جاء واسعا وشاملا لجميع

¹ - سلطان عبد الله محمود الجوازي، عقود التجارة الالكترونية والقانون الواجب التطبيق {دراسة مقارنة}، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2010، ص 25.

² - نفس المرجع، ص 25.

³ - قاسم الطائي، التجارة الالكترونية والقانون واجب التطبيق {دراسة مقارنة} رسالة ماجستير، مقدمة الى كلية الحقوق، الجامعة الامريكية، لندن، 2009، ص 13.

⁴ - نفس المرجع، ص 14.

⁵ - فادي محمد عماد الدين توكل، عقد التجارة الالكترونية ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2010، ص 25.

الانشطة ويعاب عليه أنه قد يشمل الانشطة التجارية وغير التجارية التي تتم بوسائل
الالكترونية.¹

كما يعتبرها مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الانترنت وتشمل هذه
التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات وكذا خدمات المعلومات
المالية و القانونية، وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لاتمام الصفقاتوالانترنت
والفاكس....²

4_البنك الدولي:

عرف البنك الدولي التجارة الالكترونية بأنها: "استخدام الشبكة الحاسوبية في تسهيل
المعاملات، ويتضمن ذلك الانتاج،التوزيع،البيع،الاعلان عن السلع والخدمات في
السوق"³، ويلاحظ على هذا التعريف أنه يفتقر الى الدقة،فقد تطرق الى الانتاج والتوزيع،في
حين ان التجارة الالكترونية ليست انتاجا ولا توزيعا.⁴

ثالثا: موقف المشرع الجزائري من تعريف التجارة الالكترونية

لدراسة موقف المشرع من مفهومالتجارة الالكترونية،يتعين أولا التطرق لمراحل تطور
قانون التجارة الكترونية في الجزائر (1)، وصولا إلى مرحلة صدور القانون 18 - 05.

1-مراحل تطور قانون التجارة الالكترونية في الجزائر:

طغت وسائل الاتصال الحديثة على الحياة الخاصة للأفراد في الجزائر وكافة طوائف
المجتمع المدني والاقتصادي،فصارت حتمية لا بد منها وعلى الجميع مسايرة التطورات
الحاصلة بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي والتجارة الالكترونية وغيرها،ما جعل المشرع

¹- نفس المرجع،ص25.

²- Alain charles lartinet ,Ahmed silem,lexique de gestion, dalloz, lyon, 2005 p110_

³- محمد نايف محمود، اثر التجارة الالكترونية و بعض المتغيرات الاقتصادية في تدفق رأس مال الاجنبي، دراسة مقارنة،
رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الادارة و الاقتصاد، جامعة الموصل، 2003، ص24.

⁴- محمد ابو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية و المنازعات العقدية وغير العقدية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،

2005 ص 25.

الجزائري يتدخل من اجل ضبط وحماية المستهلك محدوديتها امام التطورات الحاصلة في مجال التجارة الالكترونية والوصف الجديد للمستهلك الالكتروني.¹

كانت بداية سن قانون يتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها بصدور قانون رقم 04_09 المؤرخ في 05 اوت 2009² حيث جاء في مادته الأولى أنه يهدف الى وضع قواعد خاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها، فكل جريمة يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام اتصال الكتروني تخضع لاحكام هذا التنظيم.

قام بعده المشرع بسن قانون يهدف الى تحديد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الالكترونيين وهو القانون رقم 04_15 المؤرخ في 01 فيفري 2005 مؤرخ في 11 ربيع ثاني 1436 هـ الموافق ل 01 فبراير 2015 المتعلق بالقواعد العامة بالتوقيع و التصديق الالكتروني حيث جاء هذا القانون ليحدد مفهوم التوقيع الالكتروني،و الذي هو عبارة عن بيانات في شكل الكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات الكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق.

حدد كذلك صفة الموقع وآلية انشاء هذا التوقيع وشهادة التصديق الالكتروني، حيث تحفظ الوثيقة الموقعة الكترونيا في شكلها الاصلي ويتم تحديد الكيفيات المتعلقة بحفظ الوثيقة الموقعة الكترونيا عن طريق التنظيم، أين يستعمل التوقيع الالكتروني لتوثيق هوية الموقع واثبات قبوله في الشكل الالكتروني.³

غير أن زيادة وعي الفرد الجزائري واستعماله لوسائل الاتصال الحديثة بشكل يومي تقريبا، خاصة لما أصبح كل فرد بالغميمتلك على الأقل هاتف ذكي وبلغ الى عالم الانترنت

¹ _ محمد ابو هيجاء، المرجع السابق، ص 25.

² _ القانون رقم 03-09 مؤرخ في 05 اوت 2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر، رقم 35 الصادر في 13 جوان 2018. المعدل و المتمم الصادر في 25 فبراير 2009.

³ _ المادة 02 من قانون رقم 15-04 مؤرخ في 11 ربيع الثاني 1436 هـ الموافق ل 01 فبراير 2015، المتعلق بالقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني.

بكل سهولة واريحية، كان لابد من الاهتمام أكثر بنمط جديد من المعاملات وهو الشراء والبيع عبر شبكة الانترنت، وطلب الخدمات والتسوق ودفع الفواتير.¹ ما استدعى تنظيمها وفقا لقانون خاص.

2- تعريف التجارة الالكترونية طبقا للقانون رقم 05_18:

كان انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر دافعا للبحث عن آليات تكريس حماية المستهلك الالكتروني، وضمان مجموعة من الحقوق والشروط الواجب توافرها في التعاملات الالكترونية نذكر منها: حق المستهلك في الاعلام، وحقه في العدول، وكذلك حقه في مواجهة الشروط التعسفية لتحقيق التوازن بين طرفي العقد، زيادة على حقه في حماية البيانات الشخصية.² وهو ما أسفر عن اصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، هذا الأخير الذي تناول في المادة 06 منه تعريفا للتجارة الالكترونية بأنها: " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح او ضمان توفير السلع و الخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية."

الفرع الثاني

أنواع التجارة الإلكترونية

ينظر الى التجارة الالكترونية على أنها مفهوم متعدد الابعاد يمكن ان يتم خلال اشكال مختلفة ولعل اهمها التجارة الالكترونية بين وحدة اعمال والمستهلك (اولا) والتجارة الالكترونية بين وحدة اعمال ووحدة اعمال اخرى (ثانيا) والتجارة الالكترونية بين المشروعات الادارات المحلية الحكومية (ثالثا) والتجارة الالكترونية بين المستهلك والمنظمات الالكترونية (رابعا).

أولاً- التجارة الإلكترونية بين وحدة اعمال (الشركة) والمستهلك business to costumer:

¹ - محمد ابو الهيجاء، مرجع السابق ، ص28.

² - نفس المرجع، ص30.

ترتبط بين المؤسسات والمستهلكين والزبائن والتي تدعى التجارة البحرية الإلكترونية *electronic e-commerce* أو التسويق الإلكتروني تعبر عن العلاقة بين الشركات التي تقوم بعرض مختلف أنواع السلع والخدمات التي ترغب في تسويقها عبر الإنترنت والمستهلك الذي يستعرض السلع المتاحة ويقتني منها حاجياته باتباع رغباته.¹

يمر التسويق الإلكتروني بمجموعة من المراحل فالمستهلك الذي يرغب في الحصول على سلعة ما يزور موقع الشركة العارضة لسلعتها وتقوم بالبحث عن الجناح الخاص بنوع السلعة المطلوبة، ثم تقتني تقنيا المعينة داخل الجناح له شاشة الحاسوب اللائحة النهائية يختار منها السلعة بالموصفات التي يريدها وفي اسفل الشاشة يضع ما يشاء من مشتريات في سلسلة البضائع ثم يقوم بضبط الكمية وسعرها النهائي.²

يتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعا عن طريق استخدام بطاقة الائتمان اما حصول المستهلك على مشتريات تكون باحدى الطريقتين توصيلها عبر الشبكة اذا كانت النوع القابل للتمييز الرقمي والنسخ عن بعد ارسال البضائع والسلع المشتراة بواسطة مندوبي المبيعات او البريد السريع او بواسطة الشحن³

ثانيا- التجارة الإلكترونية بين وحدة اعمال و وحدة اعمال اخرى *business to business (B TO B)*

يقصد بها بيع وشراء بين الشركات سواء كانوا اطراف عملية تجارية او شركاء او في شكل تبادل الكتروني ومن الامثلة على هذا النوع من التجارة قيام بينات الشركة باستخدام شبكة الاتصال للحصول على طلباتها من الموردين واستلام الفواتر وكذلك القيام لتسديد الالكتروني، يمكن ان نميز بين نوعين من التجارة الإلكترونية بين الشركات و هما:⁴

¹ جوهري بن رجدةال .الانترنت و التجارة الإلكترونية .حالة الاستيراد الكتاب جامعة سعيد دحلب مقدمة ضمن متطلبات لنيل

شهادة ماجستير في العلوم التسيير جامعة الجزائر 2002.ص73

² نفس المرجع، ص 74.

³ نفس المرجع.ص77.

⁴ - فريد النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية و الاقتصاد الرقمي، 98 ص .

أ- تجارة عمودية بين الشركات **vertical B TO B**:

يهتم هذا النوع من التجارة الالكترونية بنوعية معينة من الخدمات للعديد من الصناعات و المجالات حيث توجد مواقع تقوم بانشاء وحدات او جماعات متخصصة في خدمات متخصصة مثلا.¹

ب- تجارة الكترونية افقية **horizontal B TO B** :

"مواقع تجارية الكترونية التي تهتم بكافة الخدمات التي تربط بصناعة معينة "

تعتبر التجارة الالكترونية بين وحدات الاعمال من اكثر انواع التجارة الالكترونية شيوعا في الوقت الحالي فتعتمد اسلوب من اساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات فعلى مر العقود من الزمن كانت البنوك تستخدم تحصيلات للاموال الكترونيا والتي تشمل عمليات تبادل لمعلومات الحساب بطريقة الكترونية عبر شبكة التواصل خاصة²

انشطة الاعمال كانت تقوم بشكل من التجارة الالكترونية تعرف باسم "تبادل البيانات الالكترونية EDI"³ على شبكة ربط الشركة بمورودها وزبائنهم مقابل رسم شهري ثابت مما يسهل المعاملات و يخفض تكاليف اتمام المعاملات غير ان هذا النوع من الشبكات كان يتطلب استثمارات كبيرة و تكاليف باهضة الشريك ملزم بشراء حاسوب و برمجيات و انشاء وصلات سلكية مباشرة باستخدام خطوط التليفون مساجر و دفع رسم من كل صفقة مما جعل الكثير من الشركات الصغيرة غير قادرة على تحمل المشاركة في هذا النظام الذي يكون حكرا على الشركات العالمية⁴.

دفع التطور السريع الذي شاهدهته شبكة الانترنت العديد من الشركات الى هجرة التطبيقات التجارية القائمة على الشبكات الخاصة والتحول الى استعمال تكنولوجيا الانترنت

1_ احمد قنديل ، التجارة الالكترونية ، المرشد للمدير العصري : رؤية تسريفة ، مصر ، 2004 ، ص 24.

2_ نفس المرجع ا .ص.24.

3 محمد ابو الهيجاء، المرجع السابق ص26.

4 نفس المرجع ص30.

وتبني ادواتها في اجراء معاملاته¹ تجارية رغم تضارب التقديرات حول حجم التجارة الالكترونية ما بين المؤسسات الا ان معظمها تنفق ان هذا الشكل سيشهد تطورا معتبرا خلال السنوات القادمة.²

ثالثا- التجارة الالكترونية بين المشروعات والادارة المحلية الحكومية business

3: to gouvernement B TO G

تغطي كافة التعاملات بين الشركات المنظمات الحكومية حيث تقوم الحكومة بعرض الاجراءات و الرسوم و نماذج المعاملات على الانترنت بحيث تستطيع الشركات ان تتطلع عليها بطريقة الكترونية دون الحاجة لتعامل مع مكتب حكومي مثال ذلك: قيام الشركة بتسوية ضرائب عبر الانترنت⁴

هذا النوع من التجارة الالكترونية حديث العهد الا انه ينال اهتماما متزايدا من قبل مختلف الحكومات التي تحرص على اكثر منها على استخدام وسائل الكترونية بمختلف تعاملاتها وهذا ما يعرف بالحكومة الالكترونية حيث ان للحكومة الالكترونية عدة فوائد منها:⁵

- ✓ رفع مستوى كفاءات الادارية و ترشيد تكاليف .
- ✓ فتنشيط الانظمة والاجراءات يؤدي الى تحسين مستوى الاداء .
- ✓ تحسين جودة الخدمات من خلال رفع مستوى الخدمات الحكومية وامكانية الحصول على هذه الخدمات بسهولة.
- ✓ نمو الاعمال التجارية حيث تتاح الفرص للنشو و الاعلان عبر شبكة الانترنت.

¹ مزغيش جمال، التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت ، اطروحة حول دراسة حالة توجيه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الالكترونية، ، ص59.

² نفس المرجع ، ص 59.

³ شوقي ناجي،الابعاد المستقبلية للحكومة الالكترونية في الاردن، متطلبات النجاح، العدد3، مطبعة الجامعة الاردنية، الأردن، 2007، ص285 .

⁴ نفس المرجع، ص285.

⁵ أحمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية و العولمة المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2006، ص48

رابعا- التجارة الالكترونية بين المستهلك و المنظمات الالكترونية G TO C :

يقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة حيث ان الحكومة تسعى الى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير سواءا من حيث الحصول على معلومات والبيانات وتلبية بعض المطالب وخير مثال على ذلك استخراج رخص السيارات وتراخيص لممارسة المهن و صرف الرواتب والمعاشات ,تسديد الضرائب والفواتير الكترونيا.¹

هذا النوع من التجارة الالكترونية يمر بمرحلة الطفولة المبكرة الا انه يتوقع توسيعها و انتشارها بسرعة مع بدء استخدام الحكومات لعملياتها الخاصة لتعزيز الوعي باهمية التجارة الالكترونية.²

خامسا-التجارة الالكترونية غير الربحية: NON BUSINESS ELECTRONIQUE :COMMERCE

تهتم بهذا النوع من التجارة المؤسسات الدينية والاجتماعية والجمعيات الخيرية والتي تكون غالبا انسانية وترتكز على خدمة المجتمع و شرائح محددة و تمارس هذه المنظمات الغير هادفة للربح نشاطاتها عبر الشبكة المعلوماتية بغرض تخفيض تكاليف ادارية او تحسين صورة المنظمة او كنوع من انواع مواكبة التكنولوجيا.³

المطلب الثاني

خصائص التجارة الالكترونية

تميز التجارة الالكترونية بخصائص معينة تميزها عن التجارة التقليدية، تتمثل في كل من الطابع الدولي والعالمي (الفرع الاول)،الطابع المتداخل في التجارة الالكترونية (الفرع الثاني)،غياب المستندات الورقية لمعاملات التجارة الالكترونية (الفرع الثالث)،عدم الكشف عن هوية المتعاملين (الفرع الرابع) .

¹ - احمد عبد الخالق ،المرجع السابق ، ص 48.

² - نفس المرجع، ص49.

³ - محمد ابو الهيجاء المرجع السابق،50ص.

الفرع الأول الطابع الدولي و العالمي

تتيح التجارة الإلكترونية للشركات عرض المنتجات والخدمات في موقعها الإلكتروني على شبكة العالمية التي تتخطى الحدود الزمنية والمكانية أو الجغرافية، حيث يتم ذلك طيلة ساعات اليوم وفي كل أيام السنة دون انقطاع وتصل خدماتها دول العالم في نفس الوقت، ويستطيع المستهلك ان يتحول في الاسواق الإلكترونية بكل حرية مع توفر كم هائل من المعلومات والمواصفات والاسعار عن السلع المطلوبة، وهذا يقدم للمستهلكين خدمات افضل والتكاليف اقل مما يستحوذ على رضاهم¹.

الفرع الثاني

الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية

أصبحت الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات الكبيرة والصغيرة في التجارة الإلكترونية اقل وضوحاً وحدة، فأصبح بالمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقتين التقليدية أو بطريقة الكترونية مباشرة على الانترنت مثل الموسيقى والاقراص المدمجة وافلام الفيديو والاقراص التي تحتوي على برامج الكمبيوتر او المعلومات او الدروس، وهذا ما يخلق صعوبة فرض الضريبة على المنتج اذا ما كان سلعة او خدمة هذه الخاصية تلزم المؤسسات على اعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفرضها ممارسة التجارة الإلكترونية².

¹ - محمد سعيد احمد اسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية. منشورات الحلبي الحقوقية. سوريا. 2009، ص 66 .

² - نفس المرجع، ص 66 .

الفرع الثالث

غياب المستندات الورقية لمعاملات التجارة الالكترونية

عبر بعض الفقهاء الامركيين على التجارة الالكترونية ونظام التبادل الالكتروني للبيانات تعبيراً بديلاً، وهو التجارة اللاورقية، وقد اصبح هذا المصطلح شائعاً في تشريعات التجارة الامريكية، وهناك العديد من الفوائد التي نجنيها من غياب المستندات الورقية منها:

- خفض التكاليف الناتجة عن انشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية حيث قدرت تكلفة انتاج و معالجة الاوراق في الصفقات التجارية 10 بالمئة من قيمة المنتجات او البضائع.
- تنمة الكاملة للصفقات التجارية التي يمكن ان تشمل الايجاب والقبول والتعاقد والدفع والتسليم وغيرها¹.

الفرع الرابع

عدم الكشف عن هوية المتعاملين

تتم تعاملات التجارة الالكترونية بين الاطراف قد يفصل بينهما الاف الاميال ، كما يختلف التوقيت الزمني بينهم وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين فبين بعضهم البعض وهذا قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة او تقديم بطاقات ائتمان مسروقة او اساءة استخدام المعلومات اثناء التعامل وهذا ما يثير مسالة الخصوصية وسرية المعلومات و لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة ستوفر حتما الامان والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الانترنت.²

¹ - محمد سعيد المرجع السابق، ص 67.

² - احمد عبد الخالق المرجع السابق ص 68.

المبحث الثاني

ضوابط التجارة الإلكترونية

استنادا للقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يهدف إلى تحديد القواعد العامة للتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات، نظم المشرع مجموعة من الشروط لممارسة المورد الإلكتروني لنشاط التجارة الإلكترونية، تتمثل في الشروط الموضوعية (المطلب الأول) إضافة إلى الشروط الشكلية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الشروط الموضوعية لممارسة التجارة الإلكترونية

يشترط لمزاولة التجارة الإلكترونية ألا تنصب عليها، ما يشكل شرطا موضوعيا، وهو ما تبناه المشرع الجزائري، حيث حدد المعاملات الممنوعة من إبرامها في شكل الإلكتروني، بعضها أوردها في المادة الثالثة من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية (الفرع الأول) والبعض الآخر في المادة الخامسة من نفس القانون (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المعاملات المستبعدة بموجب المادة الثالثة من قانون 18-05

المتعلق بالتجارة الإلكترونية

تنص المادة الثالثة من قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على أنه: "تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع و التنظيم المعمول بها ، غير أنه تمنع كل معاملة عن طريق الإتصالات الإلكترونية و التي تتعلق فيما يلي:

- لعب القمار و الرهان و اليانصيب .
- المشروبات الكحولية و التبغ .
- المنتجات الصيدلانية .
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية و الصناعية .
- كل سلعة أو خدمة محضرة بموجب التشريع المعمول به .

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الإتصالات الإلكترونية إلى الحقوق و الرسوم التي تنص عليها التشريع و التنظيم المعمول بها " .

يتضح من خلال تحليل المادة 03 أعلاه، أن المعاملات التجارية عبر الإتصال الإلكتروني تحكمها مجموعة من الضوابط المنصوص عليها في القانون¹، فإذا كان للشخص مطلق الحرية في تسويق واقتراح توفير السلع أو الخدمة التي يرغب فيها عن طريق الوسائط الإلكترونية، بحيث أن مجالات التجارة الإلكترونية عديدة ومتنوعة، منها تجارة التجزئة، الخدمة المتخصصة والتجارة الدولية².

مع ذلك حضر المشرع الجزائري أن تكون بعض المعاملات محلا للتجارة الإلكترونية، ويمكن حصرها فيما يلي:

أ- حضر لعب القمار والرهان واليانصيب :

اشتهرت فكرة اليانصيب وأصبحت متداولة عبر الأنترنت، ثم تم استغلال الفكرة في عمليات الاحتيال بحجة اليانصيب، عن طريق ارسال رسائل بالبريد الإلكتروني للأشخاص واتهامهم بالفوز فيه بمبالغ خيالية تجعل المتلقي يدلي بمعلومات أحيانا دون انتباه، كون أن لعبة الرهان والقمار ممارسة ممنوعة باستثناء الرهان الخاص بالمسابقة والرهان الرياضي الجزائري طبقا للمادة 612 من القانون المدني³.

ب- حضر التعامل بالمشروبات الكحولية والتبغ :

يكمن الهدف من حضر التعامل بالمشروبات الكحولية والتبغ في التخفيف من تعاطي المشروبات الكحولية التي أدت الى مخاطر صحية لمتعاطيها، حيث منع المشرع

¹ المادة 19 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية تنص على أنه: "بمجرد إبرام العقد، يلزم المورد الالكتروني بإرسال نسخة الكترونية من العقد إلى المستهلك الالكتروني"

² محمد ابراهيم ابو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية (العقد الالكتروني-إثبات العقد الالكتروني -حماية المستهلكين- ووسائل الدفع الالكترونية-المنزعات العقدية- القانون الواجب التطبيق) دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص ص 59-58.

³ امر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975 المعدل و المتمم.

الجزائري بموجب القانون رقم 01_18 المتعلق بالصحة¹، الترويج والإشهار لمواد التبغ والمشروبات الكحولية، حيث تنص المادة 51 منه على أنه: "تمنع كل اشكال الترويج الرعاية والإشهار لفائدة مواد التبغ"، أما المادة 60 فتتص على أنه: "يمنع الترويج والإشهار للمشروبات الكحولية ولكل مادة اخرى مضره بالصحة"

ج- حضر التعامل بالمنتجات الصيدانية :

منع المشرع الجزائريالإشهار للمادة الصيدانية والترويج لها اتجاه المستهلكين طبقا للمادة 237 في فقرتها السابعة من قانون الصحة سالف الذكر، التي تنص علأنه: "يمنع الإشهار للمواد الصيدانية و الترويج لها تجاهالجمهور بكل الوسائل الإعلامية"

مع اقرار قانون الصحة الجزائري ان الإشهاره للمواد الصيدلانية الموجهة لمهني الصحة يتم بموجب الترويج لوضفة المواد الصيدلانية وتسليمها طبقا للمادة 237 من فقرتها الاولى.

د_ حضر التعامل بالمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية والصناعية والتجارية

حضر المشرع الجزائري التعامل بالمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، ومثال على ذلك منع عرض منتج وعلامة تجارية مقلدة لعلامة حقيقية لمنتج أصلي، لأن هذا العرض يعتبر مساس بالحقوق الإستثنائية المخولة لمالك العلامات، الذي نصت المادة سالفة الذكر على أنه: "مع مراعات احكام المادة 20أعلاه،يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

يعدالتقليد جريمة يعقاب عليها، في المواد 27الى 30 ادناه"².

¹ قانون رقم 18-11، مؤرخ في 2 جويلية 2018، يتعلقبقانون الصحة، ج ر عدد46، الصادر في 29 جويلية 2018.

² أمر رقم 03-06مؤرخ في 19 جويلية 2003،يتعلق بالعلامات التجارية، ج ر ، عدد 44 الصادرة في 23 جويلية 2003.

الفرع الثاني

المعاملات المستبعدة بموجب المادة الخامسة

تنص المادة الخامسة من قانون رقم 05_18 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية على

أنه:

"تمنع كل معاملة عن طريق اتصالات الكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به وكذلك كل كل المنتجات او الخدمات الاخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني النظام العام والامن العمومي" عرف المشرع الجزائري المقصود بالمنتجات الحساسة بموجب المادة 02 في فقرتها الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 410_09 الذي يحدد قواعد الامن المطبقة على النشاطات المطبقة على التجهيزات الحساسة¹ كما يلي: يقصد بالتجهيزات الحساسة في مفهوم هذا المرسوم "كل عتاد يمكن ان يمس استعماله غير المشروع بالامن الوطني وبالنظام العام".

نلاحظ أن نص المادة الخامسة أعلاه تعاملت مع النظام العام والأمن العام على أنها مفردان مختلفان مميزان عن بعضهما البعض، وفي واقع الأمر أن الأمن هو من أعراض النظام العام الى جانب الصحة العامة والسكينة العامة .

ومن أجل تحقيق الأمن التجاري في اطار التجارة الالكترونية والمحافظة عليه، فقد فرض المشرع الجزائري على الموردين الالكترونيين التزامات، أهمها أن لا يكون الاشهار التجاري الالكتروني كاذب، بحيث يؤدي الى تخطيط المستهلك الالكتروني، وأن لا يمس بالآداب العامة والنظام العام².

ويعاقب مرتكبها بغرامة 5000.000 دج الى 2000.000 دج دون المساس بتطبيق العقوبات الاشد في المعمول به مع جواز أن يأمر القاضي بغلق الموقع الالكتروني والشطب من السجل التجاري طبقا للمادة 38 من نفس القانون.

¹ - مرسوم التنفيذي رقم 09-410، مؤرخ في 10 ديسمبر 2009، يحدد قواعد الامن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة، ج ر، العدد 09، الصادر في 19 فيفري 2009.

² - المادة 34 من قانون 05-18 المتعلق بقانون التجارة الالكترونية، المرجع السابق

وفي حالة تكرار هذه المخالفة خلال مدة لا تتجاوز 12 شهر من تاريخ ارتكاب المخالفة الأولى تضاعف العقوبة بموجب المادة 48 من القانون المذكور سابقا.¹

المطلب الثاني

الشروط الشكلية لممارسة التجارة الإلكترونية

تنص المادة 08 من قانون رقم 05_18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على انه " يخضع نشاط التجارة الإلكترونية لتسجيل السجل التجاري او في سجل الصناعات التقليدية حسب الحالة، ونشر موقع الكتروني او صفحة يجب يتوفر الموقع الالكتروني للمورد الالكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته".

انطلاقا من هذه المادة تحدد الشروط الشكلية لممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، تتمثل في اشتراط مجموعة من الاجراءات يقوم بها المورد الالكتروني (الفرع الاول) ومن جهة اخرى إجراءات المركز الوطني للسجل التجاري (الفرع الثاني) .

الفرع الأول

إجراءات المورد الإلكتروني

يشترط لمباشرة المورد الإلكتروني نشاط التجارة الإلكترونية تسجيل هذا النشاط في السجل التجاري (اولا) أو في سجل الصناعات التقليدية حسب الحالة (ثانيا) ثم ضرورة نشره في موقع الكتروني او صفحة الكترونية على الانترنت (ثالثا) إضافة إلى ايداع اسم نطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري (رابعا).

اولا) تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل تجاري :

كل تاجر سواء طبيعي او معنوي يرغب في ممارسة نشاط التجارة عن طريق الاتصال الالكتروني لا بد عليه من تسجيل هذا النشاط في سجل تجاري حتى تكون ممارسته لهذا

¹ - المادة 48 من قانون 05-18 المتعلق بقانون التجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

النشاط مشروعة ونزيهة تمكنهم الاستفادة من الحماية القانونية¹، وفي ذلك تنص المادة 05 مكر من قانون رقم 06_13 المعدل للقانون 08_04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية²، على ما يلي :

"يمكن القيد في السجل التجاري بالطريقة الالكترونية ويمكن اصدار مستخرج السجل التجاري بواسطة اجراء الكتروني يحدد نمودجه عن طريق التنظيم".
فبمجرد صدور التنظيم اصبح هذا القيد بالشكل الالكتروني اجراء الزامي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 112_18 وهذا يفهم من خلال المادة 07 التي تنص على أنه:
"التجارة غير الحائزين السجل التجاري المزود بالرمز الالكتروني "س.ت." اطلب تعديل مستخرجات سجلاتهم التجارية لدى فروع المركز الوطني لسجل التجاري المختصة اقليميا بغرض الحصول على الرمز الالكتروني"س.ت.ا.

تكون مستخرجات السجل التجاري غير المزود بالرمز الالكتروني صالحة لمدة سنة واحدة ابتداء من نشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية"
وقد تم تمديد مدة السنة المنصوص عليها في الفقرة الاخيرة من المادة المذكورة اعلاه الى غاية 31 ديسمبر 2019 بموجب مرسوم 251_19 المؤرخ في 19 سبتمبر 2019 يعدلويتم المرسوم التنفيذي رقم 112_18 المؤرخ في 5 افريل 2018 الذي يحدد نموذج استخراج السجل التجاري بواسطة اجراء الكتروني بحيث تنص المادة الثانية في حال التقاعس فيالقيام بهذا الاجراء، كما عملت وزارة التجارة في بيان صادر منها على تمديد الاجال مرة اخرى الى غاية 30 جوان 2020 ومع انقضاء هذه المدة تصبح مستخرجات السجل التجاري التي تحتوي على الرمز الالكتروني غير صالحة وعديمة الاثر.

¹ كريم كريمة، استعمال تكنولوجيا المعلومات وعملية القيد في السجل التجاري ، مجلة معارف قسم العلوم القانونية ، تصدر عن جامعة اكلي محند او لحاج بالبويرة، العدد 24 ، 2018 ، ص 69.

² قانون رقم 08-04، مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، ج ر العدد 52، الصادر في 18 اوت 2004، المعدل و المتمم .

ويبقى تعليق هذا الموقع الإلكتروني سارى المفعول الى غاية تسوية وضعيته طبقا للمادة 42 من قانون 05_18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وقد يأمر بشطب الشخص من السجل التجاري بموجب المادة 38 في فقرتها الثانية من نفس القانون اذا خالف احكام المادة 05 التي ذكرناه سابقا.

ثانيا) تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل الصناعات التقليدية والحرفية

يجب على كل حرفي سواء كان شخصا طبيعيا او معنويا يرغب في ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، تسجيل هذا النشاط في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حتى تكون ممارسته لهذه الممارسة مشروعة ونزيهة¹.

يعاب على المشرع الجزائري انه لم يحدد الجزاء في حالة ما اذا مارس حرفي نشاط التجارة الإلكترونية من دون التسجيل المسبق في سجل الصناعات التقليدية.

ثالثا) نشر نشاط التجارة الإلكترونية في موقع الكتروني او في صفحة الكترونية :

اضاف المشرع الجزائري اجراء شكلي اخر لممارسة التجارة الإلكترونية، وهو ضرورة نشر هذا النشاط في موقع الكتروني او صفحة الكترونية على الانترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد² com.dz، مع اشتراط توفير هذا الموقع على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.

بمعنى ان المشرع يشترط ان يكون للمورد الإلكتروني اسم نطاق خاص به اذ يعتبر هذا الاخير بوابة الوصول الى الموقع الإلكترونية التجارية التي تعد من مرتكزات سايسية الشركات التجارية فيمايتعلق بالمنافسة ابرام الصفقات عبر شبكة الانترنت مما اكتسبه قيمة تجارية مادية مستقلة³.

¹ - المادة 32 من قانون 04-08 المتعلق بشروط التجارة الإلكترونية .

² - الفرق بين com وdz هو عنوان يشير الى المواقع التجارية وهي تدخل ضمن عناوين المواقع العامة التي تخصص بها دول معين .

يشترط المشرع الجزائري اسم النطاق في قانون 05_18 المتعلق بالتجارة الالكترونية بموجب المادة 06 في فقرتها الاخيرة حيث جاء فيها اسم النطاق :
 "عبارة عن سلسلة طرق او ارقام مسجلة لدى سجل الوطني لاسماء النطاق وتسمح بالتعرف و الولوج الى الموقع الالكتروني "

رابعاً) ايداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري:

يجب على المورد الالكتروني ايداع اسم نطاق نشاطه لدى المركز الوطني للسجل التجاري حتى يمكنه من مزاوله نشاط التجارة الالكترونية.

نجد في هذا الصدد يشير إلى ان اسم النطاق قد يتم تعليق تسجيله بعقوبة من طرف الهيئة المؤهلة لمنع اسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة في حالتين:
 أ- الحالة الاولى يتم التعليق الفوري اسم النطاق لاي شخص يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصال الالكتروني من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري وهنا التعليق يبقى ساري المفعول الى غاية تسوية الوضعية.

ب- الحالة الثانية يتم التعليق للتسجيل اسم النطاق مورد الالكتروني تحفظيا عندما يرتكب اثناء ممارسة نشاطه لمخالفة تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل وهو ماجاء في قانون الممارسات التجارية وهذا لا يمكن ان يتجاوز مدة التعليق ثلاثين يوم ومن ناحية اخرى يمكن ان يامر القاضي بعلق اسم النطاق كعقوبة اضافية للغرامات المالية و ذلك في حالتين:

- فالحالة الاولى قد يامر القاضي بعلق اسم النطاق لمدة تتراوح من شهر الى ستة اشهر في حالة عرض او بيع منتجات او خدمات مذكورة في المادة الثالثة من قانون رقم 05_18 متعلق التجارة الالكترونية.

_ اما الحالة الثانية قد يأمر القاضي بعلق اسم النطاق كلية اذا ماخالف المورد الالكتروني احكام المادة 05 من نفس القانون .

الفرع الثاني

إجراءات المركز الوطني للسجل التجاري

إذا ما تبين للمركز الوطني للسجل التجاري ان المورد الإلكتروني قد استوفى الشروط الموضوعية والتزم بالاجراءات الشكلية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، فان المركز يقوم بإدخال هذا المورد ضمن بطاقة وطنية خاصة بالموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري، او في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، والغاية من ذلك إضفاء الطابع الشرعي لهذا النشاط¹، لذلك تظهر أهمية دراسة مفهوم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين (أولاً)، وتحديد وظائفها (ثانياً).

أولاً: مفهوم البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين

تعتبر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين من أحد مظاهر تجسيد الادارة الإلكترونية في الجزائر ان تحديد الاطار المفاهيمي لهذه البطاقة لا يشمل فقط تعريفها بل ينبغي الى جانب ذلك تحديد الخصائص التي تتميز بها والمبادئ التي تحكمها².

يلاحظ أن المشرع الجزائري لم يحدد تعريفا واضحا ومحددا للبطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين في قانون التجارة الإلكترونية، وذلك بالرجوع للمادة 09 منه يمكن ان نستخلص تعريفا لها بانها "وثيقة مرجعية مفصلة تضم مجموعة من المعلومات والبيانات عن الموردين الإلكترونيين المتواجدين في التراب الوطني الذين استوفوا الشروط القانونية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، ينشئها المركز الوطني للسجل التجاري ويتولى نشرها لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني".

تتمتع هذه البطاقة بعدة خصائص نوجزها كما يلي :

- انها تنشأ لدى المركز الوطني للسجل التجاري، وهي تعد اجراء شكلي لمزاولة المورد الإلكتروني لنشاط التجارة الإلكترونية.

¹ - فريد عباس، رحالي سيف الدين، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية ، مجلة دائرة البحوث و الدراسات القانونية والسياسية مخبر المؤسسات الدستورية وتنظيم السياسية، عدد 8، 2020، ص 19.

² - فريد عباس، رحالي سيف الدين، المرجع السابق ، ص 20.

- انها الية توثيق معلوماتية تعتمد على قاعدة بياناتية، اذا تدون فيها كل المعلومات والبيانات الخاصة بالموردين الالكترونيين.

- انها وسيلة لرقابة الموردين الالكترونيين عند ممارستهم للتجارة الالكترونية .

ثانيا: وظائف البطاقة الوطنية للموردين الالكترونيين

تتكفل البطاقة بجملة من من الوظائف الاساسية المتمثلة في حماية المستهلك الالكتروني، وبناء بيئة تجارية واقتصادية الكترونية على النحو التالي:

1-البطاقة في اطار حماية المستهلك الكتروني

حماية المستهلك الالكتروني من الاهداف المرتبطة من وراء انشاء البطاقة الوطنية للموردين الالكترونيين وفق خاصية العلنية التي تتمتع بها،اذا سبق القول ان المركز الوطني للسجل التجاري يتكفل بنشر البطاقة عبر قاعدة بيانات مخصصة لها متواجدة في بوابة المركز لتكون في متناول المستهلك الالكتروني وهذا من شئنه تحقيق مبدء الشفافية في التعاملات التجارية الالكترونية¹.

يمكن للمستهلك الالكتروني اذا ما اراد ان يتعاقد الكترونيا الاطلاع على المعلومات و البيانات الخاصة بالموردين قبل ان يبرم العقد الالكتروني و في هذه النقطة بالذات نفرق بين حالتين:

- فاذا كان الشخص الذي يقوم بتسويق او اقتراح توفير سلع او خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية مسجل في البطاقة فهنا ممارسته للتجارة الالكترونية مشروعة اذا تعامل معه المستهلك الالكتروني فهذا الاخير محمي قانونا.

- اما اذا كان هذا الشخص غير مسجل في البطاقة فهنا ممارسته للتجارة الالكترونية غير مشروعة و اذا تعامل معه المستهلك الالكتروني فهذا الاخير غير محمي قانونا.

¹- فريد عباس، رحالي سيف الدين، المرجع السابق، ص 22.

2-البطاقة اطار في تنظيم المنافسة التجارية الالكترونية

كل شخص يقوم بتسويق او اقتراح توفير سلع او خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية بغدما استوفى الشروط القانونية المطلوبة لممارسة التجارة الالكترونية يكون محمي قانونا ومحل للاستثمارات الداعمة له طبقا من نص القانون رقم 18 05 متعلق بالتجارة الالكترونية التي تنص يمكن ان تكون الاستثمارات الداعمة لانشطة التجارة الالكترونية موضوع التدابير التحفيزية طبقا للتشريع المعمول به¹

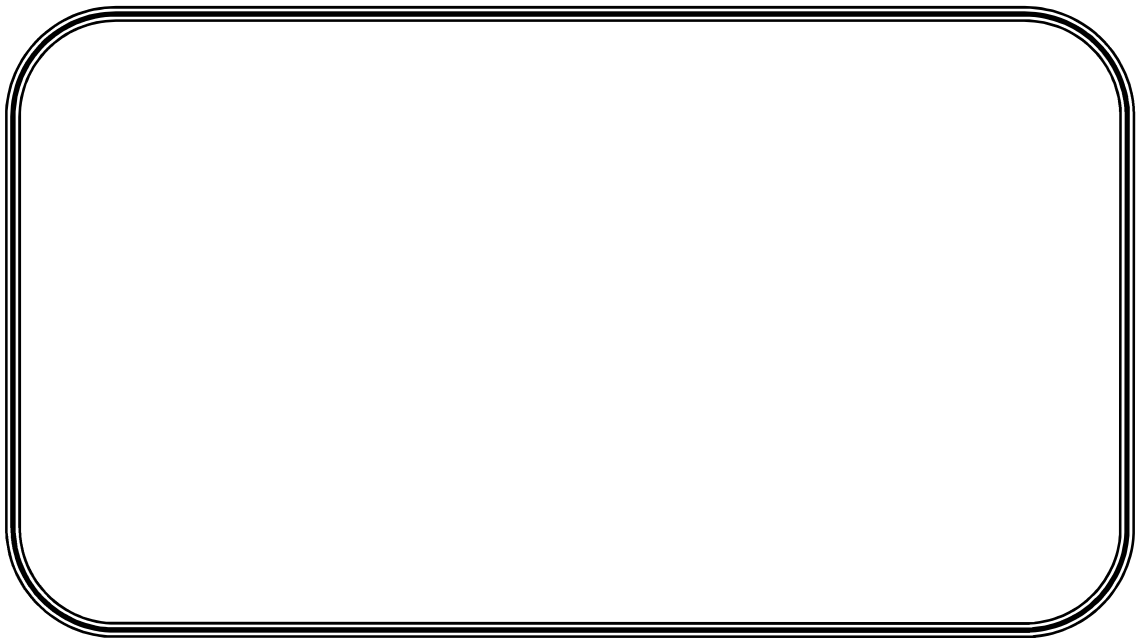
ضف الى ذلك ان كل مورد الكتروني منظم للبطاقة وهو حماية لهويته التجارية علي الخط ويجهل من تعاملاته التجارية الالكترونية المؤمنة وهذا من شأنه مكافحة التجارة الموازية والغير الشرعية عبر شبكة الانترنت.

3-البطاقة اطار لضبط السوق الافتراضية

فالبطاقة تمثل اطارا مرجعيا للدولة الجزائرية فهي تسمح من جهة باعطاء صورة كاملة عن تعداد الموردين الالكترونيين الموجودين عبر التراب الوطني الجزائريين².

¹- فريد عباس، رحالي سيف الدين، المرجع السابق ، ص 24.

²- يوجد 13 مورد إلكتروني مسجل في البطاقة الوطنية للموردين امزيد من المعاومات راجع موقع الموكز الوطني للسجل



الفصل الثاني

آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

بلغ تأثير تطور تكنولوجيات المعلومات على عدة مجالات ولاشك ان مجال التجارة قد اخذ حظه من التأثير، وتجلى ذلك في ظهور التجارة الالكترونية التي تزامنت مع الانتشار الكثيف للانترنت في العالم، حيث إنتشرت انتشارا واسعا وبمعدلات متزايدة نظرا للفوائد الجمة التي تعود على الشركات والمستهلكين على حد سواء، ومن هذا المنطق اصبحت ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر ضرورة ملحة تقتضيها المرحلة، وخاصة اذا اخذنا بعين الاعتبار خصائص المجتمع الجزائري الذي يتكون غالبيته من الشباب المتعلم والذي كغيره من شباب العالميتأثر بالتجارب والممارسات الاخرى، من خلال الاتصال بالعالم الخارجي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر مازالت في بدايتها الاولى ولم تعرف تطورا كبيرا مقارنة ببعض الدول النامية وذلك نتيجة عوائق تحول دون ممارسة فعالة لها (المبحث الأول)، يتعين البحث عن حلول لها (المبحث الثاني).

المبحث الأول

معوقات ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر

رغم الانعكاسات الايجابية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد والتي لا تعد ولا تحصى، إلا ان هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور والانتشار والارتقاء الى المستوى العالمي، منها ما هو تقني (المطلب الأول)، تجاري (المطلب الثاني)، وتشريعي (المطلب الثالث).

المطلب الأول

العوائق التقنية لممارسة التجارة الالكترونية

تصطدم التجارة الالكترونية بعراقيل تحول دون ممارستها بالشكل المطلوب، تتمثل في ضعف البنية التحتية التكنولوجية (الفرع الأول)، ضعف الثقافة التقنية والوعي الالكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول

ضعف البنية التحتية التكنولوجية

يتطلب نجاح التجارة الالكترونية انشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الإنترنت وتوفير البيئة المناسبة والداعمة للتجارة الالكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية، وتبين الاحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من خدمات هاتفية (أولا)، وانترنت (ثانيا) وكذا صناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال (ثالثا).

1- محدودية الخدمات الهاتفية

تشهد الجزائر تأخرا في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية، وهو ما يكشفه محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تأثر بشكل مباشر على الاقبال على الانترنت، حيث لا يمكن التوسع في استخدام الانترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية، باعتبار الانترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر وهاتف، أما بالنسبة للجوال فإنه يعتبر من اكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر، وقد شهدت هذه الاخيرة تحسنا ونموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة.¹

1- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الاردن، 2004، ص198.

2- ابن عون طيب، اثر شبكة الانترنت على اداء العامل في المؤسسة الجزائرية؛ رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية و التسيير، باتنة، 2008 .

2-الانترنت:

تعتمد التجارة بشكل أساسي على الانترنت كأداة الاتصال، فان عدم التمكن من النفاذ الى هذه الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة، فرغم تحقيق سوق مستخدمي الانترنت لمعدلات نمو من سنة الى اخرى لا تزال هذه المعدلات متدنية، وان من بين اهم ما يعرقل عدد مشتركى الانترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على الافراد او الشركات¹.

"3_ تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الاعلام و الاتصال:

تعتبر صناعة تكنولوجيا الاعلام و الاتصال محركا اساسيا لنمو التجارة الالكترونية و توسع نطاقها، وتعاني الجزائر من ضعف كبير في انتاج السلع والخدمات المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال، فالجزائر لا تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا، نظرا لوجود أوليات تنمية اخرى، لميل هذه المنطقة الى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة والعقارات، بالإضافة الى ضعف القاعدة البشرية التي تستند اليها صناعة المعلومات، وصعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في اطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية.²

الفرع الثاني

ضعف الثقافة التقنية و الوعي الالكتروني

تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية، فان فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف المستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الاعمال، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة الامية

³-نجم عبود نجم، الادارة الالكترونية الاستراتيجية، الوظائف والمشكلات، دار المرجع للنشر والتوزيع، الرياض، مملكة العربية السعودية، 2004

¹- الموقع الدولي للاتصالات.: www.wlu-int /tiu-d/ideye/resporting/show report.

²-فريد كورتل، واقع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية و سبل تطورها، الملتقى العلمي الدولي للشفافية ونجاعة الاداء للاندماج في الاقتصاد العالمي، ماي 2003.

المعلوماتية والتي تقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات، فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الاقبال على خدمات التكنولوجيا ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية.

- قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية:

يفوق العنصر الغير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة والمتمثل في رأس المال الفكري عن القيمة الحقيقية لموجوداتها الحسية كالمعدات والتجهيزات، ولذلك فان التركيز على عنصر البشري يعد احدى سبل الوصول مجتمع لمعرفة والتطبيق السريع للتجارة الالكترونية وتفتقر الجزائر الى الموارد البشرية والكوادر والخبرات التكنولوجية للتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية ومن المفروض أن تتولى مهمة تصميم وتطوير مواقع التجارة الالكترونية ونظم الدفع الالكترونية.¹

- ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني:

تعرض الجزائر تحديات كبيرة في مجال الدخول الى عالم التجارة الالكترونية، والتي من بينها ياب البنى التحتية التي تسمح بتسديد المشتريات عبر الانترنت، فضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبيرا في ضعف عمليات التجارة الالكترونية الجزائرية، ومن شأنه عرقلة نمو هذا النوع الحديث من المبادلات ووسائل الدفع الحديثة تتماشى مع التطورات التكنولوجية بحيث اعطيت اشارة انطلاق نظام الدفع الالكتروني باستعمال البطاقات البنكية نهاية سنة 2005.²

1- ابراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، المكتبة الاكاديمية، القاهرة، مصر، 2003، ص 86 .

2- احمد احمد غنيم، الادارة الالكترونية، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة المصرية، المنصورة، 2004، ص 99

3- داود علي بوجمعة، تقنيات التجارة الالكترونية و تطبيقاتها في المؤسسة الجزائرية، دار الغرب للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008

يعتبر شبه مستحيل الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون توفر البطاقات الائتمانية، نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات مباشرة على الانترنت، الا ان استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر.

يمكن تفسير البنية للدفع الالكتروني وتأخر البنوك في تطوير هذه البنية بالعوامل التالية:

- ارتفاع تكاليف الاقتناء.
- تخوف البنوك من اصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات لسداد الديون المستحقة عليهم.
- رداءة الخدمات البنكية و كثرة تعاطلات الموزعات الالية ونهايات الدفع الالكتروني.
- تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية بالاضافة الى انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين.

المطلب الثاني

العقبات التجارية لممارسة التجارة الالكترونية

وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات طرق الكترونية حديثة لاجراء التبادلات والاعمال والانشطة التجارية، بغية مساعدتها على اثبات وجودها بقوة على الساحة التجارية، الا ان اغلبية المؤسسات مرتبطة بأنماط التجارة التقليدية، وتفتقر الى قابلية التحول الجذري لمؤسسات الكترونية (الفرع الاول) تعتمد على الوسائط الالكترونية في ابرام صفقاتها ويمكن تلخيص العقبات كالتالي:

الفرع الاول

اولا: عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الالكترونية:¹

يرجع ذلك الى عدة اسباب من بينها صعوبة الوصول الى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الالكترونية، فلا تستطيع اغلبية الشركات الحصول على تمويل كافي لتغطية التكاليف والنقل توطين تكنولوجيا الاعلام والاتصال وانشاء منصة للتجارة الالكترونية على الانترنت. تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان.

ثانيا: ضعف المساعدات اللازمة للتحويل الى التجارة الالكترونية والذي تتجلى مظاهره في:

أ_ محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية.

ب_ عدم توفر شركات الوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباعة الكترونيا.

ت_ حاضنات غير مؤهلة.

ث_ الغياب الشبه التام للمشاركة للمعلومات التي بحوزة المؤسسات.

ج_ الانعكاسات السلبية لظاهرة العولمة على المؤسسات المحلية المختصة في مجال المعلوماتية و الذي اصبح دورها يقتصر على الاستهلاك فقط.

هـ_ ارتفاع تكاليف النقل الملكية الفكرية مما يضيف اعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية.

1- بشير عباس العلق، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، المرجع السابق، ص56

2- عزة العطار، التجارة الالكترونية بين البناء و التطبيق، منشأة المعارف، دون طبعة، الاسكندرية، 2003

3- طه طارق، التسويق والتجارة الالكترونية، اصدار 2، منشأة المعارف للتوزيع الاسكندرية 2005، ص86

و_احجام المستهلكين على التسوق عبر الانترنت بسبب عدم وجود فوارق في الاسعار بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية.

ي_عدم توفر عدد كبير من الباعة والمشتريين.

الفرع الثاني

العقابات في المعاملات التجارية

اولا: انعدام الاسعار التنافسية:

تجذب الأسعار التنافسية المستخدم للتسوق عبر الانترنت بطريقة او بأخرى، فبمجرد وجود متجر الكتروني للشركة أو سلسلة متاجر كبيرة لا يعني ان المستخدم سوف يشتري أثناء تصفحه للانترنت، فالاسعار في معظم المتاجر الالكترونية هي نفسها في المحل التجاري، وبالتالي لا يوجد أي عامل يشجع المستخدم على شراء القطعة من الانترنت عوضا عن التوجه الى المحل للحصول عليها¹.

ثانيا: عوائق سوق البريد في الجزائر:

لازالت هناك عوائق تعيق تنظيم السوق في الجزائر منها وجود سوق موازية، وغير قانونية تتمثل في توزيع البريد من طرف سيارات الاجرة وبعض المؤسسات الخاصة بنقل المسافرين مثلا، واخرى خاصة بنقل البضائع، كذلك وجود شوارع وأحياء بدون تسمية رسمية في الجزائر.

¹- مصباح الطيبي، التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية من المنظور التقني و التجاري والاداري، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص40

²- عماد الحداد، التجارة الالكترونية، دار الفاروق، القاهرة، 2003

حسب احصائيات وزارة الداخلية الجزائرية ان نحو 80 ألف شارع عبر مختلف ولايات الوطن دون تسمية او انها تحمل اسماء لا يعرفها الا قاطنو هذه الاماكن مما يعيق عمل مصالح البريد والمواصلات، ومصالح الامن ورجال الحماية المدنية، كما يسيء ذلك الى الجزائر امام زائرها سواء من الداخل او الخارج.¹

المطلب الثالث

العوائق التشريعية للتجارة الالكترونية

تسعى الجزائر جاهدة للحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية، وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة للاتصالات والمعلومات، غير ان لم تستطع لحد الان تسخير هذه التقنيات بشكل فعال لاستخدامها في النشاط التجاري. فمعدلات انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر منخفضة ومتواضعة وبعيدة كل البعد عن المستوى العالمي، وأدى هذا التدني الى بروز صعوبات كثيرة تعرقل نموها وتطبيقها، ومن اهمها الصعوبات القانونية (الفرع الاول) الصعوبات الاجتماعية والنفسية (الفرع الثاني).

الفرع الاول

الصعوبات القانونية

باعتبار ان النظام القانوني للتجارة التقليدية يعتمد على السلع المادية و النقود العادية والتعامل بالاوراق والمستندات الورقية كدليل اثبات فإن هذا النظام لا يصلح للتجارة

1- المرجع السابق، مصباح الطيطي، ص44

2- يوسف احمد ابو فارة، التسويق الالكتروني، الطبعة الثانية، دار وائل عمان، 2007

3- نهلة احمد قنديل، التجارة الالكترونية، القاهرة، 2004

4- شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير تخصص تسويق، كلية علوم اقتصادية و علوم التسبير، جامعة قسنطينة، 2009/2010

الالكترونية التي تعتمد على الدعائم الالكترونية والنقود الالكترونية وبذلك لابد من البحث عن نظام قانوني خاص بالتجارة الالكترونية.

رغبة الجزائر في الانضمام الى منظمة التجارة العالمية جعلها تعد ترسانة هامة من القوانين لتلائم مع القوانين الدولية بحكم التزاماتها الدولية و يبدو للوهلة الاولى ان الجزائر قد تبنت قانون التجارة الالكترونية من خلال الاطلاع عن اهم النصوص القانونية التي لها علاقة مباشرة او غير مباشرة بالتجارة الالكترونية منها:

تم تنظيم الانترنت كنشاط اقتصادي مقنن بموجب مرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 1998/08/25 الذي يضبط شروط وكيفيات اقامة خدمات الانترنت و استغلالها¹. (معدل ومتمم)

كما تم تعديل قواعد الاثبات في القانون المدني بموجب القانون 05-10 المؤرخ في 2005/06/20² في المواد 323 مكررو 223 مكرر¹ و من خلالها ساوى المشرع بين الكتابة الورقية و الكتابة الالكترونية من حيث القيمة القانونية للاثبات و بالتالي اعترف بالتوقيع الالكتروني في مرسوم تنفيذي 07-162 المؤرخ³ 2007/05/3⁴ بعدما نص عليه في

¹ - معدا و منتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 200-307 المؤرخ في 14 اكتوبر 2000 ج ررقم 60 في 15 اكتوبر 2000 ص 15

² - جريدة رسمية عدد 44 صادرة بتاريخ 26 جوان 2006، ص 17

³ مرسوم تنفيذي 07-162 المؤرخ في 03/05/2007 المتعلق بالتوقيع الالكتروني صدر القانون رقم 04/15 المؤرخ 01/02/2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع التصديق الالكترونيين

⁴ - يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 01.123 المؤرخ في 09 ماي 2001 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على نوع من انواع الشبكات بما فيها الاسلكية...جريدة رسمية عدد 37 صادر بتاريخ 7 جوان 2007 ص 12

المادة 03 اجل وضع تنظيم خاص بالتوقيع الالكتروني صدر القانون رقم 15_04

المؤرخ 2015/02/01 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين .

تم تعديل القانون التجاري بموجب القانون رقم 05_02 المؤرخ¹ 2005/02/06 من خلاله نص المشرع على امكانية استخدام وسائل التبادل الالكتروني للدفع بالشك و السفتجة. كما سن المشرع قانونا خاصا بالجريمة الالكترونية سنة المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال و مكافحتها في قانون 09_04 المؤرخ في 2009/08/05.

على الرغم من اهمية هذه النصوص القانونية في تنظيم بعض جوانب التجارة الالكترونية الا انها غير كافية للقول بوجود قانون خاص بالتجارة الالكترونية في الجزائر. فالجزائر متأخرة جدا في مجال سن قانون خاص بالتجارة الالكترونية مقارنة بالدول العربية الاخرى لذلك فهي تنهياً لتحقيق هذا المسعى فقد صرحت وزيرة البريد و تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ان المشروع قانون التجارة الالكترونية 2016 سوف يعرض على الحكومة قبل نهاية سنة².

كما تمثل التشريعات والقوانين المتعلقة بكيفية تنظيم التجارة الالكترونية احد اهم البنى المؤسساتية لقيام التجارة الالكترونية وتواجد الدول العربية ودول العالم اجمع تحديا حقيقيا في

¹- جريدة رسمية عدد 11 صادرة بتاريخ 09 فيفري 2005 ص 08

²- حمدوش انيسة، المسطرة الاجرائية لاشغال اليوم الدراسي الوطني حول "الجانب الالكتروني للقانون التجاري" جامعة

ملود معمري تيزي وزو كلية الحقوق والعلوم السياسية تيزي وزو 2016/11/23 ص 5

³-مصطفى يوسف الكافي، التجارة الالكترونية، دار رسلان للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2010

وضع تشريعات و ضوابط القانونية التي تتلاءم وانماط التجارة الالكترونية الحديثة و يمكن

عرض اهم التحديات القانونية التشريعية في المعاملات الالكترونية في مايلي

- صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من المعاملات التجارة الالكترونية والخاصة بحظر

بعض السلع مثل الادوية المخدرة بين قوسين الصيدلة الالكترونية ومن ثم وجود فجوة

بين قوانين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي

تمت صياغته وفقا للطبيعة

- المعاملات التجارة التقليدية ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات الامر الذي يخضع

المستهلك للضريبة وفقا للتجارة التقليدية وعدم اخضاعه عندما يشتري نفس السلعة او

الخدمة الكترونيا.

- صعوبة تمديد هوية الممول و معرفة عنوان منشأته و كيانه القانوني و ذلك في ظل

سهولة قيام الممول بالتنقل عبر الواب لممارسته العمليات التجارية الالكترونية دون حاجة

الى الانتقال الى بلد المستهلك

واكثر المشاكل التي طرحتها التجارة الالكترونية في مجال المعاملات التجارية خاصة

و ان اهم الخصائص التي يتميز بها القانون التجاري السرعة في المعاملات التجارية و الثقة

و الائتمان بالاضافة الى حرية الاثبات الا ان هذه الخصائص المعتمدة في العالم الواقعي لا

يمكن الاعتماد عليها في العالم الافتراض.

بصدور القانون 10/05 المعدل و المتمم للقانون المدني الجزائري انتقل المشرع من نظام الاثبات الورقي الى نظام الاثبات الالكتروني و بالتالي اصبح للكتابة الالكترونية مكانا ضمن قواعد الاثبات حيث جاء في المادة 323 مكرر قانون مدني جزائري مايلى :

يعتبر الاثبات بالكتابة في الشكل الالكتروني كالاثبات بالكتابة على الورق بشرط امكانية التأكد من هوية الشخص الذي اصدرها و ان تكون معدة و محفوظة في ظروف تضمن سلامة بالنسبة للاثبات في العقود التي تجري عبر الانترنت فانها لاتقوم على دعامة مادية ورقية ثابتة يمكن الرجوع اليها كلما اقتضى الامر ذلك ، بل هي مثبتة على دعائم الكترونية غير مادية وهو الامر الذي ادى الى ظهور مايسمى بالاثبات الالكتروني¹

ذلك ان انتشار تقنيات الاتصال الحديثة في التفاوض على العقود و ابرامها و تنفيذها ادى الى صدور العديد من القوانين سواءا على المستوى الدولي او الاقليمي او في العديد من دول العامل لمختلفة وذلك بهدف الاعتراف بالاعمال الالكترونية ومنحها نفس الحجية للمحر، ان فكرة المستند الالكتروني تواجهها العديد من المشاكل التي افرزتها انظمة الاتصال المعلوماتية فقد تبين ان اصعب هذه المشاكل هي كيفية اضافة حجية قانونية للتعامل عن طريق المستند الالكتروني².

يضاف إلى ما سبق وكإشكال قانوني تواجهه التجارة الالكترونية مشكل حقوق ملكية الفكرية، هذه الأخيرة التي تعتبر مصطلح قانوني يشمل الملكية الصناعية و حق المؤلف

¹ - الموقع الالكتروني www.elmoudjahid.com/ar/actualites/10648/.compen

² - محمد مولود غزيل، معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر و سبل معالجتها، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة ابي بكر بلقايد، 2010 ص 119.

والحقوق المجاورة وتشمل الملكية الصناعية حماية البراءات و العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية و البيانات الجغرافية وتشمل ايضا حماية نماذج المنفعة وشكال التغليف و تصاميم او طوبوغرافيا الدوائر المتكاملة حيثما وجدت تلك الحماية والحماية من المنافسة غير المشروعة.¹

قد يشمل ذلك حماية المعلومات غير المكشوف عنها او الاسرار التجارية والملكية الفكرية هي فعلا نوع من الملكية او الثروة لها قيمة تعادل او تفوق قيمة الممتلكات المادية او العقارات حتى وان كانت غير ملموسة شأنها في ذلك شأن المعارف وقد زادت قيمة ثروات الملكية الفكرية نظرا الى اهمية التكنولوجيا و المصنفات الابداعية في الاقتصاد المعاصر و الملكية الفكرية هي افكار جديدة وتعابير اصلية واسماء مميزة و مظاهر تجعل المنتجات فريدة وقيمة وعادة ما يتم الاتجار في الملكية الفكرية في حد ذاتها او ترخيصها دون الاتجار في قيمة المنتج الاصلي او الخدمة الاساسية وذلك من خلال البراءات.²

ترجع اهمية الملكية الفكرية بالنسبة الى التجارة الالكترونية واهمية التجارة الالكترونية بالنسبة الى الملكية الفكرية الى اسباب عدة وتتطلب التجارة الالكترونية اكثر من الانظمة التجارية الاخرى بيع منتجات وخدمات قائمة على الملكية الفكرية وترخيصها فيمكن الاتجار في الموسيقى والرسوم والصور وبرامج الحاسوب و التصاميم والمواد التدريبية والانظمة و غيرها بواسطة التجارة الالكترونية .

¹- محمد مولود غزيل، المرجع السابق ص120

²- نفس المرجع ص120

يؤثر الطابع العالمي للتجارة الالكترونية في الملكية الفكرية بطرق عدة مما يصعب العثور على المتعدي و انفاذ حقوق الملكية الفكرية المعرضة للتعدي على الانترنت ولا تعرف المحاكم التي سيكون لها اختصاص النظر في المنازعات المتعلقة بالتجارة الالكترونية و الملكية الفكرية بالاضافة الى ذلك ان القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية تتباين من بلد الى اخر كما تتفاوت مستويات الحماية.¹

وعلى هذا الاساس انشأت شركات على نموذج تامين او اعطاء القيمة للبيانات الشخصية لا تكون لهذه القيمة من معنى الا عبر تداول البيانات وتفاعلها مع الانظمة اخرى خارجية او داخلية ومن البيانات الشخصية المحملة على الوسائل التواصل الاجتماعي الاسم والتاريخ والولادة والجنس والاراء السياسية والدينية و والميول والوضع المهني والوضع التعليمي والاخبار العائلية و الصور.

الفرع الثاني

العوائق الاجتماعية والنفسية

تتعلق اشكاليات الاجتماعية والنفسية المجتمع الجزائري والذي لا يزال ينتظر الكثير من الاشياء حتى يتمكن من الانضمام الى مجتمع المعلومات عوائق اجتماعية (اولا) العائق النفسي (ثانيا).²

¹شيرة فاطمة، المرجع السابق ص، 127.

²- جاري شنادر، المرجع السابق، جاري، ص45.

³-نادر الفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الانترنت، ط1، دار العربية للعلوم، بيروت، مكتبة الرائد العلمية، عمان، 2001

⁴- احمد السفر، العمل المصرفي الالكتروني في البلاد العربية، المؤسسة العلمية للكتاب، طرابلس، 2006

⁵-صغير عبد الصمد، واقع تطبيق الاقتصاد المعرفي في المؤسسة الجزائرية، رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارة والتسيير، جامعة تيارت، 2011

اولا)العائق الاجتماعي:

وجد العديد من العوائق الاجتماعية منها الامية و عائق الامية:

أ- الامية

من الصعب على الجزائر التي تعاني فيها حوالي 7.5 مليون شخص من امية ان تتحول بسهولة الى الاقتصاد المعرفي وتطبق اسلوب التجارة عبر الانترنت.

ب_ اللغة:

من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات للاغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الانجليزية.

(1)_ العائق النفسي:

تعرقل تحول التجارة الالكترونية ويجعلها بديلا غير واقعا،هو سلوك المستهلك و نظرة المستهلك الجزائري ازاء الانفتاح على العالم الخارجي وابرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود.¹

مما ادى الى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية ومقاومتهم لها ويتميز سلوك المستهلك بما يلي:

_انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامهم مباشرة.

_عدم انغراس التجارة الالكترونية في العادات المجتمع،فالكثير يفضلون البضائع والخدمات عن قرب و لمسها و تحسسها و ربما تذوقها قبل اتمام الصفقة.

1- أحمد محمد غنيم، المرجع السابق،ص62.

تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية ، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة واسعارها وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للكليات او عدم استلامها نهائيا.¹

المبحث الثاني

حلول التجارة الالكترونية

في ظل تنامي الاهتمام العالمي بالتجارة الالكترونية يتعين على الجزائر أن تدرك حقيقة وضعها على الخريطة التجارية الالكترونية الحديثة وان تحاول تدارك التأخر الحاصل والاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التجارة، من خلال إيجاد الحلول واتخاذ الاجراءات قصد النهوض بهذه التجارة وإيجاد البيئة المناسبة لانتشارها، من خلال مجموعة من الحلول يمكن تقسيمها إلى حلول تقنية (المطلب الاول) وأخرى تشريعية (المطلب الثاني).

المطلب الاول

الحلول التقنية

يتعين على الجزائر أن تدرك حقيقة وضعها على الخريطة التجارية الالكترونية الحديثة، وأن تحاول تدارك التأخر الحاصل والاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التجارة، من خلال إيجاد حلول واتخاذ بعض الاجراءات قصد النهوض بهذه التجارة وإيجاد البيئة التمكينية المناسبة لانتشارها.²

1- فلاق شيرة فاطمة، مذكرة تخرج نيل شهادة ماستر اكايمي، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، جامعة ابن باديس، مستغانم، 2017/ 2018، ص52

2- 2- سمية ديمش، التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية، ص291.

الفرع الاول

الحلول التكنولوجية

تتعلق الحلول التكنولوجية الرامية إلى النهوض بالتجارة الالكترونية بالناصر التالية:

1) تعميم استخدام الانترنت

تزايد استخدام شبكة الانترنت وبرزها كقاعدة للتجارة الالكترونية، ساعد على جعل هذه التجارة الطريقة الارخص و الاكثر كفاءة للوصول هذه التجارة الطريقة الارخص و الاكثر كفاءة للوصول الى السوق الوطني والعالمية والتفاوض واتمام الصفقات، مما يجعل من البديهي ان تضع الجزائر ضمن مشاريعها القادمة والمستعجلة ضرورة تسوسع استخدام الانترنت والعمل على الاستفادة القصوى منه.

لا يمكن في أي حال من الاحوال تسريع اندماج الجزائر في عالم التجارة الالكترونية دون توسيع دائرة مستخدمي الانترنت وتنمية انتشار وتغلغل خدمات الانترنت، وتحقيق النفاذ الشامل لكافة فئات المجتمع لهذه الشبكة، وزيادة سرعة الاتصال، بالإضافة إلى تحسين جودة هذه الخدمة خاصة في المناطق المعزولة والنائية.¹

يتوجب على الجزائر توسيع وتحسين الشبكات من خلال إصلاح الخطوط الهاتفية المتقادمة، وتبني نظم وشبكات جديدة متطورة في قطاع الاتصالات السلكية والاسيكية ذات سرعة وكفاءة واستجابة عالية، كما لا بد من المحافظة على التوازن بين أسعار خدمات الانترنت ومسيوى الدخل، وجعل هذه التكاليف معقولة وفي متناول غالبية المواطنين، فضلا عن انشاء النطاق، وتكون متاحة ومجانية الاستخدام، او ذات أسعار منخفضة وملائمة لمختلف شرائح المستخدمين.

¹-سمية ديميش المرجع السابق ص292.

(2) تحرير سوق خدمات الاتصالات:

يحد من تطور التجارة الالكترونية هو انغلاق ابواب المنافسة في أسواق خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ولهذا لا بد من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار، من أجل خلق بيئة وسوق تنافسي تتعادل فيه الفرص، ويكون حافزا ومشجعا على تطوير وتوسيع شبكات الاتصالات وزيادة لمعدلات الانتشار، وتخفيض تكاليف الحصول على الخدمات فضلا عن تطوير وتحسين النوعية والجودة.¹

(3) تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار:

تتميز البنى التحتية للاتصالات والمعلومات في الجزائر بكونها لا تزال دون المستوى المقبول، سواء حيث نسب الانتشار، أو القدرات أو التكلفة، ولذلك يحتاج واقع البنى التحتية للكثير من الاستثمارات لتطوير أنضمة المعلومات والاتصالات خاصة في مجال الانترنت، حتى تستطيع الوصول الى المستوى الملائم والداعم للتجارة الالكترونية الجزائرية²

ضرورة تولي الحكومة الجزائرية عناية خاصة بعملية تشجيع الاستثمارات المحلية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتوفير الحوافز المناسبة لاستقطاب رؤوس الاموال العربية والاجنبية التي تاعب دورا كبيرا في نقل التقنيات الحديثة وتوطين التكنولوجيا، وتطوير المهارات وخلق فرص العمل في هذا المجال، و من بين الاجراءات الواجب اتخاذها:

- منح امتيازات للمشاريع الاستثمارية
- تبسيط اجراءات التراخيص
- إنشاء مؤسسات تتولى مهمة توفير جو من الثقة في البيئة الاستثمارية
- متابعة المشاريع الاستثمارية الحديثة.

¹ - سمية ديميش المرجع السابق ص 291.

² - نفس المرجع ص 292

4) خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من اركان الاساسية في مستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر، فلا يجب التركيز على استيراد التكنولوجيا الجاهزة، بل العمل من اجل إقامة صناعة محلية لإنتاج التجهيزات والبرامج المعلوماتية، فبقدر النمو الذي يمكن تحقيقه في مجال الصناعة، تكون النتيجة مباشرة تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر ونشر تطبيقاتها في مجال التجارة الالكترونية، وذلك من خلال توفير التجهيزات الاساسية من هواتف ووسائل اتصال مختلفة وحواسيب الية وملحقات، وبرامج تشغيل بأسعار ملائمة لكافة شرائح المجتمع، يمكن تنمية هذه الصناعة من خلال اتخاذ مجموعة من الاجراءات من بينها: تحفيز الاستثمارات المحلية والاجنبية، الدخول في مشاريع شركات عالمية لإقامة مصانع متخصصة في مجال اجهزة الاتصالات وملحقاتها، التعاون الاقليمي والدولي في مجال بناء القرارات والكوادر اللازمة لتنمية هذه الصناعة¹

الفرع الثاني

الحلول الاقتصادية

تعد الحكومة المحرك الرئيسي والفاعل للاقتصاد، فإمكانها اتخاذ مجموعة من التدابير والاجراءات الاقتصادية والمالية التي من شأنها توفير قوة الدفع اللازمة لجميع أطراف مجتمع المعلومات لتبني التجارة الالكترونية من بين هذه الحلول اولاً) الشركات بين القطاع الخاص و الحكومية) ثانياً) تنمية ويسجيع المؤسسات الى التجارة الالكترونية) ثالثاً) (رفع معدل الاتفاق على أنشطة البحث والتطوير) رابعاً) (تخفيض التكاليف).

¹ - يوسف احمد ابو قارة ، عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت ، دار وائل للنشر والتوزيع عمان الاردن ص 51.

1) الشركات بين القطاع الخاص والحكومة:

يتطلب بناء مجتمع المعلومات تنسقا وتكاملا بين القطاع الحكومي والخاص، لتتاح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحول نحو هذا المجتمع. فمشروع التجارة الالكترونية كجزء من مجتمع المعلومات لا يمكن أن تقوم به الحكومة وحدها بل لا بد من إسناد القيادة، للقطاع الخاص، وتفعيل دوره في مجال تطوير هذه التجارة بكافة أبعادها من خلال إعطائه حرية الانطلاق وضمان مشاركتها في تحديد الرؤية والتخطيط وإعداد القواعد والنظم والاجراءات اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية، وتقييم ومتابعته تنفيذ هذا المشروع¹

يمكن على سبيل المثال أن تتم الاستفادة من الخبرة والقدرة الاستثمارية للقطاع الخاص وموارده في تنفيذ امشروعات تكنولوجيا الاعلام والاتصال وخلق وسائل ذات جدوى اقتصادية لاقامة البنية التحتية والخدمات اللازمة للتطبيقات، ويتم ذلك من خلال شركات بين القطاعين في المشروعات الانتاجات والخدمة وفي قطاعات الصناعة² والتعليم، وتوفير فرص، التدريب، بالاضافة إلى تنسيق وتبادل الخبرة بشأن نتائج البحث والتطور، وتولي القطاع الخاص مسؤولية تمويل جزء هام من ميزانيات هذا النمط من الابحاث.

لا بد من السعي الى تعبئة الموارد التكنولوجية للقطاع الخاص الاجنبي، من خلال بحث سبي جذب القطاع الخاص العالمي للدخول في شركات مع القطاع الحكومي، وما سيكون لذلك من تأثير إيجابي على نقل التكنولوجيا وتوطينها في الجزائر³

¹- سمية ديميش الموجع السلبق ص296

²- مجلس الوزراء العرب للاتصالات والمعلومات، الاستراتيجية العربية العامة لتكنولوجيا للاتصالات والمعلومات : بناء مجمع من المعلومات 2007-2012

³ سدية ديميش، المرجع السابق ص292

2) تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل إلى التجارة الإلكترونية:

يلعب القطاع الخاص دورا فعال في التطور وازدهار التجارة الإلكترونية¹ لا ان ما يميز مؤسسات هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامها بهذه التقنية التجارية التي ستستفتح لها افاقا واسعة، فقرار هذه الشركات في تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية يتأثر بمجموعة من التحديات والمعوقات²

لا بد أن تلعب الحكومة الجزائرية تلعب دورا ايجابيا مشجعا ومحفزا لهذه الشركات لتعظيم استخدامها للتجارة الإلكترونية ورفع مستوى الوعي لديها بالفرص والتحديات التي تشكلها هذه التجارة، كما يمكن انشاء سسيطة من الشركات المهتمة بالتجارة الإلكترونية، وتجميعها لانشاء شركات تجارية ومواقع تسويقية او بوابات إلكترونية على شبكة الانترنت، تهدف غلى زيارة روابط التعاون بين هذه المنشآت، وتدعيم المعاملات والصفقات بينهما عن طريق الاتصال المباشر.³

ما يشجع أيضا المؤسسات لتبني خيار التجارة الإلكترونية هو حصولها على مالية تتضمن تخصيص منحة لدعم المشاريع، وتقديم التسهيلات اللازمة للحصول على القروض بأقل فوائد. يمكن توجيه أكبر دعم وأهتمام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها المحور الاساسي للقطاع الخاص الجزائري، يمكن ان تلعب دورا محوريا في دفع التجارة الإلكترونية، نظرا للفرص الواسعة التي تقدمها التجارة لهذي المشاريع، ولذلك لا بد من تذليل الصعوبات التي تواجهها للعب الدور المنوط بها.⁴

1- زايري بلقاسم، طوباش علي "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقها المتعددة" مجلة المستقبل العربي، يصدرها مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 25، العدد 288، لبنان، فيفري 2003 ص 82

2- نفس المرجع ص 82

3- Autorité de régulation de la podt et de télé communication raport anuel 2008.op.cit

44- سمية ديميش الموجع السابق ص 292

يستوجب تشجيع ودعم الحاضنات التكنولوجية لأنها إطار متطامل من الخدمات والتسهيلات والاسيتمارات والاليات المساندة والتي ترعى المشروعات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الالكترونية وتساعد على البدء بصورة صحيحة، كما تساعد المؤسسات القائمة للتوسلغ في مشاريعا والتحويل الى نمط المبادلات التجارية الالكترونية.¹

(3) رفع معدل الاتفاق على انشطة البحث والتطور

يمثل البحث والتطورات أحد اهم جوانب التطور التكنولوجي، فالدخول في إقتصاد المعرفة وتبني التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة الخروج من النضر الضيقة لقطاع البحث على أنه لا يحقق قيمة مضافة، وتجسيد ذلك بوضع خطة بحث وتطوير في تقنية المعلومات والاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العاميين والاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية واستعمالها في انتاج وتطوير منتجات وخدمات جديدة متعاقبة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال²

لا بد من إعادة هيكلة الاتفاق الحكومي وترشيده في سبيل اجراء زيادة الاتفاق المخصص لمشاريع البحث والتطور، ووضع مراكز بحث في صورة تحالفات تضم الجامعات والمؤسسات البحثية الجزائرية والدولية وعدد من الشركات المختصة في هذا المجال.

(4) تخفيض التكاليف

لا بد ان تسعى الحكومة إلى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الاعلام والاتصل وخدمات النفاذ إليها من حلال خصوصية قطاع الاتصالات وفتح الباب بمنافسة، ومنح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الالكترونية وتخفيض الرسوم الجمركية عليها خصوصا مع زيادة التوجة نحو استيراد هذه المنتجات بدل تصديرها.³

¹ نفس المرجع ص293

²²هلال ادريس مجيد، دور للحصانة الانتاجية في تنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف

17 و18 افريل 2008

³- كمال رزيق، مسدود فارس ، التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر .

المطلب الثاني

الحلول التشريعية

نجد في الحلول التشريعية الحلول القانونية (الفرع الاول) و السيل الخاصة بمشاكل الاختصاص القضائي (الفرع الثاني)

الفرع الاول

الحلول القانونية

حاولت الجزائر تغطية النقص التشريعي من خلال استحداث القانون 18-05

تختلف التعاملات في اطار التجارة الالكترونية في كثير من جوانبها عن التجارة التقليدية، فقد أفرز الاعتماد المتنامي على شبكات المعلومات ونظم الحواسيب في المجال التجاري جملة من التحديات القانونية التي لم يسبق للمشرع الجزائري مواجهتها.

رغبة الجزائر في إقامة التجارة الالكترونية وتحقيق الفوائد المرجوة منها يستدعي ضرورة القيام بتعديلات عميقة، تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجرائية لمعالجة الاثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجانب التجاري، من خلال حركة تشريعية استجابة التشريع الجزائري للجديد والمستجد في الحقل¹، حيث لا بد ان ترتكز هذه الحركة على التحضير والتكيف السريع لايطار القانون القانوني للتجارة الالكترونية الذي يكفل تنظيمها على نحو يحقق شروعاتها ونماؤها.²

كما أن تسارع التجارة الالكترونية اوجد رغبة لدى المشرعين الجزائريين لتكييف قواعد قانونية تحكم تطورات التكنولوجيا، إلا ان هذه القواعد لازالت دون الطموحات لطبيعة التجارة الالكترونية. ولذلك لا بد من مراجعة التشريعات القانونية القائمة وتنقيتها وادخال عليها تعديلات لجعلها أكثر فعالية واستجابة لمتطلبات التجارة الالكترونية، ومن جهة أخرى لا بد

¹- يونس عرب "الاداب التشريعي العربي في التجارة الالكترونية" ندوة تشريعات التجارة الالكترونية ودورها في دعم وتنمية الصناعة العربية المنضمة العربية للتنمية الصناعية العربية للتنمية الصناعية والتعيين 19-21 افريل 2006، تونس متوفر

على الموقع www.cepax.nat.tn

²- الاتحاد الدولي للاتصالات ، الخصائص لاحصائية المجتمع المعلومات لعام 2009.

من استتباط قواعد قانونية جديدة وإصدار تشريع مختص يتولى تنظيم هذه التجارة من مختلف جوانبها، حيث تكون الغاية الأساسية من هذا التشريع¹ هي تيسير التعامل التجاري على صعيد بيع وشراء الخدمات والبضائع في البيئة الرقمية، بمعنى أن التشريعات الجديدة والتعديلات لابد أن تمس الجوانب التالية:

1) الايطار العام للتجارة الالكترونية

حدثت ظاهرة التجارة الالكترونية جعلها محاطة بنوع من اللبس والغموض، ومفتقرة الى القواعد القانونية المعرف لها والناظمة لها، ولهذا لابد من تعديل القانون التجاري ليتضمن باب خاصا للتجارة الالكترونية

أما عن طبيعة المواد الواجب تضمينها في هذا الباب تتعلق بالمبادئ العامة للتجارة الالكترونية، والتي تقدم شرحا وإيضاحا لمعنى التجارة الالكترونية وتقديم لمختلف أشكالها، بلاضلفة الى التعريف الدقيق لمختلف المصطلحات ذات الصلة بالموضوع على غرار تبادل الالكتروني للبيانات والذي هو عبارة عن إرسال البيانات من حاسوب الى حاسوب اخر في شكل قياسي موحد، وهو بمثابة عصب التجارة الالكترونية. كما يجب أن ينص هذا الباب على نطاق تطبيق القانون وغاياته وإستثناءاته.

2) التعاقد الالكتروني

تتم عملية البيع وشراء وإبرام العقود في إطار التجارة الالكترونية بين طرفين لايعرفان بعضها البعض، ويتواجدان في أمكنة متباعدة، مما يؤدي الى ظهور نوع من التعاقدات لا تلائمه الطرق التقليدية لتكوين العقود.

لهذا لابد من تعديل القانون المدني ليتضمن مواد تعتمد العقود المبرمة من خلال التجارة الالكترونية، وتفصي العلاقات التعاقدية الناشئة في بيئة إلكترونية، وتحدد اطراف العلق في هذا النوع من العقود.

1- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، بناء الثقة بالخدمة في منطقة الاسكوا 2009، منوفر على موقع

www.escwa.un.org/information/publication/edit/upload/ictd- تم الاطلاع عليه

16 سبتمبر 2021 تم الاطلاع عليه في 2021/09/16 على الساعة 17:00

من الضروري إيجاد البيئة القانونية المعرفة بالعقود الالكترونية، والمنظمة لمسألة الايجاب والقبول، ولا بد من الاعتراف بجواز استخدام وسائل الاتصالات ووسائل البيانات للتعبير عن العرض وقبولة، واعتبار النقر بزر ما في مكان معين بشكل ملائم على شاشة الحاسوب كطريقة للاعراب عن الموافقة.¹

(3) الاثبات والتوثيق

غياب مستندات والوثائق الورقية في التجارة الالكترونية غير كثيرا من مفهوم الاثبات، ولذلك هناك حاجة ماسة إلى المزيد من التعديلات والتشريعات المتعلقة بعملية الاثبات، حيث تنزى هذه التشريعات منح المزيد من الاعتراف بالكتابة على الدعائم غير الورقية، وتزيد من قانونية وحاجية المستندات الالكترونية وتعترف بها كوثيقة للمعاملات التجارية الالكترونية، كما تسمح بتوفير قدر كبير من الامان والسرية من خلال تقنيات التوقيع الالكتروني الذي يحدد الهوية الشخصية بشكل الكتروني، ويؤكد أن الوثائق المتبادلة اصلية ولم تتعرض إلى تحريف.

إضافة إلى ضرورة تعديل القوانين المتعلقة بالتوثيق لتتلائم مع التعاملات الالكترونية، حيث تحدد هذه التشريعات المعدلة أساليب توثيق الصفقات الالكترونية والاحتفاظ بالبيانات الخاصة بالتعاملات الالكترونية لدى طرف ثالث محايد تجنباً لعملية الانكار في حالة النزاعات، فيمكن تطوير مصلحة السهر العقاري والتوثيق لتصبح الجهة المؤمن على حفظ الوثائق الالكترونية واعتمادها.²

(4) حماية المستهلك

نظراً لكون كافة تعاملات التجارة الالكترونية تتم في فضاء افتراضي استخدام وسائل إلكترونية، فإن المستهلك يكون عرضة لعمليات السرقة والغش والاحتيال والقرصنة، ولذلك

¹- إلياس بن ساسي " النعاقد الالكتروني والمسائل القانونية المتعلقة به" مجلة الباحث العدد2، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2003 ص 65

²- نصر الدين سمارة، إلياس بن ساسي "محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر" الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، يوم 6-7 مارس 2004

فإن تحقيق قبول اعتماد التجارة الإلكترونية لدى المستهلك يعتمد على بناء الثقة في هذا النوع من المبادلات .

بناء هذه الثقة يستدعي اتخاذ مجموعة من الاجراءات من بينها ايجاد قواعد واضحة لتحديد البيانات التي تساعد المستهلك الذي يريد الدخول الى السوق العالمية لختيار مايرغب في الحصول عليه من خدمات وبضائع¹، فقلة المعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات المتوفرة على الانترنت أو عدم صدقها يجر المستهلك للوقوع ضحية غش وإغتيال لانه لا يتمكن من فحص هذه البضاعة.

لابد من تعديل قانون العقوبات وإجراءات الجزاءية ليتضمن تجريم كافة عملية النصب والغش، مع تبين طريقة المتبعة لجمع الادلة في هذا النوع من الجرائم لتحديد المسؤولية الجنائية.

(6) الملكية الفكرية

الطابع الرقمي للمعلومات والبرمجيات المتواجدة على شبكة الانترنت، سهل كثيرا من عملية نسخها والتعدي على إصدارات المبدعين في ميادين الادب، العلم، برامج الحاسوب و كافة المصنفات الرقمية المنشورة على الشبكة، لذلك من الالهام بمكان تعديل التشريعات الفكرية لتشمل حماية العلامات التجارية الإلكترونية كاسماء النطاقات تأمين غدارة حقوق النشر الرقمية على شبكة الانترنت مع إستحداث مواد تساعد على مكافحة التعدي على كافة الحقوق الملكية الفكرية المتعلقة بتطبيقات ونظم تجارة إلكترونية.²

¹- فوزي محمدمامي "حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية" نشر التحكيم التجاري الخليجي، العدد23، البحرين 2002 ص 10

²- سمية ديميش، المرجع السابق ص 296

6) الخدمات المصرفية

لابد من وضع تشريعات متعلقة بالاموال الكترونية وتكنولوجيا الخدمات المالية والمصرفية، حيث تغطي هذه التشريعات كل المجالات المتعلقة بنظم التحويل الالكتروني والبطاقت المصرفية المتنوعة والمصارف الالكترونية¹.

الفرع الثاني

الحلول الخاصة بمشاكل الاختصاص القضائي

وضعت بعض التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية بعض الحلول الخاصة بادعوي المتعلقة بالعقود الالكترونية، وخرجت عن الوطنية والاتفاقيات الدولية بعض الحلول الخاصة بالدعوي المتعلقة بالعقود الالكترونية، وخرجت عن أعمال الضوابط العامة في الاختصاص القضائي على هذه العقود لاسيما تلك التي يكون أحد أطراف المستهلك، وذلك رغبة في توفير اكبر قدر من الحماية للمستهلك الالكتروني².

من هذه التشريعات نذكر:

مجموعة القانون الدولي الخاص السويسري لعام 1987، والتي تضمنت القواعد العامة للاختصاص القضائي الدولي في شأن المستهلك، وخولته الحق في الخروج على هذه القواعد و ان يرفع دعواه أمام محكمة موطنه أو محل إقامة العادية.

محكمة موطنه، وذلك عند غياب محكمة الإقامة العادية لمقدم السلعة أو الخدمة، علما بأن المستهلك حسب نص المادة 1/114 من القانون المذكور ليس له النزول مقدما عن حقه في إختيار المحكمة المختصة ، وذلك كنوع من الحماية المقررة له .

نشير ايضا إلى أن التنظيم الاوروبي رقم 2012/1215، المؤرخ في 12 ديسمبر،

تضمن قواعد خاصة تحمي المستهلك وذلك بالسماح له باللجوء للجهة القضائية لبلده .

1- يوسف أحمد "أبو فارة، مرجع سابق ص51

2- اليوم الدراسي الوطني حول ، الجانب الالكتروني بيقانون التجاري المرجع السابق ص 267.

إذا وضعت هذه النصوص القانونية ضابطا خاصا للعقود الالكترونية التي يبرمها المستهلك وهو تقرير الاختصاص القضائي الدولي لمحكمة موطن أو محل إقامة المستهلكين وهو الامر الذي لقي إنتقادا لدى بعض الفقه على أساس ان هذا الضابط يخل بمبدأ المساوات بين الخصوم لا سيما أن المستهلك هو الذي يسعى ويبحث عبر شبكة الانترنت بحثا عن الاعلانات عن السلع و الخدمات، ويبادر إلى التعاقد ولا يتعرض لهجوم اتجار تلك السلع والخدمات.¹

لكن هذه الحماية تحد مبررها في أن المستهلك الطرف الاضعف والأجدر بالحماية فعارضي السلع والخدمات منتشرون في مختلفارحاء المعمورة، فلا يتصور ان يكلف المستهلك بالذهاب إلى آخر العالم ليرفع دعواه على تاجر مقيم هناك .
كما أن موارد المستهلك وإمكانيته الاقتصادية لا تمكنه من ذلك، وعليه فجعل الاختصاص لمحكمة خلاف محكمة موطنه أو محل إقامته، محكمة غير ملائمة .

¹ - اليوم الدراسي الوطني حول ، الجانب الالكتروني بيقانون التجاري المرجع السابق ، ص 268.

الخاتمة

عالم تغطت فيه لغة المعرفة اصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، وأضحى تطور الامم وإزدهارها يقاس بمدى تباينها لهذه التكنولوجيا وهو ما جعل العديد من دول العالم تدرك أهمية هذه التكنولوجيا وتسعى إلى تسخيرها لخدمة الاقتصاد بأسره لاسيما الجانب التجاري.

الاهتمام بالتجارة المعتمدة على وسيط إلكتروني دليل على وعي اقتصادي ناضج، هذه التجارة التي كانت مجرد حام، فرضتها اليوم نفسها في تحديد المستقبل الاقتصادي للدول، واصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاريين فقد نمت بحجمها بسرعة خيالية في مختلف أنحاء المعمورة، بسبب المزايا العديدة التي توفرها خاصة اختصارها للزمن والمسافات واختيازها التكاليف.

ولعل تجارب بعض الدول العربية، التي تشهد تحولات كبيرة للانتقال للعالم الرقمي، هو اكبر حافز لتشجيع الجزائر على استعاب هذه التغيرات التكنولوجية الهائلة، ومواكبة النقلة النوعية وخوض تجربة التجارة الالكترونية للاستفادة من مزايا تطبيقها. ومن أبرز النتائج التي توصلنا إليها.

✓ أحدثت الطورات التكنولوجية طفرة اتصالات ومعامات في كافة المجالات فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي المتمحور حول اللامادية و السرعة .

✓ يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الالكترونية وانتشارها إلى الادوات المختلفة للتكنولوجيا الاعلام والاتصالات وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذ التجارة والتي ما هي إلا استخدام مكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة الحاسوب ووسائل وشبكات الاتصالات في المجال التجاري.

✓ التجارة الالكترونية عبارة عن منهج حديث للاعمال يعتمد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال خاصة الانترنت إنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد

الصفقات بين أطراف متعددة سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدث تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الاطراف .

✓ التعامل بالتجارة الالكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والاعباء فهي تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون إعتبار لحجمها للولوج الاسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة، كما تساعد الافراد على الخيار العالمي لأجود المنتجات وبأرخص الأثمان. غير أن هذه التجارة تفرض تحمل اعباء ومخاطر وسلبيات لا بد من العمل للقضاء عليها. ضعف واضح في المؤشرات غير المباشر للتجارة الالكترونية في الجوائر والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات، فرغم أن هذه البنية شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الاخيرة، لآكنها مازالت دون المستوى المطلوب و الكافي لتطبيق التجارة الالكترونية، سواء من حيث معدلات النشر أو الجودة و التكاليف.

تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الالكترونية، وتغييبا شبه كامل لهذا المصطلح من قاموس التعاملات التجارية ويعود سبب هذا التعثر إلى الجملة المعوقات التي تشمل مكبحا اما إنتشار هذه التجارة .

- عدم انتشار الوعي الكافي بأهمية التجارة الالكترونية لدى المؤسسات التجارية والافراد وعدم إيلائها الأهمية الكافية لتطويرها من طرف الدولة .

- عدم بذل جهود لمقاومة لدى المؤسسات التجارية، وغياب الدعم الكافي لمساعدة هذه المؤسسات وتحفيزها على تبني التجارة الالكترونية.

غياب البنية المصرفية والنقدية المناسبة للعمليات والتسويات الناجمة عن التعاملات الالكترونية .

- عدم ملائمة البيئة التشريعية لمتطلبات التجارة الالكترونية.

رغم كل العراقيل التي تواجه الجزائر إلا أن النهوض بالتجارة الالكترونية ورفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الاعلام والتصال يستدعي توفر إرادة حقيقية وقوية لدى الجزائر

لتطوير هذه التجارة وهذه الإرادة لا يمكن ان تعطينا الثمار المرجوة ما لم تكن مدعمتا بالعمل الجاد. ولعل من أهم ما يجب عمله في هذا المجال.

- دعم الاستعداد الالكتروني لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على التحول الى تجارة الالكترونية، وذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كأحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الالكترونية، حيث يتم تبصير الافراد والمؤسسات بأهمية هذه التجارة بإتباع مجموعة اساليب من بينها الحملات الاعلامية والتطويرية المرسخة لثقافة التسوق عبر الانترنت، برامج وورش التدريب للافرد والموظفين، تحديث مناهج التعليم تغية تأهيل الكفاءات لتعاطي معى التحديات الانتقال للتجارة الالكترونية.
- تحول التجارة من الشكل التقليدي الى الشكل الالكتروني لا بد ان يصاحبه بنية تحتية قوية مكونة من شبكات اتصالات ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات، وتوفير تجهيزات آلية، وتطوير برمجيات متخصصة وملائمة لطبيعة السوق الجزائري ولا بد من محاربة جزر المعلومات، والعمل على تأمين نفلذ جميع فئات المجتمع الى خدمات تكنولوجيا الاعلام والتصال، ومعالجة قضايا التسعير، من خلال اعادة النظر في الاسعار لتتناسب مع مستويات دخل المواطنين.
- تسخير الامكانات الضرورية واللازمة للانتقال بمشروع الجزائر الالكترونية من التخطيط الى التنفيذ واعداد دراسات دقيقة حول سبل تسريع عمليات لتجسيد المشروع على ارض الواقع في اجلية المحددة حتى لا يؤول مصيره الفشل كباقي المشاريع.
- السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم للقيام وإعتماد التجارة الالكترونية، الذي يضمن لستمرارها يحمي حقوق المستهلكن والبائعين المتعاملين بها، ويضمن الوفاء بالتزاماتهم ويتم ذلك من خلال تكييف القواعد القانونية الحالية للتلائم مع طبيعة الخاصة للتعاملات الالكترونية، وسن تشريعات جديدة للتجارات الالكترونية تواكب العالمي المتسارع لهذه التعاملات.

قائمة المراجع

ا. باللغة العربية

أولاً الكتب

- (1) ابراهيم العيساوي التجارة الالكترونية، الطبعة الاولى، مكتبة الاكاديمية القاهرة، مصر، 2003.
- (2) أحمد أحمد غنم، الادارة الالكترونية آفاق الحاضر ومتطلعات المستقبل، المكتبة المصرية، مصر، 2004.
- (3) أحمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية والعولمة، القاهرة، مصر، 2006.
- (4) أحمد قندل، التجارة الالكترونية، المرشد للمدير العصري، مصر.
- (4) جاري شنيدر، تعريب سرور علي إبراهيم، دار المريخ للنشر، الرياض المملكة العربية السعودية، 2000 .
- (5) سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الاردن، 2004.
- (6) سلطان عبد الله محود الحوادي، عقود التجارة الالكترونية و القانون الواجب التطبيق، طبعة الاولى، منشورات الحلبي للحقوق، 2010.
- (7) فادي محمد عماد الدين، توكل عقد التجارة الالكترونية، الطبعة الاولى، منشورات الحلبي الحقوقية ببيروت، 2010.

8) فريد النجار، الاستثمار بالنظم الالكترونية و الاقتصاد الرقمي، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية، 2007.

9) فوزي محمد سامي، حماية المستهلك في نشر التحكيم التجاري، الخليجي البحرين، 2002

10) محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية (العقد الالكتروني-حماية المستهلكين ووسائل الدفع الالكترونية-المنازعات العقدية- القانون الواجب التطبيق)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011.

11) محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الالكترونية.

12) محمد إبراهيم، عقود التجارة الالكترونية العقدية والغير عقدية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

13) محمد سعيد أحمد اسماعيل، أساليب الحماية القانونية للتجارة الالكتروني، سوريا، 2009.

15) مصباح التططي، التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية من المنظور التقني والتجاري والاداري، دار حميد للنشر والتوزيع، عمان.

16) يوسف احمد ابو فارة، الالكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، الطبعة الاولى دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الاردن.

ثانيا) المذكرات الجامعية:

1) جوهر بن رجدال، الانترنت ة التجارة الالكترونية، جامعة سعيد دحلب ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية جامعة الجزائر 2002.

2) مزغيش جمال التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت، دراسة حالة التوجيه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر . 2002 .

3) سمية ديميش، التجارة الالكترونية حقيقتها و واقعها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف كلية العلوم الاقتصادية.

4) فلاق بشيرة ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، جامعة ابن باديس، مستغانم 2017.

5) قاسم الطائي، التجارة الالكترونية والقانون كاتطبيق دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، لندن، 2009.

6) نايق محمود، التجارة الالكترونية وتعداد المتغيرات الاقتصادية في تدفق رؤوس مال اجنبي، دراسة مقارنة رسالة ماجستير كلية الادارة والاقتصادالموصل. 2003.

ثالثا) المقالات والمدخلات:

أ) المقالات:

1) إلياس بن ساسي، التعاقد الالكتروني المسائل القانونية مجلة الباحث العدد 2 جامعة قاصدي مرياح ورقلة.

- (2) زايري بلقاسم، طوباش علي، طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقها المتعددة، مجلة المستقبل العربي مركز الوحدة العربية، العدد 288، لبنان، 2003
- (3) شوقي ناجي الابعاد المستقبلية بيحكومية الالكترونية، متطلبات النجاح، العدد 3 مطبعة الجامعة الاردنية، الاردن، 2006.
- (4) كريم كريمة اسيعمال تكنولوجيا المعلومات وعملية القيد في السجل التجاري، مجلة المعارف قسم العلوم السياسية، جامعة محند اكلي، 2018.
- (5) فريد عباس، رحالي سيف الدين، شروط ممارسة التجارة الالكترونية، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، عدد 08، 2020.
- المداخلات:

- (1) حمدوش انيسة، المسطرة الاجرائية لاشغال، اليوم الدراسي الوطني حول الجانب الالكتروني للقانون التجاري، جامعة مولود معمري، 2016.
- (2) خنوسي كريمة تكنولوجيا الاعلام والاتصال ودورها في عقود التجارة الالكترونية، الملتقى الدولي، حماية المستهلك في الوسط المادي و الافتريضي بين تجليات الواقع ورهانات المستقبل، جامعة مولود معمري، 2018.
- (3) نصر الدين سمارة، الياس يسين ساسي، محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر الملتقى الدولي للتجارة الالكترونية، العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباحي ورقلة يوم 6-7 مارس 2004.

4) فريد كورتل، واقع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية سبي تطورها، الماتقى العالمي الدولي للشفافية ونجاعة الالءاء للاندماج في الاقءصاء العلمى،ماى 2003.

رابعاً) النصوص القانونية :

أ) النصوص التشريعية:

- 1) امر رقم 75-58 المؤرخ فى 26 سبءمبر 1975، ىءضمن القانون المءنى، منشور فى الجرىءة الرسمىة عءء 78، الصاءرة فى 30 سبءمبر 1975 المعدل و المءمم بالقانون 05-10 منشور فى الجرىءة الرسمىة، عءء 31 ماى .
- 2) قانون 09-04 المؤرخ فى 5 اوء 2009 ىءعلق بءماىة المسءهلك وقمع العىش المعدل و المءمم بالقانون رقم 05 المؤرخ فى 10 ماى 2012 الجرىءة الرسمىة العءءء 25 المؤرخ فى 13 ءوان 2018.
- 3) قانون 18-05 مؤرخ فى 24 شعبان عام 1439 الموافق لماىو 2018 المءعلق بالتءارة الاءءرونىة.
- 4) أمر رقم 03-06 المؤرخ فى 19 ءوبلىة 2003، المءعلق بالءلاماء التءارىة، منشور فى الجرىءة الرسمىة عءء 44 الصاءرة فى 23 ءوبلىة 2003.
- 5) قانون وقم 04-08 المؤرخ فى 14 اوء 2004، مءعلق بشروط مءارسة الانىءة التءارىة منشور فى الجرىءة الرسمىة العءءء 52 الصاءرة فى 18 اوء

2004 المعدال و المتمم بقانون 13-06 المؤرخ في جويلية 2013 منشور في
الجريدة الرسمية عدد 39 الصادرة في 31 جويلية 2013.

(6) قانون رقم 18-11 المؤرخ في 02 جويلية 2018 متعلق بالصحة منشور في
الجريدة الرسمية عدد 46 الصادرة في 29 جويلية 2018.

مرسوم التنفيذي رقم 09-410، المؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2009، تحديد قواعد
الامن المطبقة على النشاطات المصبة على التجهيزات الحساسة، منشور في
الجريدة الرسمية، العدد 73 الصادر في 13 ديسمبر.

خامسا) المواقع الالكترونية:

1) www.cepor.net

2) www.escwa.in.org/information/publication/edit

.. باللغة الفرنسية

1) Alin charles lartinet. ahmed slim lecxique de gestion

dalloz lyon 2005 p110.

	الفهرس:
01	مقدمة:
03	الفصل الأول: أحكام التجارة الالكترونية
04	المبحث الاول: ماهية التجارة الالكترونية
05	المطلب الاول: مفهوم التجارة الالكترونية
05	الفرع الاول: تعريف التجارة الالكترونية
10	الفرع الثاني: انواع التجارة الالكترونية
14	المطلب الثاني: خصائص التجارة الالكترونية
14	الفرع الاول: الطابع الدولي والعالمي
15	الفرع الثاني: الطابع المتداخل للتجارة الالكترونية
16	المبحث الثاني: ضوابط التجارة الالكترونية
16	المطلب الاول: الشروط الموضوعية
17	الفرع الاول: المعاملات المستبعدة بموجب المادة 03
19	الفرع الثاني: المعاملات المستبعدة بموجب المادة 05
21	المطلب الثاني: الشروط الشكلية
21	الفرع الاول: اجراءات المورد الاليكتروني
24	الفرع الثاني: اجراءات المركز الوطني للسجل التجاري
28	الفصل الثاني: آفاق التجارة الالكترونية
29	المبحث الاول: معوقات ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر
30	المطلب الاول: العوائق التقنية يمارسة التجارة الالكترونية
30	الفرع الاول: ضعف البنية التحتية لتكنولوجية
31	الفرع الثاني: ضعف الثقافة التقنية والوعي الالكتروني
33	المطلب الثاني: العقابات التجارية لممارسة التجارة الالكترونية
33	الفرع الاول: عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الالكترونية
34	الفرع الثاني: العقابات في المعاملات التجارية

35	المطلب الثالث: العوائق التشريعية
36	الفرع الاول: الصعوبات القانونية
41	الفرع الثاني:العوائق النفسية والقانونية والاجتماعية
43	المبحث الثاني: حلول التجارة الالكترونية
43	المطلب: الاول السبل التقنية والتجارية
44	الفرع الاول: الحلول التكنولوجية
46	الفرع الثاني: السبل الاقتصادية
50	المطلب الثاني:السبل التشريعية
50	الفرع الاول: السبل القانونية
54	الفرع الثاني: الحلول الخاصة بمشاكل الاختصاص القضائي
56	خاتمة
60	قائمة المراجع
67	الفهرس

المخلص:

تعد التجارة الالكترونية طفرة في عالم التجارة وأسلوبا حديثا تستخدم فيه التقنية لتغير أسلوب المعاملات التجارية و تسريعها،وهذه العملية تتيح للأفراد والشركات القيام بأعمالهم التجارية، دون أي قيود مرتبطة بالوقت أو بالحواجز الجغرافية.

تسعى الجزائر كغيرها من الدول النامية بشتى الطرق والوسائل للخوض في التجارة الالكترونية، لذلك كان من الضروري وضع منظومة تشريعية توطر هذه التجارة، مما يساهم في إرساء الثقة وتطوير المبادلات التجارية، و ذلك باصداره للقانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الالكترونية.

الكلمات الدالة: التجارة الالكترونية، المعاملات التجارية، العقابات التجارية، المعوقات، السبل التقنية والتجارية.