وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of High Education and Scientidic Research

جامعة محمد البشير الإبراهيمي – برج بوعريريج–

University of Mohamed el Bachir el Ibrahimi –Bba-

كلية الحقوق والعلوم السياسية

Faculty of Law and Political Sciences

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون إعلام آلي وأنترنيت

الموسومة ب

أبعاد التجارة الالكترونية في التشريع الجزائري

من إعداد الطالبين:

سهيلة جودي

شافية شبير

تحت إشراف الدكتورة:

سي حمدي عبد المؤمن

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
سمير خلفة	- أستاذ محاضر –أ	رئيسا
سي حمدي عبد المؤمن	أستاذ محاضر ب	مشرفا
أمين نجار	أستاذ مساعد – أ –	ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

مقدّمـــة

مقدمة:

شهد هذا العصر ثورة هائلة في تكنولوجيات المعلومات والإتصال بصورة فائقة، فقد أصبحت التقنية هي المحرك الرئيسي للتغير الإجتماعي على المستوى العالمي، كما شهد الإقتصاد العالمي نوعا من التحولات والسباق بين المؤسسات الرائدة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لإبتكار وتطوير الخدمات الإلكترونية التي باتت ضرورة ملحة بالنسبة للتعاملات اليومية، وبذلك بدأ الإقتصاد الصناعي يتراجع بخطى واسعة لصالح الإقتصاد الرقمي، وأصبح العصر الحالي هو عصر اقتصاد الأنترنت.

ولقد توسع إستعمال هذه الشبكة الى المجال التجاري، حيث تم توجيه وجعل هذه التقنية نقطة تواصل وتلاقي الملايين من التجار والمستهلكين, وذلك لترويج سلعهم والخدمات التي يقدمونها بسهولة عبر ما يعرف بالفضاء الالكتروني بإبرام عقود تجارية خاصة تدعى بالعقود التجارية الالكترونية، هذه المعاملات شكل جديد من اشكال المعاملات التجارية تسمى بالتجارة الإلكترونية.

ويقصد بها تنفيذ المعاملات التجارية بإستخدام وسائل المعلومات والإتصال الحديثة، وبذلك تختلف على التجارة التقليدية كونها تتم في بيئة رقمية تستخدم فيها وسائل الإتصال الحديثة، وتتسم بخصائص مميزه لها كسهولة الإتصال والإقتصاد في النفقات والسرعة في التعامل.

ونظرا للطابع الدولي الذي تتميز به التجارة الإلكترونية،وإزدياد انتشارها عبر بقاع العالم، إهتمت المنظمات الدولية والإقليمية الخاصة بالتجارة والإقتصاد بوضع تصميمات لتزويد المشرعين الوطنيين بمجموعة قواعد مقبولة دوليا، ونماذج قانونية ترمي لتسهيل العقبات القانونية وتعزيز القدرة على التنبؤ بالتطورات القانونية في مجال التجارة الإلكترونية، وقد سجلت دورا متميزا في هذا الإيطار كل من لجنة الأمم المتحدة للقانون

الجاري الدولي uncitral، والمنظمة العالمية للتجارة، الإتحاد الأوروبي وجامعة الدول العربية.

وأمام هذه التحديات الجديدة التي أفرزهتها التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الإتصالات، كان لابد لحكومات الدول وهيئاتها التشريعية العمل على بناء بيئة قانونية ووضع استراتيجيات للتعامل مع الموضوع،وكان الإهتمام بالجانب القانوني لتنظيم التجارة الإلكترونية من طرف المشرع الجزائري على غرار باقي دول العالم واضحا حيث بدأ في إدراج قوانين تكيف النظام القانوني الوطني مع متطلباتها ، مستهلا ذلك بعدة قوانين، كالقانون الخاص بموردي الأنترنت سنة 1998 وإجاز إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية من قانون 03- 15 المتضمن الموافقة على الأمر رقم 03- 11 المتعلق بالنقد والقرض وكذلك تعديل قانون العقوبات سنة 2004 في إطار مكافحة الجريمة المعلوماتية, بالإضافة لتعديل القانون المدني 2005 وغيرها من القوانين والأوامر والقرارات.

وفي سنة 2018 تم إصدار القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية تحت رقم 18- 05 المؤرخ في 10 ماي من نفس السنة, المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وخصوصا تلك المتعلقة بشروط المطلوبة لممارسة المورد الإلكتروني لهذا النشاط، وهو أول قانون ينظم التجارة الإلكترونية في الجزائر، وذلك محاولة من المشرع الجزائري لضبط السوق الإفتراضية المحلية لمواكبة المستجدات الإقتصادية الحديثة، والإنفتاح أمام الأسواق الإفتراضية العالمية والإندماج في الإقتصاد الرقمي الدولي.

وتكمن أهمية الموضوع في تسليط الضوء على هذا النوع الجديد من التجارة، في ظل اتساع إستعمالها، إذ أصبحت ضرورة حتمية يجب الإلمام بجوانبها، فتهدف دراستنا لبيان ماهية هذه الظاهرة الجديدة وكذا بيان مزاياها وعيوبها ،أشكالها وأيضا الفرق بينها وبين ما يشابهها من معاملات تجرى بنفس وسائلها الإلكترونية، وتم التركيز على محاولات المشرع الجزائري في تنظيم هذه الظاهرة جراء الإنعكاسات التي أحدثها

الإهتمام الدولي بها، والذي جاء ببعض النصوص القانونية المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية وكان آخرها القانون 18-05 المنظم للتجارة الإلكترونية.

ويكمن الهدف من هذه الدراسة هو توضيح ان القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية رقم 18-05، قد بين أن مشروعية ممارسة الشخص لعملية البيع والشراء وكذلك تقديم وتوفير الخدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية وإكتسابه صفة المورد الإلكتروني، تسبقه ضرورة توافر شروط قانونية، وذلك بالشكل الذي يحقق الأمان القانوني للأطراف المتعاقدة عبر الأنترنت، خاصة في ظل تزايد التسويق التجاري الإلكتلاوني

تكمن أسباب اختيار موضوعنا هذا في اننا نريد تبيان بداية ظهور هذا الشكل الجديد من التجارة في الجزائر، وكذلك بيان مجهودات المشرع الجزائري بتنظيم مجال التجارة الإلكترونية في القوانين الجزائرية، سواء من ناحية شروط ممارستها او الأطراف الخاضعين لهذه القوانين المحددة قانونا بها، وأيضا تطرق للحماية الجنائية والمدنية التي يضمنها المشرع لممارسيها.

وبإزدياد انتشارالمعاملات التجارية الإلكترونية في الآونة الأخيرة، كان لزاما على المشرع الجزائري أن يتخذ خطوات هامة لتكييف المنظومة القانونية الجزائرية مع واقع التجارة الإلكترونية في العالم، إذ سن مجموعة قوانين تنظم هذه المعاملات استجابة لهذا الواقع، وتحيطها بمجموعة من المبادئ والأسس والضمانات.

وبناءا على ماسبق نطرح الإشكال التالي: **فيما تتمثل الأبعاد القانونية للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري؟**

وتتفرع هذه الإشكالية الى الأسئلة التالية:

- ماهية التجارة الإلكترونية ؟
- كيف نظم المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية ؟

وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة، وتبيان ماهية التجارة الإلكترونية، والأطرالقانونية المنظمة لها، وقراءة ما جاء به قانون التجارة الإلكترونية الجزائري.

وعلى هذا تم تقسيم دراستنا الى فصلين كاملين،

الفصل الأول بعنوان: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية، مقسم الى مبحثين ، المبحث الأول عنوانه ماهية التجارة الإلكترونية، والمبحث الثاني عنوانه التجارة الإلكترونية وغيرها من المعاملات التجارية.

أما الفصل الثاني من هذه الدراسة كان تحت عنوان التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، ويحوي مبحثين ، الأول يتحدث واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، و المبحث الثاني خاص بالمستهلك الإلكتروني في البيئة الرقمية.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية

شهدت السنوات الماضية ثورة إلكترونية كبيرة في مجالات الإتصالات والمعلومات الرقمية، كان لها التأثير البالغ على الطريقة التي تتم بها عقد مختلف المعاملات والصفقات التجارية، عبر شبكات الإتصال الإلكترونية، هذه التكنولوجيا الجديدة وضعت العالم أمام مرحلة جديدة أصبحت الغلبة فيها للمجتمع الرقمي الإلكتروني.

ولقد الأول: تشار الواسع للتعاملات الإلكترونية على بروز نوع جديد من التجارة يسمى بـــ" التجارة الإلكترونية"، حيث تتم عن طريق الأنترنت، التي ساعدت في تمدد وتوسع هذه التجارة بشكل ملفت للإنتباه، بما توفره من مزايا كثيرة لا نجدها في التجارة التقليدية، ويتضح هذا الأمر بصفة جلية في الدول الغربية، إذ أصبحت تشكل التجارة الإلكترونية نسبة في التعاملات اليومية لهذه الدول سواء بين الأشخاص الطبيعية أو المعنوية.

سنتعرض في هذا الفصل لماهية التجارة الإلكترونية في (المبحث الأول)، وفي (المبحث الثاني) نتطرق للتجارة الإلكترونية وغيرها من المعاملات.

المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية:

كان ظهور التجارة الإلكترونية مرتبطا بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وساهم ذلك كثيرا في انتشارها على المستوى الدولي والمحلي.

هذا المبحث مقسم لمطلبين عنوانيهما مرتبان على التوالي، مفهوم التجارة الإلكترونية، ومزايا وعيوب التجارة الإلكترونية وخصائصها.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الالكترونية:

هناك العديد من التعاريف التشريعية والفقهية التي تحاول أن تصف طبيعة التجارة الإلكترونية، وتحدد ما يتعلق بها من أنشطة وممارسات، وبيان المكونات الأساسية التي تتوافر لغرض تنفيذها، وفي هذا المطلب سنتطرق لتعريف التجارة الإلكتروني فقهيا وتشريعيا، ثم نطلع على بداية ظهورها ومراحل تطورها.

وبناءا على ماسبق، سنتطرق لتعريف التجارة الإلكترونية فقهيا وتشريعيا في **(الفرع الأول)**، وظهور التجارة الإلكترونية في **(الفرع الثاني)**، ثم مراحل تطور التجارة الإلكترونية في **(الفرع الثالث)**.

الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية:

اختلفت التشريعات و الفقه في إيجاد تعريف موحد للتجارة الالكترونية وذلك بسبب تعدد تقنياتها الأمر الذي انعكس على المفاهيم القانونية والمضامين الفقهية.

أولا: تعريف التجارة الالكترونية فقهيا:

لقد تباينت وتعددت التعريفات التي رصدت في شأن التجارة الالكترونية، سواء منها التعريفات الفقهية أو تلك التي خصتها بها بعض المنظمات، ومن ذلك ما يلي: " انها جميع العمليات التجارية التي تتضمن وسيطا الكترونيا هو الانترنت".

ويذهب جانب من الفقه إلى أن التجارة الإلكترونية، هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الأنترنت والأنظمة التقنية الشبيهة كانظمه

الدفع الالكتروني ووسائل الحوسبه المدمجه بالاتصالات والشبكات وغيرها". اضاف لهذا التعريف فإن ممارسة الآليات التجارية قد تكون أيضا بواسطة أنظمه تقنية شبيهة بشبكة الانترنت، وذلك كأنظمة الدفع الالكتروني مثلا.[1]

وقد عرفها جانب من الفقه بأنها: " تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية والخدمات التي تتم بين مشروع تجاري وآخر وبين مستهلك ومشروع تجاري، وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات", وعرفها البعض بأنها: " عملية البيع والشراء عبر الشبكات الالكترونية، على المستويين السلعي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج الكمبيوتر وانشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية".[2]

ثانيا: التعريف القانوني للتجارة الالكترونية:

1_ تعاريف المنظمات والقوانين الدولية:

لقد جاء في نصوص قوانين المنظمات الدولية و قوانين الدول العربية و الأجنبية تعريفات متعددة لظاهرة التجارة الالكترونية و تنظيمها، وقد اشتركت جميعها في بيان أنها ممارسة التجارة على وسائط الكترونية وسنتطرق بالتفصيل لبعض هذه التعريفات وهي كالتالي:

1_1_ التعريف الوارد في مشروع الأمم المتحدة للتجارة الالكترونية(uncitral):

عرفت على أنها نقل المعلومات الكترونيا من حاسوب لآخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات، فرأت اللجنة أن التعريف يعطي كل استعمال المعلومات الكترونيا في التجارة والتي يمكن يطلق عليها التجارة الالكترونية. [3]

---

(1)– بوجادي صليحة، **التجارة الالكترونية دراسة مفاهيمية**، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، المجلد3، العدد1، جوان 2018، ص12/11.

(2)– أبو العلا علي ابو العلا النمر، **المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية**، www.Kotoarabia.com، ص15/14.

(3) – باي كمال، **النظام القاوني للتجارة الالكترونية**، مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة ماستراكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون اعمال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019/2018، ص6.

و المصطلح الذي استخدمته الأمم المتحدة بدل "تبادل البيانات الالكترونية "[1]، ذلك بمثابة إصدار القانون النموذجي في شان التجارة الالكترونية الذي اعتمدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري في 16 من ديسمبر 1996 [2]

1_2_ تعريف المنظمة العالمية للتجارة (omc):

قدمت منظمة التجارة العالمية omc في دراسة بعنوان: " التجارة الالكترونية ودور منظمة التجارة العالمية"، على أنه يمكن وصف التجارة الالكترونية بأنها: " كل عمليات الإعلان والإنتاج والبيع والتوزيع للمنتجات عبر شبكات الاتصالات ...الخ، حيث يمكن تمييز ستة أدوات للتجارة الالكترونية".

1_3_ تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE):

تشير هذه المنظمة إلى أن التجارة الالكترونية، تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونيا، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية.[3]

1 _4_ تعريف منتدى التعاون الإقتصادي لآسيا و المحيط الهادي (opecوالاتحاد الاوروبي:

عرف منتدى التعاون الإقتصادي لآسيا والمحيط الهادي، التجارة الالكترونية بأنها: "أي شكل من أشكال الصفقات التجارية الخدمية والسلعية، والتي تتعامل فيها الأطراف

---

(1) – **قانون الاونسيترال النموذجي بشان التجارة الالكترونية مع دليل التشريع 1996**، ومع المادة الاضافية 05 مكرر بصيغتها المعتمد في عام 1998، المادة 2، الامم المتحدة، نيويورك، 2000، ص4.

(2) – قردان لخضر، **النظام القانوني للتجارة الالكترونية**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، ص20.

(3)– صراع كريمة، **واقع وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، ص6.

بطريقة الكترونية، سواء تمت بين شخص وشخص آخر أو بين شخص وكمبيوترأو بين كمبيوتر وكمبيوتر".

أما الإتحاد الأوروبي فقد عرف التجاره الالكترونية بأنها: "كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية، تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حده وبين الادارات الحكومية".[1]

2_ تعريف التجارة الالكترونية في القوانين المقارنة:

لقد ورد تعريف التجارة الالكترونية في القوانين الأوروبية، وسنعرض ما ورد منه في القانون الفرنسي والإنجليزي، و ما جاء في قوانين بعض البلدان العربية، وقد أوردنا ما جاء في القانون المصري و التونسي و الأردني، وكذلك قانون المملكة السعودية.

2-1- تعريف التجارة الالكترونية في القانون الفرنسي:

أصدر المشرع الفرنسي القانون رقم 230 2000 في شأن قانون الإثبات والمتعلق بالتوقيع الالكتروني، ولم يتضمن تعريفا محددا للتجارة الالكترونية ولكن عرف تقريرا مقدم من مجموعة العمل برئاسة السيد لورينتز لوزارة الاقتصاد الفرنسية، في يناير 1998 التجارة الالكترونية بأنها: " مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد، وبين المشروعات والمؤسسات الإدارية".

كما أصدر المشرع الفرنسي مرسوم رقم 741/ 2001، الذي وضع بموجبه تنظيم شامل للتعاقد الالكتروني على ضوء التوجه الأوروبي رقم 17-97، وحماية المستهلك في التعاقد عن بعد.

كما عرفت الفقرة الأولى من المادة 14 من القانون الفرنسي رقم 575 لسنة 2004 الصادر في 21 /06/ 2004، بشأن الثقة في الإقتصاد الرقمي التجارة الالكترونية بأنها: "

[1] – صراع كريمة، **المرجع السابق**، ص 7.

النشاط الإقتصادي الذي يقوم شخص بموجبه بعرض السلع والخدمات عن بعد بوسيله الكترونية".[1]

2-2- تعريف التجارة الالكترونية في القانون الإنجليزي:

نظم المشرع البريطاني التجارة الالكترونية من خلال إصداره لقانون الإتصالات عام 2000، والذي خصص قسمه الثاني بعنوان تسهيل التجارة الالكترونية وتخزين المعلومات، فقد نصت المادة 7 فقرة واحد على أنه: "في أي من الإجراءات القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، كل من التوقيع الالكتروني وشهادة المصادقة على هذا التوقيع دليل، إثبات مقبولا قانونا في أي نزاع بشأن صحة الإتصالات أو البيانات".[2]

2-3 – تعريف التجارة الالكترونية في القوانين العربية: [3]

إن قانون المبادلات والتجارة الالكترونية التونسي رقم 83 لسنة 2000، من أوائل التشريعات المؤسسة للتجارة الالكترونية في العالم العربي، عرفت المادة الثانية من الفصل الثاني منه التجارة الالكترونية، على أنها: " العمليات التجارية تتم عبر المبادلات الالكترونية".

أما قانون المعاملات الالكترونية الأردني رقم 85 لسنه 2000، عرف المعاملات الالكترونية في المادة الثانية على أنها: " المعاملات التي تنفذ بالوسائل الالكترونية، كتقنية إستخدام وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو الكهرومغناطيسية، أو أي وسيلة في تبادل المعلومات وتخزينها"، كما عرفت نفس المادة التجارة الالكترونية بتعريف آخر على أنها: " إجراءات الإتفاق بين طرفين أو عدة أطراف بوسائل إلكترونية على تنفيذ عملية تجارية".

---

[1]– بن مالك اسحاق وبوزايد عبد الفتاح، **التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال**، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020/2019، ص7.

[2]– بن مالك اسحاق وبوزايد عبد الفتاح، **المرجع السابق**، ص8.

[3]– قردان لخضر، **المرجع السابق**، ص29/30/31.

وعرف مشروع قانون التجارة الالكترونية المصري، في المادة الأولى منه التجارة الالكترونية بأنها: " كل معاملة تجارية تتم عن بعد بإستخدام وسيلة إلكترونية".

أما بالنسبة للسعودية، فقد صدر مؤخرا نظام التجارة الالكترونية بتاريخ 9/07/2019، حيث عرف في المادة الأولى منه التجارة الالكترونية على أنها: " نشاطا ذو طابع إقتصادي، يباشره موفرالخدمه للمستهلك بوسيلة إلكترونية من أجل بيع منتجات أو تقديم خدمات أو الإعلان عنها أو تبادل البيانات الخاصة بها".

الفرع الثاني: ظهور التجارة الالكترونية:

إن ممارسة الأعمال التجارية الالكترونية أصبحت شائعة في أوساط الشركات الكبيرة لأكثر من عقدين من الزمن من خلال واجهة ترابط البيانات الالكترونية، فإن التجاره الالكترونية إبتدات منذ حوالي عشر سنوات فقط، عندما جرى تطوير شبكة الويب كأداة للإستعمال العام، وفي الواقع فإن الويب التطبيق الأكثر رواجا في الانترنت، إما لنشر المعلومات أو للإعلان أو البيع وتزويد البضائع والخدمات.[1]

أولا: بداية ظهور التجارة الالكترونية:

إن تاريخ ثورة التجارة الالكترونية يعود إلى أحد الشبان ذو 29 سنة، جيف بيزوس يعمل كمحرر مالي ومدير أراد استخدام الانترنت كأداة للربح، فقام سنة 1994 بوضع قائمة من 20 منتجا يمكنها أن تجد سوقا رائعة لها على شبكة الانترنت، وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد من أن الكتب جاءت في المرتبة الأولى من القائمة وإنطلاقا من هذا أسس هذا الشاب شبكة أمازون، والتي أصبحت من بين أهم الشركات في عالم التجارة الالكترونية.[2]

---

[1]– **تسهيل التجارة الإلكترونية في منطقة الإسكوا، تعزيز المشاركة الفعالة في التجارة الإلكترونية، حالات مصر والأردن ولبنان والامارات العربية المتحدة**، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا ونيويورك، الامم المتحدة، 2003، ص15.

[2]–صراع كريمة، **المرجع السابق**، ص13/12.

لكن لم يكن هذا الظهور الأول للتجارة الالكترونية، لكن الواقع أن ظهورها يرجع إلى أوائل السبعينات، وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونيه للأموال، ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض الشركات الصغيرة التبادل الالكتروني للبياناتedi، والذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية لمعاملات أخرى، وفي التسعينات وخصوصا في فترة ما بين 1995 و 2000 شهدت التجارة الالكترونية تطورا كبيرا، وذلك بفضل تطوير شبكات وبرمجيات أخرى خدمت هذا المجال.[1]

ثانيا: إرتباط ظهور التجارة الالكترونية بتكنولوجيا المعلومات و الإتصالات:

إن التطور الكمي والنوعي لتكنولوجيا المعلومات والإتصالات قد أثمرميلاد خدمات جديدة كالتجارة الالكترونية، اذ تعد هذه الأخيرة الترجمة الإقتصادية لثورة المعلومات، وأدت لنشوء طريقة جديدة لقيام التجارة بين مختلف الأطراف سواء المؤسسات أو زبائن أو إدارات.

وإن الذي يقود إلى الحديث عن تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، تتمثل في غزو الانترنت التي تمثل بدورها ثمرة إبتكارين تكنولوجيين كبيرين في منعطفي الثمانينات، الأول يتمثل في وضع حسابات آلية في السوق بأحجام كبيرة، والثاني يتمثل في الإستخدام المكثف للتكنولوجيا الرقمية على الإجراءات التماثلية،

فمع إنطلاق الانترنت عام 1993 توسع مفهوم الأعمال التجارية الالكترونية، من مجرد تبادل إلكتروني للبيانات إلى كونه مجموعة من الإتصالات تتم من خلال البريد الالكتروني والقيام بأنشطة كالتسويق والترويج، أوأية أنشطة متصلة بالأعمال التجارية يمكن أن تقدم عبر الانترنت أو عبر شبكة خاصة، كما إتسع المفهوم من كونه يضم الأعمال الموجهة إلى مفهوم يشمل بالإضافة إلى ذلك صفقات الأعمال الموجهة إلى

---

[1]–أحمد محمد لطيف قايد، **التجارة الالكترونية**، جامعة العلوم والتكنولوجيا، فرع اـــب، ص2.

المستهلكين النهائيين، كما أعطت الانترنت دفعا جديدا لذلك المفهوم حتى أصبح يضم تعاملات بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين.[1]

ثالثا: مراحل تطور التجارة الالكترونية:

وقد تتمحور مراحل التجارة الالكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية إلى التعامل بثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء إستخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الإقتصادية وهي كما يلي:

1- **المرحلة الأولى:** وهي تعتبر مرحلة الإرتباط الرئيسية والموردين الفرعيين أي بين الشركة الأم التي تتبع لها.

2- **المرحلة الثانية:** وبدأت بالتبادل الالكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين وذلك من خلال شبكات القيمة المضافة.

3- **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة التبادل الالكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الانترنت، وتعتبر المرحلة الراهنة في التعامل.

المطلب الثاني: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية وخصائصها:

الفرع الأول: مزايا التجارة الالكترونية:

أولا: المزايا الاقتصاديه للتجاره الالكترونية: (2)

- سهولة الوصول إلى الأسواق العالمية وإجراء عمليات تبادل السلع والخدمات الجديدة وتسويقها بين أطراف متعددة.
- إمكانية مقارنة الأسعار التي تقدمها عدة شركات في وقت واحد.

---

[1]- سمية دميش، **التجارة الكترونية حققتها وواقعها في الجزائر** مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011/2010، ص17.

[2] – المختار بن قوية، **التجارة الالكترونية في الجزائر بين الضرورة والخاطرة**، مجلة المعارف، المجلد16، العدد2، ديسمبر 2021، ص295/294.

- تعزيز الشفافية الإقتصادية في الأسواق بعرض أنواع السلع وأسعارها ومناشئ إنتاجها.
- إختصار الجهد والوقت التي تستغرقه المعاملات.

ثانيا: مزايا التجاره الالكترونيه بالنسبه للبائع: [1]

- القدرة على خدمة العميل بدون حدود زمنية أو إمكانية وسهولة عرض العديد من المنتجات والمعلومات و عمل الإتصالات التسويقية ذات إتجاهين.
- توزيع الأسواق وتسويق السلع والخدمات بكفاءة عالية، كما تتيح التجارة الالكترونية الفرصة أمام عمل أسواق المنافسة الكاملة على مستوى العالم.
- تخفيض التكاليف من خلال تخفيض التكاليف الخاصة بالمراسلات البريدية والدعاية والإعلان و تكلفة التوزيع والتصنيع على صعيد المخزون.

ثالثا: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمستهلكين: [2]

- سرعة التسوق وتقليص نطاق السوق.
- إنخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج.
- تبادل المعلومات بين المستهلكين.

رابعا: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات: [3]

- تكلفة تسويق السلع والخدمات وإنخفاض تكاليف الإعلان و الإشهار.

---

[1] – ستار جبار خليل البياتي، **الاهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية وامكانية تطبيقها في العراق**، ص267

[2] – فارس فضيل وحمزة ضويفي، **الابعاد القانونية والضريبية للتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة**، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد3، ماي 2011، ص32/31.

[3] – سمان حسين، **التجارة الالكترونية في الجزائر بين الواقع والتحدياتفي ظل تداعيات جائحة كورونا (كوفيد)**، ....ص344.

– الحد من مصاريف الشركات و المؤسسات، إذ تعد أقل تكلفة من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب وكذلك الأجهزة الباهضة، ولا تحتاج لعمال وموظفين للقيام بالأعمال الإدارية.

– الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائدين أعلى من الأنشطة التقليدية، وذلك لتمتع التجارة الالكترونية بصفة العالمية للحدود والقيود أمام الدخول إلى الأسواق التجارية العالمية.

الفرع الثاني: عيوب التجارة الالكترونية:

وبما أن التجارة الالكترونية تبقى ظاهرة جديدة، وكل يوم في تطور مستمر وقد رافق ظهورها عمليات الغش والسرقة فهي متعددة ومتشعبة قد تمس بالمستهلك أو التاجر نفسه، ومن بعض عيوبها ما يلي:

– التعامل الورقي في التجارة الالكترونية يهدد مصالح وشركات والبنوك نتيجة لحدوث تزوير أو التلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب.[1]

– إمكانية الشراء بإستخدام بطاقات إئتمانية مزيفة من قبل العملاء، مما يجعل أصحاب هذه البطاقات بأعباء مالية عن سلع وخدمات لم يقومو بشرائها أصلا.[2]

– يمكن حدوث تلاعب لبيانات النسخ الأصلية الخاصة بطلبات شراء أو إرسال بضائع، وذلك نتيجة لعدم وجود مستندات ورقية وعدم إمكانية التوقيع بخط اليد مما يهدد الحقوق والمصالح الخاصة للأفراد والمشروعات.[3]

---

[1] – ريم هند، **التجارة الالكترونية، مداخلة**، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العددالخاص، ديسمبر2021، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد مهري2، ص175.

[2] – فارس فضيل، حمزة ضويفي، **المرجع السابق**، ص32.

[3] – فارس فضيل، حمزة ضويفي، **المرجع نفسه**، ص32.

– عدم قدرة المشتري على رؤية السلعة وفحصها والتأكد من سلامتها، وكذلك قد يحدث أن تطلب سلعا محظورة إستيرادها أو محظور بيعها في الأسواق المحلية للدولة التي تطلبها، ومن ثم تظهر صعوبة تصريفها وبالتالي ضياع أموال مستورديها.(1)

– قرصنة المعلومات الخاصة بالأفراد أو الشركات، فإنعدام الأمن عبر الانترنت واقع حتمي.(2)

الفرع الثالث: خصائص التجارة الالكترونية: (3)

تتميز التجارة الالكترونية بمجموعة من الخصائص التي تتميز بها عن غيرها مما يشابهها من الأعمال الالكترونية، ومن أهم هذه الخصائص:

أولا: الطابع الدولي والعالمي للتجاره الالكترونية:

التجارة الالكترونية والتي تجري من خلال وسائط إلكترونية كالأنترنت، لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، ومن ثم فإن أي نشاط تجاري يقدم صلة عن الخدمات على الأنترنت لا يحتاج التوجه إلى منطقة جغرافية بعينها.

ثانيا: تداخل التخصصات للتجارة الالكترونية:

فالمؤسسات تجد أن الفواصل التقليدية بين القطاعات والتي تأسست على الفوارق في المظاهر والوسائل المادية، أصبحت أقل حدة وهذا واضح في السلع والخدمات التي يمكن توصيلها للمستهلك بالطرق التقليدية، كما يمكن توصيلها على الخط مباشرة مثل الموسيقى والأفلام وبرامج الكمبيوتر...الخ.

---

(1) – العاني ايمان، **المرجع السابق**، ص84.

(2) – عبد الرحيم وهيبة، **تقييم التجارة الالكترونية ومدى انتشارها عبر العالم**، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد1، جانفي 2012، المركز الجامعي لتامنغست، معهد الحقوق، الجزائر، ص234.

(3)– العاني ايمان، **البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006، ص67.

ثالثا: غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الإلكترونية:

يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة بدءا من التفاوض على الشراء والتعاقد على قيمة البضاعة وإستلامها إلكترونيا، وتبادل مستندات ورقية على الإطلاق.

رابعا: التعامل دون كشف هوية المتعاملين:

فمن الممكن أن تجرى عملية تجارية على الانترنت بين طرفين لا يعرفان بعضهما البعض، فبإمكانه أن يقدم معلومات زائفة أو غير كافية عن نفسه دون إمكانية الإستيثاق منها.

خامسا: سرعة تغيير المفهوم وما يعطيه من أنشطة وما من قواعد:

تم تتغيرات متسارعة من نوعية الأنشطة التي تدرج تحت مفهوم التجارة الإلكترونية مع إحتمالية إتساع نطاق هذه التجارة.

المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية وغيرها من المعاملات التجارية:

عرفت التجارة الإلكترونية بعدة تعاريف مختلفة وكان لكل جانب رأي يختلف عن الأخر، بحيث تكتسب أهمية كبيرة فالوقت الراهن وذلك نظرا للإقبال الكبير عليها من طرف الأفراد والدول في كافة أنحاء العالم والتسارع إلى تبنيها وإعتمادها كبديل للتجارة التقليدية في المعاملات التجارية، لهذا إستوجب علينا ظبط المصطلحات لتجنب الخلط بين المفاهيم المشابهة لها.

لذا إرتئينا إلى ضرورة دراسة هذا الموضوع، بحيث قمنا بتقديم أهم الفروقات بينها وبين المصطلحات الأخرى، فقد تطرقنا إلى التمييز بين التجارة الإلكترونية والمصطلحات المشابهة (المطلب الأول) وأشكال التجارة الإلكترونية ومتطلباتها(المطلب الثاني).

المطلب الأول: التمييز بين التجارة الإلكترونيبة والمصطلحات المشابهة:

تتميز التجارة الإلكترونية بعدة ميزات مما يجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية، بحيث تنفرد بخاصية مميزة، وهي توفير الوقت والجهد في التعاملات التجارية وكثرة استعمال الأفراد لهذا النوع الحديث، الذي لم يسبق له الوجود في السابق إذ ساهمت هذه الأخيرة في تسهيل اللولوج إلى الأسواق العالمية وأضحت من بين الدعائم للنظام الإقتصادي العالمي .

الفرع الأول: التمييز بين التجارة الإلكرتونية والتجارة التقليدية:

إن طرق الإتصال في التجارة الإلكترونية تختلف عن نظيرتها التقليدية، ففي الأولى وسيلة الإتصال الوحيدة هي الآنترنت، التي تتسم بالمرونة وسرعة التحويلات ومعالجة الطلبيات، في حين التجارة التقليدية تتعدد طرق الإتصال فيها وإختلافها يؤدي إلى صعوبة التنسيق وترتيب العمليات، وهو ما يؤدي عادة إلى إطالة زمن معالجة الطلبية .[1]

[1] – صراع كريمة، **المرجع السابق**، ص9.

ونلاحظ أن التجارة اتقليدية لا تختلف عن التجارة الإلكترونية إلا في تنفيذ تلك العمليات، إذ أن التجارة الإلكترونية أسلوبها غير تقليدي في الوصول إلى المستهلكين في كافة أنحاء العالم، أي أنها تحقق عائدات ضخمة يقابلها إنخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية، كما يمكن للشركات من خلال التجارة الإلكترونية القيام بإدراة أفضل لعمليات الشراء والتوريد والبيع والنقل والتأمين، وعمليات المحاسبة، ومراقبة المخزون.[1]

إن التجارة الإلكترونية تختلف عن التجارة التقليدية من حيث الوسيلة التي تستخدم في عمليات التبادل التجاري وليس في طبيعة العمليات التجاري.[2]

الفرع الثاني: التمييز بين التجارة الإلكرتونية والأعمال الإلكترونية:

يشيع لدى الكثيرين استخدام اصطلاح التجارة الإلكترونية E-Commerce رديفا للإصطلاح الأعمال الإلكترونية E-Business، غير أن هذا خطأ شائع لايراعي الفرق بينهما، فالأعمال الإلكترونية هي أوسع نطاقا واشمل من التجارة الإلكترونية ، إذ تقوم الأعمال الإلكترونية على فكرة تمتة الآداء في العلاقة بين إطاري العميل وتمتد لسائر الآنشطة الإدارية، [3] ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد بالزبون والإنتاجية والمالية والخدماتية بوكلائها وموظفيها وعملائها، إذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها، كما تعد أنماط آداء العمل وتقييمه والرقابة عليه.[4]

ومن الضروري هنا التفرقة بين مصطلحي التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية كما ذكرنا سابقا هي استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة

---

(1) – عبد الصبور عبد القوي علي مصري، **التنظيم القانوني للتجارة الألكترونية**، الطبعة الأولى، مكتبة القانون و اقتصاد، الرياض، 2012، ص20.

(2) – لشهب حورية، **النظام القانوني للتجارة الإلكترونية**، –دراسة مقارنة–، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة بسكرة، عدد23، نوفمبر 2011، ص28.

(3) – ناصر خليل، **التجارة والتسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2009، ص34.

(4) – يوسف حسن يوسف، **التسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولى، المرطز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012، ص84، 85.

من برمجيات ووسائل إتصال وغيرها، لإتمام عمليات تبادل البضائع والمنتجات والخدمات، أما الأعمال الإلكترونية فهي استخدام تقنيات العمل بالآنترنت والشبكات لتطوير أنشطة الأعمال المالية أو لخلق أنشطة أعمال إفتراضية جديدة .[1]

الأعمال الإلكترونية هي استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في مجال الأعمال، أي إدخال أساليب إلكترونية في الإدارة وفي التخطيط لموارد والمشروع وفي إدارة المخزون وفي غيرها من الأنشطة التي تقوم به، [2]في حين أن التجارة الإلكترونية نشاط تجاري ولاسيما تعاقدات حول طلبات المنتج والخدمات بإستخدام وسائل إلكترونية ضمن.[3]

أما التجارة الإلكترونية فهي إصطلاح أكثر تحديدا من الأعمال الإلكترونية، فالأعمال الإلكترونية تتضمن جميع الأليات الإلكترونية التي تمكن ممارسة جميع الأنشطة والأعمال داخل الشركات أوبين الشركات وعملائها وموزيعيها ومورديها، وفي المقابل نجد أن التجارة تنطوي فقط على عمليات البيع والشراء المدعمة بالوسائل الإلكترونية.[4]

وننبه هنا مرة أخرى إلى الأعمال الإلكترونية أشمل من التجارة الإلكرتونية، وأن الإثنين يعملان تحت مظلة الويب، التي تسمح للمؤسسات أن تمارس أعمالها بطريقة لم تكن متاحة من قبل، حيث يصبح من السهل تطوير أسواق جديدة وخلق فرص إضافية في الأسواق الحالية.[5]

[1] – مصطفى موسى العطيات، **التجارة الإلكترونية حماية العلامة التجارية إلكترونيا**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2011، ص41.

[2] – صراع كريمة، المرجع السابق، ص10.

[3] – خالد ممدوح، **لوجيسيات التجارة الإلكترونية**، دون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019، ص126.

[4] – محمد عبد العظيم أبو النجا، **التسويق الإلكترونية**، الطبعة الأولى، دار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص34.

[5] – محمد الصيرفي، **التسويق الإلكتروني**، دون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2008، ، ص38.

الفرع الثالث: التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة عبر الآنترنت:

فرق جانب من الفقه بين التجارة الإلكترونية والتجارة عبر الآنترنت كما يلي: "تم إشتقاق كلمة e-commerce باللغة الإنجليزية من الكلمتين electrinic commerce أي التجارة الإلكترونية أماI-commerce مشتقة منInternet commerce أي التجارة عبر الآنترنت"، واليوم اعتاد العالم على استخدام اللفضتين بطريقة تبادلية، ومن الناحية العملية فإن التجارة عبر الأنترنت هي جزء من التجارة الإلكترونية.[1]

ومن الأخطاء الشائعة هي أن التجارة الإلكترونية والتجارة عبر الأنترنت هما نفس الشيء، وهذا أمر يخالف المنطق والواقع، إذ أن التجارة عبر الانترنت هي جزء من التجارة الإلكترونية، لأن هذه الأخيرة لا تقتصر عبر الأعمال التجارية فقط بل تتجاوز ذلك إلى كل وسيلة إلكترونية منجزة ومنفذة للمعاملات التجارية.[2]

لأن التجارة الإلكترونية لا تقتصر على مجرد إنجاز الأعمال التجارية عبر الآنترنت، ولكنها تشير إلى وسيلة إلكترونية تساعد الشركة في تنفيذ أعمالها التجارية، كإستخراج الفواتير وتسجيلها في صورة إلكترونية والإحتفاظ بالسجلات الإلكترونية،[3]مثلا إذا قام أحد العملاء بتحرير طلبية توريد مواد معين من خلال حاسبه الشخصي فسوف يتكون عن ذلك بصورة تلقائية فاتورة إلكترونية.[4]

التجارة عبر الآنترنت هي عمل إلكتروني يتم من خلال التنسيق الإلكتروني على الآنترنت، ويعد كل من العنصرين أمرا حيوياً من أجل بقاء أي شركة في هذه الألفية الجديدة، لأن الأنظمة الموجودة بالشركة التي تتصل ببعضها البعض إلكترونيا، تعد أنظمة

[1] – مصطفى منشور وسيمة، **النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن**، رسالة مقدمة لنيل أطروحة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون العلاقات الإقتصادية الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016، ص42.

[2] – بوجادي صليحة، **المرجع السابق**، ص11.

[3] –مصطفى موسى العطيات، **المرجع السابق**، ص42.

[4] – محمد الصيرفي، **المرجع السابق**، ص83.

تجارة إلكترونية ويجب أن تكون قادرة على التعامل دون عناء مع أي تطبيق على الآنترنت.[1]

المطلب الثاني: أشكال ومتطلبات التجارة الإلكترونية:

يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق كبير يلتقي فيه كل من المورد والمستهلك، تعرض فيه الخدمات والسلع والمنتجات في صورة رقمية وافتراضية، فتتعدد أنماط هذه المعاملات نظرا لاتجاهات وغايات المستفيدين من هذا النشاط، وتتمثل أشكالها فيما يلي:

الفرع الأول: أشكال التجارة الالكترونية:

لقد صاحب ظهور التجارة الالكترونية ثوره كبيره تمثلت في تطور وسائل وتكنولوجيا المعلومات زيادة استخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات ولكن أيضا على مستوى المستخدمين والمستهلكين في مجالي السلع والخدمات، حيث أن التجارة الالكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال اكثر من شكل .

أولا: التجارة الالكترونية بين وحده أعمال ووحده أعمال(businsse to businesse) :

تستعمل هذا النوع في التجارة الالكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض، وتقوم منشاة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبيات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكه الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات، كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة، هذه التكنولوجيا شكل من التجارة هو الأكثر شيوعا في الوقت الحالي، سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي.[2]

---

(1) – طارق عبد العال حماد، **التجارة الإلكترونية**، دون طبعة، دار الجامعية، عين شمس 2003، ص9.

(2)– احمد عبد الله العوضي، **العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية**، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد6، الكويت، 2010، ص170.

ثانيا: التجارة الكترونية بين المنظمة والمستهلك(consumer to government):

وهي التي تعبر عن العلاقة بين الشركات التي تقوم بعرض مختلف أنواع السلع والخدمات التي ترغب في تسويقها عبر الانترنت، والمستهلك يستعرض السلع المتاحة ويقضي منها حاجياته لإشباع رغباته، ويمر السوق الالكتروني بمجموعة مراحل، فالمستهلك الذي يرغب في الحصول على سلعة ما يزور موقع الشركة العارضة وينتقي السلعة التي يريد، ثم يقوم بالدفع بوسائل الدفع الالكترونية أو نقدا عند التسليم ويتم تسليم البضاعة بإحدى طريقتين، إما عبر الشبكة أو إرسالها مع مندوب المبيعات أو بالبريد السريع أو شركات الشحن.[1]

ثالثا: التجارة الالكترونية بين المستهلكين(consumer to consumer):

وهي عملية بيع السلع والخدمات بين المستهلكين، أي بين بعضهم البعض مباشرة بواسطة شبكه الانترنت، حيث يقوم أحد المستهلكين في نشر إعلانات على موقعه الهدف منها بيع خبراته الشخصية أو منتجاته، وهذا النوع من التجارة الالكترونية يتميز بنمو الأسواق الالكترونية والمزادات على الانترنت، كما أن هذا النوع من التجارة سيفتح أفاقا واسعة أمام حركة التجارة، وكما أشارت المواقع إن حركة هذه الأسواق كبيرة جدا وتتمكن من تحقيق أرباح بملايين الدولارات نتيجة المبيعات يوميا.[2]

رابعا: التجارة الالكترونية بين وحده الأعمال والإدارات الحكومية (business to government):

وهذا شكل من أشكال التجارة الالكترونية حديث النشأة وغير موسع، وهو ينظم العديد من الأنشطة منها الالكترونية، فتقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوازم والرسوم

---

[1]– العمري هاشمي و صالح بزة، **التجارة الالكترونية في الجزائر واقعها وتحدياتها الضريبية**، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد6، العدد2، 2010/12/31، ص379/378.

[2]– محسن خضير عباس ومصطفى راشد علي، **تحليل اثر التجارة الالكترونية على التنمية في بيئة البلدان العربية**، مجلة دنانير، العدد22، ص63.

ونماذج المعاملات على شبكه الانترنت، بحيث تستطيع شركة الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الالكترونية، وأن تقوم بإجراء المعاملات الالكترونية بدون التعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية، وتقوم الحكومة الآن بعمل على ما يسمى بالحكومة الالكترونية لإتمام المعاملات الكترونيا.(1)

الفرع الثاني: متطلبات التجارة الإلكترنية:

إن التجارة الإلكترونية هي تلك التجارة التي تشتمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات، تقديم خدمات الانترنت، والتسليم الإلكتروني للخدمات، أي تسليم صفقات المنتجات الخدماتية للمستهلك في شكل معلومات رقمية، وكذا إستخدام الانترنت كقناة لتوزيع الخدمات، وعن طريقها يتم شراء سلع عبر الشبكة، لكي يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني.(2)

ولنجاح التجارة الإلكترونية لابد من توافر بنية تحتية تقنية، إضافة إلى وجود فنيين وخبراء متخصصين في الشبكات والبرامج ونحوها، كما يجب من القوانين والتشريعات اللازمة لتنظيم التجارة الإلكترونية وما يتطلب من ضرورات تأمين البيئة الإلكترونية، لكي تصبح التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت في متناول الجميع.(3)

أولا: المتطلبات الإلكترونية:

تشمل البنية التحتية تقنية الملومات والاتصالات من شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي المتمثلة في أجهزة الاتصالات كالفاكس والهواتف الثابتة والنقالة، وكذلك الحواسيب وبرامج التطبيقات والتشغيل التي تستخدم في الأعمال والتجارة الإلكترونية، إضافة إلى القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات، فهذه المكونات توفر البنية التحتية الإلكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الانترنت وتهيئ البيئة التحتية الإلكترونية التي تساعد على انتشار الانترنت عاملا رئيسيا في الدخول للتجارة الإلكترونية، لأنها

(1)– عبد الرحمان العيشي، **المرجع السابق**، ص165/164.

(2) – قردان لخضر، **المرجع السابق**، ص52.

(3) – قردان لخضر، **المرجع نفسه**، ص 52.

بمثابة القناة الإلكترونية أو السوق الإلكتروني الذي تتم من خلاله المعاملات والتبادلات التجارية.[1]

ثانيا: متطلبات قانونية وتنظيمية:

وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلائم مع طبيعة التجارة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت، وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار هذا النوع من التجارة وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها، كما يتكفل الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الانترنت أو عبر البريد الإلكتروني، والشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت داخل المجتمع أم كانت بين أطراف في دول مختلفة، وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجاريا عبر شبكة الانترنت، وتشمل أيضا هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، والجرائم الإلكترونية وتحديد مفهوم الضرر والإتلاف الناجم عن تلك الجرائم، والتعامل مع التوقيعات الإلكترونية وماهية صيغة الإيجاب والقبول الكترونيا.[2]

ثالثا: توفر الكوادر البشرية:

ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والانترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الانترنت، ومن ناحية أخرى تتطلب التجارة الإلكترونية ما يسمى بالاستعداد الإلكتروني، أي المجتمع القادر والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت، ويرتفع معدل الاستعداد الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة وثقافة تكنولوجية، بالإضافة إلى توفير

---

(1) – عبد الرحمان العيشي، **المرجع السابق**، ص 170.

(2) – بن مالك اسحق، بوزايدة عبد المالك، **المرجع السابق**، ص11.

الفرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات، وكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية.[1]

رابعا: تنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية بابا يتيح الفرصة أمام مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة، لتسويق إنتاجها على المستوى المحلي والعالمي ولذا يجب تنمية هذه المؤسسات بتمكينها من استخدام تكنولوجيا المعلومات، حيث قدراتها الخاصة لا تسمح بالدخول إلى هذا المجال إلى جانب إمكانية دعم الأنشطة المرتبطة بتنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية، بإنشاء مراكز مجتمعية للتجارة الإلكترونية وربط تجمعات ومراكز الإنتاج الحرفي في مراكز الإنتاج بشبكة الانترنت، بالإضافة إلى بناء نماذج تجريبية للشركات الإنتاجية لاستخدام تطبيقات لتجارة الإلكترونية.[2]

خامسا: المتطلبات الضريبية:

انسجاما مع تحرير التجارة والخدمات التي تتعلق بالأنشطة التقليدية، تتجه السياسات الحكومية لإلغاء الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية، وهذا لصعوبة التسليم المادي للسلع المباعة، إضافة إلى غياب آليا ضريبية وجمركية خاصة بالتجارة الإلكترونية.[3]

سادسا: متطلبات تسويقية وترويجية:

فوقود الحكومة الالكترونية يتمثل في الجماهير وخاصة القطاع الخاص وعلاقته بالمواطنين، لذا يجب عليها أن تراعي وعي المواطن وتطلعاته بتطوير ثقافته ووعيه واهتمامها به بتفهمها لثقافة المواطن وما يريده ودعمه اجتماعيا.

---

[1] – مصطفى يوسف كافي، **التجارة الإلكترونية**، دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، جرمانا، دمشق، سوريا، 2009، ص 21.

[2] – أحمد عبد الله العوضي، **المرجع السابق**، ص180.

[3] – نسرين سماعيل، إلهام يحياوي، **تحديات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية بالجزائر وسبل مواجهتها**، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، المجلد 02، العدد04، 2019، ص108.

خلاصة الفصل الأول:

إن النمو المتسارع للتجارة الإلكترونية، وبروزها كأدات رفع الإقتصاد على المستوى الدولي والتي أصبحت حتمية حقيقية وجب الإهتمام بها، لذا حاولنا في هذا الفصل من الدراسة محاولة إجلاء الغموض عن ماهيتها وكذلك التفرقة بينها وبين ما يشابهها من أعمال.

فالمبحث الأول يبرز ماهية التجارة الإلكترونية، بذكر التعاريف التي وردت في قوانين المنظمات الدولية وكذا تشريعات الدول الأجنبية و العربية، والتطرق لبدايات ومراحل ظهور هذه الظاهرة الجديدة، وإبراز إرتباط ظهورها بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ثم تم بيان مزاياها و العيوب التي تصاحبها على جميع المستويات التي تؤثر فيها، وخصائصها المميزة لها والتي أكسبتها القيمة الكبيرة وأدت لإنتشارها الواسع.

ثم في المبحث الثاني جاء فيه التمييزبين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، وكذلك التمييز بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية والتجارة عبر الأنترنت، وصولا إلى أبرز أشكالها ومتطلباتها.

الفصل الثاني

التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية

الفصل الثاني: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية

لقد أثرت المعاملات التجارية بهذا الواقع الجديد بحيث تحولت من تجارة تقليدية إلي تجارة إلكترونية، في حين فرضت هذه الأخيرة نفسها في ضل بيئة رقمية متطورة، والتي أتاحت للمتعاملين بها عبر وسائط إلكترونية جديدة التعاقد عن بعد.

ولما كانت التجارة الإلكترونية الدور الكبير في تطوير النشاط التجاري، بإعتبارها أداة فعالة للولوج الي الاسواق العالمية في وقت قصير، وبجهد اقل.

ولما كان لها مميزات عدة تميزها عن باقي الأنشطة التجارية الأخري، أدركت الدول والمنظمات الدولية أنه لاغني عن تدخلها علي المستوي الوطني والدولي لأجل وضع تنظيم لهذه المعاملات.

فكان هناك تنظيم تشريعي وقانوني يختص بالمعاملات التجارية الإلكترونية وحمايتها ووضع ضمانات لسيرورتها، وكذلك الحال بالنسبة للمشرع الجزائري الذي نظم هذه المعاملات علي نفس خطي تشريعات دول العالم.

وتم تقسيم هذا الفصل لمبحثين عنوانيهما علي التوالي: (المبحث الأول) واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، و(المبحث الثاني) حماية المستهلك في البيئة الرقمية.

المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر:

لقد طغت وسائل الإلكترونية الحديثة علي الحياة الخاصة للأفراد في الجزائر وكافة أطراف المجتمع، اذ صارت حتمية لابد منها وعلي الجميع مواكبة التطورات الحاصلة بما فيها وسائل التواصل الإجتماعي والتجارة الإلكترونية وغيرها.

ما جعل المشرع الجزائري يتدخل من اجل ظبط وحماية المتعاملين بالوسائل الحديثة، وكان ذلك من خلال سن القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية في 2018 تحت رقم 18-05.

هذا المبحث تناولنا في (المطلب الأول) النصوص القانونية ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية، وفي (المطلب الثاني) القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: النصوص القانونية الجزائرية ذات الصلة بالتجارة الالكترونية:

فالقي التطور التكنولوجي الهائل وظلالة علي دول العالم عموما وعلي الجزائري بشكل خاص يظهر ذلك بتأثر المشرع الجزائري بهذا التطور اما بسنه قوانين تنظم مختلفة جوانب المعاملات الالكترونية الجزائية لجملة تعديلات التي ماست بعض التشريعات القائمة وذلك بتنظيمها قواعد قانونية تنظم التعاملات الالكترونية وسوف نستعرض مختلف القوانين الصادرة بالتجارة الالكترونية في هذا المطلب.

الفرع الأول: قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية: [1]

لقد مر هذا القانون بمرحلتين اساسيتين هما:

[1]- خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، **مجلة اداء المؤسسات الجزائرية**، عدد12، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص210.

أولا: مرحلة الاحتكار: عليها في الامر 75 –[1]89 المتضمن قانون البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية حيث كانت الدولة هي الممولة المباشر والوحيد المستخدم اذ كانت هذه الخدمات عبارة خدمة عمومية تقدمها الاداره.

ثانيا: مرحلة فتح المنافسة: التي شرع فيها بمقتضي القانون 2000– 03 الذي نص علي ادخال اليات السوق في قطاع البريد وتكنولوجيا الاعلام التي نصت في المادة 13/1 في الفصل الثالث الخاص بالمؤسسات البريد والمواصلات سلكية ولا سلكية منه علي انه: " تتولي سلطة الضبط المهام الاتية: السهر علي وجود منافسة فعلية ومشروعه في سوقي البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية باتخاذ كل التدابير الضرورية لترقية واستعادة المنافسة فهاتين السوقين...الخ"[2]، وجاء في المواد 23، 25، 26، 27، 28، من الباب الثاني الخاص بالنظام القانوني للمواصلات السلكية واللاسلكية علي اجازه انشاء واستغلال شبكات المواصلات السلكية واللاسلكية وفق شروط المحددة في نفس القانون وكذلك الواجبات والضوابط الواجب اتباعها من المتعاملين أو موفر الخدمها.

وبمقتضي هذا القانون رقم 2000 03 المتعلق بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية القانون رقم 15 04 مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق لأول فيفري سنه 2015 المحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين

تعرف المشرع الجزائري توقيع الالكتروني في المادة اثنين من القانون 15 04 بانه: " بيانات في شكل الكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات الكترونية اخري تستعمل كوسيل توثيق", ويلحظ من خلال هذا التعريف ان المشرع اقر بالتوقيع الالكتروني كوسيلة

---

[1]– أمر رقم 75–89 مؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1395 الموافق ل30 ديسمبر سنة 1975 المتضمن قانو البريد والمواصلات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد29، السنة الثالثة عشر، الجمعة 9 ربيع الثاني، عام 1396 الموافق ل9 أبريل سنة 1976 م.

[2]– قانون رقم 2000–03 المؤرخ في 5جمادى الأولى عام 1421 الموافق ل5 غشت سنة 2000، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد48، ص11.

توثيق الا انه لم يبين الطريقة التي يستخدمها بها كما انه قام بتعريفها تعريفا عاما مما يسمح باتساع نطاقها.[1]

احكام التوقيع الالكتروني في باب من هذا القانون وهو الباب الثاني تحت اسم التوقيع الالكتروني يحتوي علي فصلين الفصل الأول خاص بمبادئ المماثلة وعدم التمييز الالكتروني اما الفصل الثاني يحوي انشاء التوقيع الالكتروني الموصوف والتحقق منه.[2]

وبخصوص التصديق الالكتروني لم ياتي تعريف خاص به بل جاء في المادة 2/12 من نفس القانون المذكور اعلاه تعريف مؤدي خدمات التصديق الالكتروني بانه: " شخص طبيعي أو معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق الكتروني موصوف وقد يقدم خدمات اخري في مجال التصديق الالكتروني"[3].

وقد عرض المشرع لتعريف مقدم خدمات التصديق الالكتروني أو ما اسمائه بمؤدي خدمات التصديق الالكتروني في المادة 3 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 07-162 بانه: "كل شخص في مفهوم المادة8/8 من القانون رقم2000-03 المؤرخ في 5 اوت 2000 يسلم شهادات الكترونية أو يقدم خدمات اخري في مجال التوقيع الالكتروني".[4]

وبمقتضي قانون 2000-03 المتعلق بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية وقانون 15 04 المتعلق بالتوقيع وتصديق الالكترونيين صدر قانون رقم 18 04 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 ماي سنه 2018 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد

---

(1) – مسعودي يوسف، **مدى حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات في التشريع الجزائري(دراسة على ضوء أحكام قانون 15-04)**، مجلة الإجتهاد للدراسات القانونية والإقتصادية، عدد11، معهد الحقوق، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، جانفي2017، ص83-84.

(2) -**قانون رقم 15-04، المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق ل أول فبراير نة 2015، المحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد06، ص8-9.

(3) -قانون رقم 15-04، المرجع السابق، ص7.

(4) -فاطمة الزهراء مصدق، **التصديق الإلكترونيكوسيلة لحماية التوقيع الإلكتروني**، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 5، العدد1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المسيلة، 2020، ص38-39.

والاتصالات الالكترونية وقد جاء في مادته الأولي من الباب الأول ان هذا القانون يهدف لتحديد الشروط التي من شانها تطوير وتقديم خدمات البريد والاتصالات الالكترونية وترقية تطوير الاتصالات الالكترونية واستعمالها وتحديد الشروط العامة لاستغلال نشاطات البريد والاتصالات الالكترونية وتحديد اطار وكيفية ضبط نشاطاتها والاطار المؤسسات للسلطة الضبط مستقلة وضمان توفير خدمة شاملة.[1]

الفرع الثاني: القانون المدني والقانون التجاري:

أولا: القانون المدني:

لقد احدث المشرع الجزائري قبضه النوعية بادراجه للكتابة الالكترونية ضمن وسائل اثبات القانونية بمناسبه تعديل القانون المدني لسنه 2005 بموجب القانون رقم05-10 الذي إستحدث المادة 323/1 [2]والذي جاء فيها: " يعتبر الاثبات بالكتابة في شكل الالكتروني كالاثبات بالكتابة في علي الورق بشرط امكانية التاكد من هوية الشخص الذي اصدرها وان تكون معدة ومحفوظه في ظروف تضمن سلامتها".

والذي تعترف بالكتابة الالكترونية كالكتابة الرقمية امكانية التاكد من هوية الشخص المصدر وان تكون معدة ومحفوظه في ظروف تضمن سلامتها وقد قصد المشرع الجزائري بهذا الشرط تقنية التصديق الالكتروني دون ان يسرح بها ثم تلاه التجاري الذي نصع علي تبادل الالكتروني للسفتجة والشيك[3]

وقد تدخل المشارع المدني الجزائري بسن نصوص تشريعية وقواعد كغرس الثقة في التوقيع الالكتروني كوسيلة اثبات شانه شان التوقيع باليد في الكتابة العادية لكن بشروط

---

[1] – قانون رقم 18-04، المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 اموافق ل10 ماي سنة 2018، **المحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والإتصالات الإلكترونية**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد27، ص4-5.

[2] – الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل26 سبتمبر سنة 1975، **المتضمن القانون المدني الجزائري**، الأمانة العامة للحكومة، رئاة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، سنة 2017، ص50.

[3] – حمادوش أنيسة، **المسطرة الإجرائية لأشغال اليوم الدراسي الوطني حول الجانب الإلكتروني للقانون التجاري**، كلية الجقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 23 نوفمبر 2016، ص164.

معينه يقرها القانون ومثال ذلك ما جاء في المادة 327/2[1] من التعديل المؤرخ في 20 06 2005 وهي علي سبيل المثال لا الحصر هذه المادة انه: " ... ويعتاد بالتوقيع الالكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 1 اعلاه".[2]

وعن تعريف التوقيع الالكتروني فقد دلت علية بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي 07-162[3] الذي جاء فيها: " التوقيع الالكتروني هو معطي يفهم عن استخدام اسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و323 مكرر1 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر لسنه 1975 والمذكور اعلاه".

ثانيا: القانون التجاري:

القانون رقم 05 02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المتضمن القانون التجاري لامكانية استخدام وسائل التبادل الالكترونية للدفع بالشيك والسفتجه ولا رجال في المادة 6 منه المادتان 414 و502 من الامر 75 59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 علي انه في المادة 414: " ... يمكن ان يتم التقديم ايضا باي وسيلة تبادل الكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما". والمادة 502 علي انه: " ... يمكن ان يتم هذا تقديم ايضا باية وسيلة تبادل الكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما".[4]

---

[1] -عوادي مصطفى وآخرون، **لمحة عن المعالجة المدنية والجزائية للتجارة الإلكترونية**، مجلة الأصيل للبحوث الإقتصادية والإدارية، المجلد 03، العدد 02، ديسمبر2019، ص87.

[2] – الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل26 سبمبر سنة 1975 **المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم**، الأمانة العامة للجكومة، رئاسة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، سنة 2007، ص52.

[3] – المرسوم التنفيذي رقم 07-162، المؤرخ في 13 جمادى الأولى عام 1428 الموافق ل30 ماي سنة 2007، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المؤرخ في 15 صفر عام 1422 الموافق ل9 ماي سنة 2001، ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد37، ص13.

[4] – قانون رقم 05-02، المؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1425 الموافق ل6 فبراير سنة 2005، يعدل ويتمم الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل26 سبتمبر سنة 1975، **المتضمن القانون التجاري**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 11، ص9.

المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 16 ديسمبر 2005 المحدد لشروط تحديد الفاتورة وساند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية وكيفيات ذلك حيث جاء في المادة 11 علي انه: " استثناء لاحكام هذا المرسوم يسمح بتحرير الفاتورة وارسالها عن طريق الانتقال الالكتروني الذي يتمثل في نظام ارسال الفواتير والمتضمن مجموعه تجهيزات والانظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو لاكثر بتبادل الفواتير عن بعد...".

الفرع الثالث: القانون المتعلق بالنقد والقرض وقوانين اخري:

-لقد جاء الامر رقم 03 11 المعدل والمتمم لقانون النقد والقرض96-10 ليدخل تغيرات جوهرية عميقة في مجال تسيير النظام المصرفي الجزائري صلاحيات ومكونات الهيئات المكلفة بتنظيمه ومراقبته هذا في اطار اصلاح النظام المصري ليتجاوب مع التغيرات التي يعرفها الواقع الاقتصادي[1]، حيث اعتبرت 69 منه علي انه: " تعتبر وسائل الدفع كل الادوات التي تمكن كل شخص من تحويل اموال مهما يكون السند أو الاسلوب التقني المستعمل" فهذا اقرار بمشروعية الدفع بالوسائل الالكترونية التقنية وهذا من التغيرات الجوهرية الحاصلة في هذا المجال

- وجاء ايضا في الامر رقم05-06 مكافحه التهريب في المادة ثلاثة منه علي انه لغرض مكافحه التهريب يمكن اتخاذ تدابير واجراءات وقائية منها: تعميم استعمال وسائل الدفع الالكتروني.[2]

- قانون رقم15-03 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق لأول فبراير سنه 2015 يتعلق بعصرنة العدالة حيث جاء في مادته الأولي ان هذا القانون جعل عصرنه قطاع العدالة من خلال وضع منظومة معلوماتية مركزية العدل وارسال الوثائق

---

[1] -بهناس العباس، بن أحمد لخضر، **النضام المصرفي في الجزائر في ظل الأمر11-03 المتعلق بالنقد والقرض والتحديات الراهنة له**، ص39.

[2] -الأمر رقم 05-06، المؤرخ في 18 رجب عام 1426 الموافق ل23 غشت سنة 2005، **المتعلق بمكافحة التهريب**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد56، ص4.

والمحررات القضائية بطريقة الكترونية واستخدام تقنية المحادثة المرئية عن بعد في الاجراءات القضائيه.[1]

وبالاطلاع علي الانظمة التي يصدرها بنك الجزائر نجد فيها نصوصا تتعلق بوسائل الدفع الالكترونية حيث ورد في النظام الرقم 97- 03 المؤرخ في 17 نوفمبر 1997 والمتعلق بغرفه المقاصة الثالثة الذكر وسائل الدفع الالكترونية حيث تنص المادة 3 منه علي ما يلي: " تتولي غرفة المقاصة الفائدة فيها مهمة تسهيل تسوية الارصدة عن طريق اقامة مقاسه يوميا في ما بينهم لما ياتي: كل من وسائل الدفع الكتابية أو الالكترونية لاسيما الشيكات والسندات التجارية الاخرى المستحقة يومية في ما بينهم...".

وتضمن المادة 18 من هذا النظام انه: " يقصد بعمليات المقاصة مجموعه عمليات التبادل اليومية... بما في ذلك وسائل الدفع الكتابية أو الالكترونية...".

وكما اشارت المادة 62 من النظام رقم 05- 04 المؤرخ في 13 اكتوبر 2005 المتعلق بنظام التسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل السلف الذكر في المادة 62 منه الي البطاقات الالكترونية حيث نصت علي انه: " تمثل في اطار نظام ارتس ARTS مجموعه البطاقات الالكترونية المتضمنة لتسجيلات التي يحفظها النظام ادلة في حالة نزاع بين المشاركين وزبائنهم أو بين المشتركين وبنك الجزائر" .[2]

المطلب الثاني: القانون رقم 18- 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية:

لقد ازدادت تطور حجم التجارة الالكترونية وبالتالي رافق ذلك ازدياد كبير بالاهتمام بالتاطير والتنظيم القانوني لهذه الظاهرة وكذلك الحال في الجزائر التي راحت تبذل مجهودات لمسايرة هذا التطور وخصوصا في الجانب التشريعي لضبط وتنظيم وحماية

---

[1] – قانون رقم 15-03، المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق لأول فبراير سنة 2005، **يتعلق بعصرنة العدالة**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد06، ص4.

[2] – حمادوش أنيسة، **المسطرة الإجرائية لأشغال اليوم الدراسي الوطني حول الجانب الإلكتروني للقانون التجاري**، كلية الجقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 23 نوفمبر 2016، ص107.

نشاط واعمال المتعاملين بالوسائل التكنولوجية الحديثة وقد كان هناك بوادر لتقنين الياتها كتوقيع الالكتروني واجازه التعاقد بالصيغه الالكترونية وكذا وسائل الدفع الالكترونية وغيرها الا انها لم تصل الي وضع قانون يختص بتجارة الالكترونية فقط الا في عام 2018 حيث سن المشرع الجزائري قانون رقم 18- 05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية

الفرع الأول: نظرة حول قانون التجارة الالكترونية رقم 18- 05:

أولا: اصدار رقم 18 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية:

ان تطور المعاملات التجارية الالكترونية علي المستوي المحلي والاقليمي والدولية يتطلب تنظيمها بقواعد قانونية مرنه تتكيف مع التغيرات السريعة في هذا المجال الذي يغلب علية الجانب التكنولوجي ويتطلب تقنيات اتصال متطورة سوق الافتراضية المحلية لمواكبه المستجدات الاقتصادية الحديث والانفتاح امام الاسواق الافتراضية العالمية والاندماج في الاقتصاد الرقمي فكان لزما علي المشرع الجزائري وضع اطار قانوني ينظم التجارة الالكترونية لارساء جو من الثقة بين المتعاونين مما يؤدي الي اتساع رقعه مجال المعاملات الالكترونية الافتراضية [1]

ولأول مرة يتم المصادقة علي نص قانوني جزائري يتعلق بالتجارة الالكترونية ويتجلى ذلك من خلال القانون رقم 18 05 المؤرخ في 21 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 والمصادقة علية في ابريل 2018, من قبل مجلس الامة والذي دفع مجال تجارة الالكترونية في الجزائر اذ سيؤطر هذا النص القانوني السوق الالكترونية من خلال العديد من الاجراءات التي تسمح بضمان امن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات الموردين بخدمات الانترنت والمستهلكين وكما ان هذا القانون سنه المشرع الجزائري

[1] – عباس فريد، رحالي سيف الدين، **شروط ممارة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05**، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياية، العدد الثامن، كلية الحقوق أمحند بوقرة، جامعة بومرداس جانفي 2020، ص71.

وفقا للبيئه الجزائرية علي غرار النموذج الدولي اونسيترال uncitralالخاص بالتجارة الالكترونية فبوجود هذه البيئه القانونية والتشريعية في الجزائر يمكن للتجارة الالكترونية ان تتطور وتنمو في السنوات القليلة القادمة [1]

حيث كما جاء في نص هذا القانون فان المشرع تناول في بابه الأول احكاما عامة تعليقا بتعريف بعض المصطلحات الجديدة ثم جاء في الباب الثاني تنظيم ممارسه التجارة الالكترونية في محتواه تنظيم المعاملات التجارية العابرة للحدود وكذلك شروط ممارسه التجارة الالكترونية وجاء في الفصل الثالث من هذا الباب المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الالكتروني اما الفصل الرابع والخامس من هذا الباب جاء لينظم كلا من التزامات وواجبات المستهلك الالكتروني وكذا المورد الالكتروني خاتمة لهذا القانون جاء الباب الثالث حديدة الجرائم والعقوبات التي قد يتعرض لها المورد الالكتروني الذي يخالف احكام هذا التنظيم لابد ان يخضع التنظيم والتشريع مول بهما مطبقان علي الانشطة التجارية وحماية المستهلك وهذا جل ما جاء به قانون 18 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية.[2]

ثانيا: المعاملات المستبعدة من خضوعها للتعامل الالكتروني:

1- المعاملات المستبعدة بخضوعها للتعامل الالكتروني حسب المادة 03 من قانون رقم18-05:

جاءت هذه المادة في الباب الأول الخاص بالاحكام العامة وقد جاء في المادة الثالثة من القانون رقم 18 05 ما يلي: [3]

---

[1] – حمري نجود، حمري نوال، **واقع الجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05 (قانون التجارة الإلكترونية)**، مجلة البحوث القانونية والإقصادية، المجلد04، العدد01، 2021ن ص17-18.

[2] – أيوب بن النية، يمينة بليمان، **تطور قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد34، العدد3، قسنطينة، 2020، ص 1209-1210.

[3] – القانون رقم 18-05، المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 ماي سنة 2018، **المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد28، 16 مايو 2018، ص5.

" تمارس التجارة الالكترونية في اطار التشريع والتنظيم المعمول بهما غير انه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية تتعلق بما ياتي:

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

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية الي الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما".

ومن خلال تحليلنا لهذه المادة المذكورة اعلاه ان المعاملات التجارية عبر الاتصال الالكتروني تحكمها مجموعه من الضوابط المنصوص عليها في هذا القانون بالاضافه الي ذلك وكاصل عام الشخص لة مطلق الحرية في تسويق أو اقتراح توفير سلعه أو خدمة التي يرغب فيها عن طريق الوسائط الالكترونية حيث ان مجالات التجارة الالكترونية عديدة ومتنوعه تجارة التجزئة الخدمات المتخصصة التجارة الدوليه؛ واستثناءا حضر المشرع الجزائري علي سبيل الحصر لا المثال بعض المعاملات من ممارستها في اطار التجارة الالكترونية كون هذه المعاملات المذكورة غير المشروعه أو غير تجاريه[1]

[1] – عباس فريد، رحالي سيف الدين، شروط **ممارة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05**، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياية، العدد الثامن، كلية الحقوق أمحند بوقرة، جامعة بومرداس جانفي 2020، ص74.

وسنوضح ذلك في ما يلي حيث ان:

1_ حظر لعب القمار والرهان واليانصيب: ممنوعه حسب القواعد العامة باستثناء الرهان الخاص بمسابقة والرهان الرياضي الجزائري طبقا للمادة 612 من القانون المدني

2_ التعامل بالمشروبات الكحولية والتبغ: منع المشرع الجزائري للترويض والاشهار لمواد التبغ وكذا المشروبات الكحولية تبقي لمادتين 51 و60 علي التوالي من قانون رقم 18-11 المتعلق بالصحه

3_ حضرة التعامل بالمنتوجات الصيدلانية: منع المشرع الجزائري الاشهار للمواد الصيدلانية والترويج لها للمستهلكين طبقا للمادة 237/ 7 من قانون الصحه

4_ حضرة التعامل بالمنتوجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية: ذلك من عرض منتوج ذو علامة تجارية مقلدة لعلامة حقيقية لمنتوج الاصلي هذا العرض يعتبر مساسا بالحقوق الاستئثارية المخولة لمالك العلامة الاصلية كما يعد جنحه تقليد طبقا للمادة 26 من الامر 03- 06 المتعلق بالعلامات.

ان هذه المعاملات هي في الاصل غير مشروعه في القوانين السابقة لهذا القانون الخاص بالتجارة الالكترونية وحضرها فية لا يتعارض مع ذلك وذلك للحد من انتشارها بين الناس وشيوعها.

2- المعاملات المستبعدة بخضوعها للتعامل الالكتروني حسب المادة 05 من قانون رقم18-05:

تنص المادة الخامسة من قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، علي أنه: " تمنع كل معاملة عن طريق إتصالات إلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات أو الخدمات الأخري التي م شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي، وقد عر المشرع الجزائري المقصود بالمنتجات الحساسة بموجب المادة 02 في فقرتها الأولي من

المرسوم التنفيذي رقم 09-410 الذي يحدد قواعد الأمن المطبقة علي النشاطات المنصبة علي التجهيزات الحساسة كما يلي: " يقصد بالتجهيزات الحساسة في مفهوم هذا المرسوم كل عتاد يمكن أن يمس استعماله غير المشروع بالأمن الوطني وبالنظام العام".[1]

الفرع الثاني: ممارسات التجارة الالكترونية:

أولا: شروط ممارسه التجارة الالكترونية:

لقد جاء في المادة 08 [2]من القانون رقم 18- 05 اساليب الذكري ما يلي: " يخضع نشاط التجارة الالكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة ونشر موقع الكتروني أو صفحه الكترونية علي الانترنت ستضاف بالجزائر بامتداد.com.dz ويجب ان يتوفر الموقع الالكتروني بمورد الالكتروني علي وسائل تسمح بالتاكد من صحته".

وجاء في نص المادة 09 [3]من نفس القانون علي انه: " تنشا بطاقية وطنية لموردين الكترونيين لدي المركز الوطني للسجل التجاري تضم الموردين الالكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفيه.

لا يمكن ممارسه نشاط التجارة الالكترونية الا بعد ايداع اسم النطاق لدي مصالح المركز الوطني للسجل التجاري

تشعر البطاقية الوطنية لموردين الكترونيين عن طريق الاتصال الالكتروني وتكون في متناول المستهلك الالكتروني".

---

[1] – مرسوم تنفيذي رقم 09-410، المؤرخ في 23 ذي الحجة عام 1430 الموافق لـ10 ديسمبر سنة 2009، **يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد73، 13 ديسمبر 2009، ص5.

[2] – القانون رقم 18-05، المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ10 ماي سنة 2018، **المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد28، 16 مايو 2018، ص

[3] – القانون رقم 18-05، المرجع السابق، ص

1: تسجيل نشاط التجارة الالكترونية في سجل تجاري وفي سجل الصناعات التقليدية والحرفية: [1]

أ- تسجيل نشاط التجارة الالكترونية في سجل تجاري:

اذ ان كل تاجر سواء طبيعي أو معنوي يرغب في ممارسه نشاط التجارة عن طريق الاتصال الالكتروني لابد علية من تسجيل هذا النشاط في سجل تجاري حتي تكون ممارسته لهذا النشاط مشروعة ونزيهة حتي تمكينه من الاستفادة من الحماية القانونية

وهنا لابد ان نوضح ان التسجيل في السجل التجاري اصبح الكترونيا فبعد ما كان يجبر المشرع الجزائري القيامة بهذا التسجيل بطريقة الكترونية بموجب المادة 05 مكرر من القانون رقم 13- 06 المعدل لقانون رقم 04- 08 التي تنص علي ما يلي:

يمكن القيد في السجل التجاري بالطريقة الالكترونية يمكن اصدار مستخرج السجل التجاري بواسطة اجراء الكتروني يحدد نموذجه عن طريق التنظيم".

فبمجرد صدور هذا التنظيم اصبح هذا القيد بالشكل الالكتروني اجراءا الزامي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 18- 112 وهذا ما يفهم من خلال المادة 7 منه التي تنص علي: " علي التجار غير الحائزين السجل التجاري المزود بالرمز الالكتروني"س.ت.أ" طلب تعديل مستخرجات سجلاتهم التجارية المزود بالرمز الالكتروني" س.ت.أ" تظل مستخرجات السجل التجاري غير المزودة بالرمز الالكتروني صالحه لمدة سنه واحدة ابتداء من نشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية.

تسجيل نشاط التجارة الالكترونية في سجل الصناعات التقليدية والحرفية :

بحيث ان كل حرفي سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا يرغب في ممارسه نشاط التجارة الالكترونية يجب علية تسجيل هذا النشاط في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حتي تكون ممارسته لهذه الممارسه مشروعه ونزيهة.

---

[1] – عباس فريد، رحالي سيف الدين، المرجع السابق، ص 81.

2: النشر نشاط التجارة الالكترونية في موقع الالكتروني أو صفحه الكترونية وايداع اسم النطاق لدي مصالح المركز الوطني للسجل التجاري: [1]

أ- نشر نشاط التجارة الالكترونية في موقع الكتروني أو صفحه الكترونية:

لقد اضاف المشرع الجزائري اجراءا شكلي اخر لممارسه التجارة الالكترونية وهو ضرورة نشر هذا النشاط في موقع الكتروني أو صفحه الكترونية علي الانترنت مستضاف في الجزائر بامتداد com.dzمع اشتراط توفير هذا الموقع علي وسائل تسمح بالتاكد من صحته.

بمعني ان المشرع يشترط ان يكون للمورد الالكتروني اسم نطاق خاصا به اذ يعتبر هذا الاخير بوابه الوصول الي المواقع الالكترونية التجاريه, ولقد عرف المشرع الجزائري اسم النطاق في قانون رقم 18- 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية بموجب المادة 06 في فقرتها الأخيرة والهيئة المختصه بتسجيل اسم النطاق علي المستوي الوطني في الجزائر هو مركز اسماء النطاقات الجزائر وهو مصلحه تابعه لمركز البحث في الاعلام العلمي والتقني بحيث تصنع الهيئة التابعه لحماية اسم النطاقات تبقي لمبدا الاسبقية في التسجيل.

ب- ايداع اسم النطاق لدي مصالح المركز الوطني للسجل التجاري:

علي الموارد الالكتروني ايداع اسم لنطاق نشاطة لدي مصالح المركز الوطني للسجل التجاري حيث يمكنه مزأولة نشاط التجارة الالكترونية في هذا الصدد نشير الي ان اسم النطاق قد يتم تعليق تسجيله كعقوبة من طرف الهيئة المؤهلة لمنح اسماء النطاق في الجزائر بناء علي مقرر من وزارة التجارة في حالتين:

- في حالة مائذا شخص يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصال الالكتروني دون تسجيل المسبق في السجل التجاري(لغاية تسوية الوضعيه).

---

[1] - عباس فريد، رحالي سيف الدين، **المرجع نفسه**، ص82-83.

– والحالة الثانية عندما يرتكب اثناء ممارسه نشاطة لمخالفات تكون تحت طائلة عقوبه غلق المحل وفق ما جاء في قانون الممارسات التجارية(مدة التعليق لا يتجاوز 30 يوما).

ثانيا: المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الإتصال الإلكتروني:

1- التعاقد الإلكتروني: [1]

جاء في نص المادة 10 من القانون 18-05 السالف الذكر أنه يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مبوقة بعرض تجاري إلكتروني، وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق علية المستهلك الإلكتروني، ويقصد بالعقد الإلكتروني طبقا للفقرة الثانية م المادة 06 من القانون 18-05 أنه: " عقد يتم إبرامة عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الإتصال الإلكتروني".[2]

وبالرجوع لنفس القانون نستنتج أن الإيجاب الإلكتروني يتمثل في العرض الذي يقدمة المورد الإلكتروني بإقتراح أو ضمان توفير سلعة أو خدمة عن بعد لائدة المستهلك الإلكتروني عن طريق الإتصالات الإلكترونية فالملاحظ أن المشرع الجزائري في هذا القانون يستعمل مصطلح العرض الجاري للدلالة علي الإيجاب، وهذا الإيجاب يجب أن يتوافر فية تلك الشروط الخاصة الوارد ذكرها في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

أ- **وضوح الإيجاب الإلكتروني:** تشترط المادة 10 من القانون رقم 18-05 أن يكون العرض التجاري الإلكتروني المقدم من طرف المورد الإلكتروني مرئيا ومقروءا ومفهوما لا يدع أي لبس في ذهن من وجه إليه.

---

[1] – تباني أسعيد، بقة عبد الحفيظ، **ضوابط ممارسة التجارة الإلكترونية طبقا للقانون 18-05**، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد الرابع، سبتمبر2020، ص96.

[2] – مخلوف باهية، **خصوصيات التراضي الإلكتروني في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد الأول، المجلد السادس، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، ص 1459-1462.

ب- **تضمين الإيجاب الإلكتروني بمجموعة من البيانات:** تلزم المادة 11 من القانون 18-05 المورد الإلكتروني ذكر مجموعة مها علي سبيل المثال لا الحصر.

أما القبول الإلكتروني فقد دل علية المشرع الجزائري بمصطلح الطلبية ويمر بـــ3 مراحل حسب المادة 12 من القانون 18-05 وهي:

- وضع الشروط العاقدية في منأول المسهلك الإلكتروني
- التحقق من تفاصيل الطلبة من قبل المستهلك
- تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلي تكوين العقد

ثانيا: **الحق في التبصير (الإعلام):** [1]

الأصل أن المهني من يعر ويسلم بمواصفات السلعة أوالخدمة التي يعرضها السوق ويجعل أغلب المستهلكين الحكم المسبق علي السلعة أوالخدمة لذا كان لزاما علي المهني أوالمورد إعلام المستهلك وتبصيرة بهذه المواصفات الخاصة بالسلعة أو الخدمة وبمعني آخر إعلام المستهلكين إعلاما صادقا، يتيح للمستهلك حرية التعاقد حيث يلزمة المستهلك بكل المعلومات اللازمة، وهذا جاء في المادة 11 من القانون 18-05 والتي جاء فيها: " يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطرق مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب أن يتضمن علي الأقل علي علي سبيل الحصر المعلومات الآتية: رقم التعريف الجبائي والعناوين وطرق إرجاع المنتوج أوإستبداله، فإذا أخل بهذا الإلتزام فإنه يكون مسؤولا أمام المستهلك الإلكتروني لأنه علم بطريقة إستخدام المنتوج الأكثر من المستهلك والموزع كما أشار المشرع إلي مصطلح الطلبية المسبقة والتي عرفها في المادة 06 من الفقرة 7 منها.

والملاحظ أن المشرع ألزم المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج وهذا طبقا للمادة 17و18 من القانون 09-03 قاون حماية المستهلك وهي نفس الشروط التي أدرجها في القانون 18-05.

---

[1] – تباني أسعيد، بقة عبد الحفيظ، **المرجع السابق**، ص 67.

المبحث الثاني: حماية المستهلك في البيئة الرقمية:

إن التجارة الإلكترونية ساعدت في دخول العديد من الدول في عالم الإقتصاد الرقمي، بحي تعد أكثر إستعملا وإنتشارا في العالم، وكانت هذه الأخيرة سبب في ظهور مايسمي بالمستهلك الإلكتروني الذي يعتبر طرفا ضغيفا في العلاقة التعاقدية ممادفع بالتشريعات إلي توفير الحماية وضمن إشباع حاجياته.

المطلب الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني:

تعد عقود التجارة الإلكترونية من العقود الأكثر إرتباط بالعملية الإستهلاكية فإنها السبب في ظهور مصطلح المستهلك الإلكتروني سواء كانت المعاملات إلكترونيا أو بصورة تقليدية من هنا نتطرق إلي مفهوم المستهلك في الفقة والقضاء (الفرع الأول) والمستهلك الإلكتروني الفرع الثاني ومبرارات حماية المستهلك الإلكتروني الفرع الثالث

الفرع الأول: مفهوم المستهلك في الفقة والقضاء:

إختلف الفقهاء ورجال القانون في إعطاء مفهوم للمستهلك وتضاربت المواقف بحيث إنقسمو إلي اتجاهين الإتجاه الضيق والإتجاه الواسع للمستهلك

أولا: في الفقة

1- التعريف الضيق لمفهوم المستهلك:

إعتبر هذا الأتجاه المستهلك أنه شخص طبيعي يتعاقد ويقوم تصرفات قانونية قصد إشباع حاجاته الشخصية، أو الحصول علي مال .

وعرف البعض المستهلك بأنه "هو كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية[1]، ويعرف البعض من الفقة المصري المستهلك بأنه "كل شخص يقوم بإبرام

[1]- محمد حسن الحسني، **حماية المستهلك الإلكتروني في قانون الدولي الخاص**، د ط، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012، ص28.

تصرفات قانونية من أجل الحصول علي مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الإستهلاكية الشخصية أو العائلية"[1].

2- التعريف الواسع لمفهوم المستهلك:

عرف هذا الاتجاه المستهلك بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يحوز أويملك أو يستخدم السلعة أو الخدمة المعروضة في السوق عرضا مهنيا لايكون الي صنعها أوحولة أوزرعها أو عرض الخدمة ضمن اطار تجاري أو مهني"[2]. وعرفه البعض الأخر بأنه"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض استخدام النهائي".[3]

ثانيا: في التشريع الجزائري السابق:

1- لم يورد المشرع الجزائر يأي تعريف في أول قانون حماية المستهلك الذي أصدر في سنة 1989 ولكن بعدها تدارك الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة 2 الفقرة الأخيرة حيث عرفه بأنه" كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معيدين للإستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو شخص اخر أو حيوان يتكفل به".[4]

2_ مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري من خلال النصوص الجديدة:

عرف مفهوم المستهلك تطورا من طرف المشرع الجزائري شأنه في ذلك شان باقي التشريعات في العالم وذلك من خلال النصوص القانونيةالتي تم استحداثها حيث ورد في

---

(1)- الصغير محمد مهدي، **قانون حماية المستهلك الإلكتروني، -دراسة مقارنة-**د ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص19.

(2)- هبة مصطفى كافي، المرجع السابق، ص39.

(3)- مجدوب نوال، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني وفكرة الأمن القانوني، مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 7، العدد الأول، مارس2022، ص639.

(4) - المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 1990/01/30، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد5المؤرخة في 1990/01/31، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر سنة1990م.

المادة الثالثة الفقرة الثانية من قانون 02/04 المتعلق بممارسات التجارية تعرف المستهلك علي أنه"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".[1]

كما عرفت المادة الثالثة في فقرتها الأولي من القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيبراير 2009م بأنه"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا أوسلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".[2]

بحيث عرفت المادة السادسة الفقرة الثالثة من قانون التجارة الإلكترونية المستهلك الإلكتروني بأنه" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الإستخدام النهائي".[3]

الفرع الثاني: ضمانات المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد:

نتيجة التطور العلمي والتكنولوجي وظهور شبكة الإنترنت وازدياد استعمالها في مختلف المجالات التجارية، زاد المعروض من السلع والخدمات علي مختلف الألوان والأشكال ممأدي بالمستهلك إلي فقدان التركيز للتعرف علي أصلح مايحتاج إلية من الكم الهائل من السلع، ومما يزيد الأمر صعوبة أن المستهلك غالبا مايفقد الخبرة والمعرفة الكافية لتمييز سلعة عن أخري.[4]

---

[1] – القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحددة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد41 المؤرخة في 2004/06/27، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2004.

[2] – المادة 03 من القانون رقم 09 /03 المؤرخ في25 فبراير2009، المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش.

[3] – المادة 6 من القانون رقم05/18، المؤرخ في شعبان 1439 موفق لـ10مايو سنة 2018المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[4]– خالد ممدوح إبراهيم، **المرجع السابق**، ص75 .

أولا: حق المستهلك في الإعلام:

"يعتبر الحق في الإعلام من اهم وأبرز الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك بصفة عامة، ويكون مطلوب أكثر في مجال العقد الإلكتروني ذلك أن هذا النوع م التعقد يتم من خلال استخدام الوسائط الإلكترونية دون الإلتقاء مادي بين أطرافه وأن هذه الطريقة فيها من المخاطر مايؤدي إلي التأثير علي صحة رضا المستهلكدون علم حقيقي بالمنتج إذ حرصت التشريعات الحديثة إلي ضرورة إعلام المستهلك الإلكتروني.[1]"

1_ المقصود بالإلتزام بإعلام المستهلك:

يمكن تعريف الإلتزام بلإعلام قبل التعاقد عبر شبكة الأنترنت علي أنه"إلتزام سابق علي إبرام العقد الإلكتروني ويلتزم بموجبه الطرفين الذي تملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد الم من ابرامة ينفذها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية وأمانه للطرف الأخر الذي لا يمكن العلم بها بوسائلة الخاصة[2].

يعرف الإلتزام بالإعلام علي انه: ذلك الإلتزام الذي بموجبه يمنح المحترف للمستهلك جمع البايانات والمعلومات، التي تمكنه من التعرف الكافي علي خصائص وعناصر وإخطار المنتوج الذي بصدد إقتناءه [3]

2- مبررات إقرار الإلتزام بلإعلام:

2-1- تحقيق التوازن العقدي الإلكتروني: من المسلم به أن البائع أو مقدم أ المحترف ينقل مركزا مميزا في مواجهة المستهلك، إلا الذي كثيرا ما يكون شخصا عاديا لايستطيع تجميع جميع كافة المعلومات اللازمة عن الطرف المتعاقد معه ولا يحصل علي

---

[1]- بن زكري بن علو مديحة، فكنوس سميرة، الضمانات الخاصة بحماية المستهلك في مجال العقود الموجهة إلكترونيا تطبيقا لأحكام القانون18/**05** ، **مجلة الأكادمية للبحوث القانونية والسياسية**، جامعة مستغانم، مجلد4، العدد2، ص528.

[2]- خوالف عبد الصمد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مجلة الأكادمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، جامعة تلمسان، العدد15، جانفي 2016، ص125.

[3] – هبة حمزة، بن قادة حمود آمين، الأليات القانونية لحماية المستهلك وفقا لقانون05/18المتعلقة بقانون التجارة الإلكترونية، **مجلة القانون الدولي والتنمية**، جامعة بن باديس، المجلد 8، العدد1، السنة 2020، ص200، 201.

العلم الكافي عن السلع أو الخدمات التي يطالبها عبر الفضاء الرقمي، علاوة عن ذلك يساهم البعد الفني والتقني للعقود الإلكترونية من خلال التوازن بين أطراف العقد الإلكتروني وذلك بالنظر إلي صفة المورد المحترف وكذا التعقيدات التكنولوجيا المرتبطة بهذا النوع من العقود .[1]

2-2- إعادة المساواه في العلم بين المتعاقدين: إن التفاوت في المعرفة الفنية يتزايد بشكل ملحوظ، سبب التقدم الصناعي والتكنولوجي مما يستحيل أن يتعرف الشخص العادي علي المعطيات الفنية ودقائق السلع المعروضة، فعدم التسلوي بين المتعاقدين في المعلومات بشان محل التعاقد والشروط المتعلقة به، يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد بسبب اختلاف المراكز القانونية نظرا أن المستهلك معرض للإستغلال من طرف المحترف.

2-3- جزاء الإخلال بالحق في الإعلام الإلكتروني:

إن المصدر الأساسي للدول الأروبية في حماية المستهلك الإلكتروني هوالتوجية الأوروبي رقم 07/97 فالإخلال بهذا الحق قبل التعاقد يؤدي إلي تغييب إرادة المستهلك عديم الخبرة مما يسمح لة بالمطالبة بفسخ العقد أو المطالبة بإبطالة إدا وقع في غلط أو تدليس، ويكمن الإشارة أن المشرع الجزائري الذي نظم الحق في الإعلام في نص المادتين 17و18من قانون حماية المستهلك في جعل جزاء جنائيا لمخالفة، وارد في نص المادة 78منه تجعل التاجر يعاقب بغرامة من مئة ألف إلي مليون دينار علي مخالفة ذلك.

3- حماية المستهلك الإلكتروني من الإعلانات التجارية:

إن الأعمال التجارية الإلكترونية تكون بصفة عامة مسبوقة بشكل من أشكال الدعاية والإعلان عبر شبكة الأنترنت، ولا شك أن الإعلان اصبح من أهم آليات النشاط التجاري في المنافسة وتحقيق الربح عبر الشبكات الإلكترونية[2].

---

[1] – مديحة بن زكري بن علو، فنكوس سميرة، **المرجع السابق**، ص582.

[2]– خالد ممدوح إبراهيم، **حماية المستهلك في العقد الإلكتروني**، دار الفكر الجامعي، دون طبعة، 2008، ص132.

ثانيا: مفهوم الإعلان في الفقه:

لقد عرف جانب من الفقة الإعلان بأنه "كل وسيلة تهدف إلي التاثير نفسيا علي الجمهور تحقيقا لغايات تجارية، وعرف أيضا بأنه إخبار أو إعلان تجاري أو مهني القصد منه التعريف بمنتج أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا وامتداح المحاسن بهدف خلق انطباع جيد يؤدي إلي إقبال الجمهور علي هذا المنتج أو هذه الخدمة. [1]

1- حماية المستهلك من الإعلانات التجاري الخادعة والمضللة عبر الآنترنت:

لقد استعمل المشرع الجزائري مصطلح الإشهار بدل من الإعلان وقد عرفه بموجب القانون02/04 المحدد للقواعد المطبقة علي الممارسات التجارية في المادة 3 بحيث تطرق إلي تعريف الإشهار الإلكتروني، في نص قانون التجارة الإكترونيةرقم 05/18 الإشهار الإكتروني في نص المادة06 الفقرة 06منه عي أنه"كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلي ترويج بيع سلعة أو خدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية".[2]

تعريف الفقهي للإعلان المضلل أو الكاذب فهو الذي "يتضمن معلومات مغلوطة تجعل المستهلك يحصل علي معلومات خاطئة فيما يتعلق بعناصر أو اوصاف أو خصائص أو آثار المنتج المعلن عنه، وذلك من خلال انتهاج أساليب الخداع في الرسالة الإعلانية لغرض تضليل المستهلك والعمل علي إقناعه بشراء منتج ما

3-1- حماية المستهلك الإلكتروني من الإشهار المضلل:

لكي يكون الإشهار نزية وغير مظلل، اشترط المشرع مجموعة من الشروط والإلتزامات تقع علي عاتق المعلن وهي:

---

[1] – خالد ممدوح ابراهيم المرجع نفسه، ص107، 108.

[2] – المادة 6 من القانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق10 مايو سنة2018، المعلق بالتجارة الإلكترونية.

– وضوح الإشهار الإلكتروني وإبتعادة عن التظليل، وهو مانصت علية المادة الحادية عشر من قانون التجارة الإلكترونية معناه أن يحتوي علي كل المعلومات الوافية والكافية التي تخص السلع أو الخدمات وبنود العقد محل الإشهار، وذلك حتي يكون المستهلك علي علم كامل وإرادة واعية للعقد الذي سيبرمه، مبدآ وضوح الإشهار تضمنه التشريع الجزائري المعمول به .[1]

– منع الإعلان الإلكتروني المضلل: نص المشرع الجزائري في المادة ثلاثون الفقرة السادسة من قانون التجارة الإلكترونية علي منع الإشهار المضلل والغامض ويعرف الإشهار المضلل بأنه" ذلك الإعلان الذي لايذكر بيانات كاذبة ولكنه يضاغ في عبارات تؤدي إلي خداع المتلقي وذلك يقع هذا الإعلان في منطقة رمادية بين الإعلان الصادق والإعلان الكاذب، وكذلك الإعلان الذي يتضمن معلومات تدفع المستهلك إلي الوقوع في خلط وخداع .[2]

3-2- العقوبات المقرر في قانون التجارة الإلكترونية علي ممارسة الإشهار التجاري:

لقد كرس المشرع الجزائري في قانون التجارة افلكترونية 05/18 جريمة الإشهار غير مرغوب فية عللي أساس حجيته ذلك بموجب المادة 40من وأقر عقوبة مالية تتروح من 50.000دج إلي 1000.000دج .[3]

---

[1]–– ربحي تبوب فاطمة الزهراء، **حماية المستهلك من الإشهار التجاري المضلل**، جامعة بومرداس، مجلد 35، العدد1، 2020، ص146.

[2]– عبد اللة صفيح، فتحي بن جديد، **الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية**، مجلة الدراسات القانونية، ، جامعة الجزائر، مجلد 7، عدد2، جوان 2021، ص 798.

[3] – جفالي حسين، الطاهر دلول، **الحماية الجنائية من الإشهار التجاري الإلكتروني غير مرغوب فية في التشريع الجزائري**، المجلة الأكادمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة تبسة، ص 531.

4: حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية:

تخضع العقود كقاعدة عامة للمبدآ الحرية في التعاقد، ويترتب علية في أغلب الأحيان تحقيق التوازن بين الإلتزامات المتعاقدين نتيجة أن كل طرف يسعي إلبي تحقيق مصالحه عن طريق المفاوضات والمساومة أثناء إبرام العقد.[1]

تعتبر الشروط التعسفية بمثابة التصرفات التي يترتب عنها تحول العقد عن وظيفته، أما يؤدي إلي خلق نوع من الإختلال في توازنه .[2]

1- مفهوم الشرط التعسفي

كغيرة من المصطلحات القانونية، لم يعرف الشروط التعسفي وجود تعريف جامع مانع لتوضيحه بصفة دقيقة، حيث ان كل يعرفه من ناحية دراسته .[3] من هنا نتطرق إلي مفهوم الشرط التعسفي في الفقة والتشريع الجزائري.

1-1- التعريف الفقهي

يعرف الشرط التعسفي" بأنه الشرط الذي يفرض علي المستهلك من قبل المزود نتيجة التعسف في استعمال الأخير الاقتصادية.[4]كما عرفه البعض الأخر بأنه «ذلك الشرط الذي يترتب علي عدم وجود توازن واضح بين طرفي العقد وإلتزاماتهم لصالح الطرف الأول، الذي يستخدم نفوذه الاقتصادي ويأتي نتيجة لذلك ميزة مجحفة علي حساب المستهلك.[5]

1- بولقواس سارة، **الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني**، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة يحي فارس المدية، سبيتمر 2017، ص54.

(2)- جحايشية نورة، **العقد الإستهلاكي في التشريع الجزائري**، رسالة مقدمة لنيل أطروحة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8مايي 1945 قالمة/ص215.

(3)- المرجع نفسه، ص 215.

(4)- ذيب محمود عبد الله.، **حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني-دراسة مقارنة-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجستر، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، ص71.

5- جحايشية نورة، **المرجع السابق**، ص216.

1-2- تعريف الشرط التعسفي في التشريع الجزائري:

رغم من صدور القانون رقم 05/18، الصادر في 10 مايو سنة 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلا أنه لم يورد فية أي تعريف للشروط التعسفية .[1]

إن المشرع الجزائري وبصدد حماية المستهلك من الشروط التعسفية تطرق لهذا الموضوع من خلال منظومة قانونية منها القانون المدني في مادته 110 التي نصت علي أنه"إذا تم العقد بطريقة الإذعان، وكان قد تضمن شروط تعسفية جاز، للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يفي الطرف المذعن منها، وذلك وفقا لما تقضي به العدالة ويقع باطلا كل اتفاق علي خلاف ذلك ".[2]

كما أشار المشرع الجزائري لمفهوم الشرط التعسفي في القانون رقم 02/04 الصادر في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة علي الممارسات التجارية في الفقرة 05من المادة 03 والتي تنص "يعتبر شرط تعسفي كل بند أو شرط بمفردة أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخري من شانه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".[3]

2- مكافحة الشروط التعسفية:

بتفحصنا لأحكام القانون المدني الجزائري نجد أن المشرع الجزائري لم يتعرض إلي الشروط التعسفية بصفة مباشرة إلا في عقود الإذعان، بحيث من الملاحظ، أنه ليس من الضروري أن تكون جميع العقود التي يبرمها المستهلك في إطار علاقته بالمتدخل داخلة ضمن وصف عقود الإذعان أو أن تتوافر فيها العناصر التي تقوم عليها هذه العقود،

---

(1) – زوليخة بن طابة، حورية لشهب، **الحماية القانونية للمستهلك الرقمي من الشروط التعسفية**، مجلة المباحث للدراسات الاكادمية، جامعة بسكرة، المجلد 07، العدد01، سنة 2020، ص 315

(2)– – مسكين حنان محمد الحاج، **حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الجزائري**، مجلة البحوث القانونية والسياسية، جامعة سعيدة، العدد9، ديسمبر2017، ص51، 52

(3)–، سليمة لدغش، **حماية المستهلك غبر شبكة الأنترنت بين الواقع والضرورة**، مجلة الحقوق والحريات، جامعة الجلفة، العدد 4، أفريل 2017، ص367.

فقد يبرم المستهلك عقد ويساوم فية المتدخل رغم وجود تفاوت حقيقي بينه وبين المتدخل.[1]

لقد جاء القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، خاليا من تنظيم الشروط التعسفية ، وأمام هذا الفراغ التشريعي رآي بعض الفقة الرجوع إلي الرجوع إلي القانون المدني بصفة الشريعة العامة للعقود، حيث يجيز للطرف المذعن اللجوء إلي القضاء لإعفائه من الشروط التعسفية، خاصة مع إعتراف المشرع للمستهلك الإلكتروني بخاصيةالإذعان.[2]

تنص المادة 110 قانون مدني جزائري علي انه: " إذا تم العقد بطريقة الإذعان وكان قد تضمن شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو يعفي الطرف المذعن منها، وذلك وفق لما تقتضي به العدالة، ويقع باطلا كل إتفاق علي خلاف ذلك".[3]

وبالرجوع إلي أحكام المسؤولية المدنية المنصوص عليها في القواعد العامة للقانون المدني الجزائري من المواد 124إلي 140 من القانون المدني، فإنه كل إتفاق يهدف إلي إعفاء المسؤول عن إلحاق الضرر بالغير سواء كان هذا الفعل ارتكبه الشخصي في حد ذاته، أو أحد آخر يجعل آحد الطرفين في مركز أقوي من الطرف الأخر".[4]

لقد أعطي المشرع الجزائري للقاضي سلطة تقديرية واسعة في تعديل الشروط التعسفية أو إعفاء الطرف المذعن منها وفقا لما تقضي به العدالة بناء علي طلبه، ومثل

---

[1]– – لعوامري وليد، **الشروط التعسفية وآليات التصدي لها في القانون الجزائري**، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، ص273

[2]–، صفيح عبد اللة، فتحي بن جديد، **المرجع السابق**.72

[3]– المادة 110 من الأمر رقم 75–58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم

[4]– مسكين حنان، **المرجع السابق**، ص61.

هذه المسألة تخضع لتقديرة الشخصي بتقديرة ما إذا كانت هذه الشروط المعروضة علية شروط تعسفية.[1]

5- حماية المستهلك من العيوب الخفية:

تناول المشرع الجزائري التزام المتدخل بضمان العيب الذي قد يشوب المبيع وهو ما يسمي بالضمان القانوني لكون أن تنظيمة جاء في الشريعة العامة (القانون المدني) وأيضا ضمن القواعد الخاصة (قانون 03/09 المتعلق بحماي المستهلك وقمع الغش).[2]

ولا يختلف الضمان المقرر في شان العيب الذي قد يظهر بالمبيع بالنسبة للبيع التقليدي، أو حتي بالنسبة للبيع الذي يتم عبر شبكة الأنترنت، فالالتزام واحد في مواجهة المتدخل وهو ضمان العيب.[3]

1- تعريف العيب الخفي:

1-1- تعريف العيب الخفي في الفقه:

العيب الخفي هو ذلك العيب الذي يؤثر علة المبيع أو يكون قديما أو خفيا وبلإضافة إلي كونه غير ملوما للمشتري أي لم يكن بإستطاعت المشتري اكتشاف هذا العيب عن طريق فحص المبيع بمعاينة الشخص المعتاد.[4] في حين عرفه البعض الاخر بانه «أي نقص أو خلل في النتوج أو في طريقة عرضه من شانه أن يهدد سلامة المستهلك أو الحائز بالخطر ويلحق به الضرر في حياته أو شخصه أو في امواله.[5]

---

[1]- بوهنتالة أمال، **حماية المستهلك الالكترونية من الشروط التعسفية**، مجلة للامن والتنمية، جامعة باتنة، مجلد 10، عدد 03، جولية 2021/ص837.

[2]- لعجال لامية، **حماية المستهلك في معاملات التجارةالإلكتروني**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر، 2016، ص129.

[3]- لعجال لامية، **المرجع السابق**، ص129.

[4]- عبد اللة ذيب عبد اللة محمود، **المرجع السابق**، ص28

[5]- لعجال لامية، **المرجع السابق**، ص151

1-2- التعريفي القانوني الجزائري للعيب الخفي:

لم يعرف المشرع الجزائري العيب الخفي بل اكتفي فقط بإبراز شروطة وذالك من خلال المادة 379 من قانون المدني الجزائري علي أنه "يكون البائع ملزما بالضمان إذ لم يشتمل المبيع علي الصفات التي تعهد بوجودها وقت تسليم المبيع إلي المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الإنتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسيما وهو مذكور في عقد البيع أو حسيما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها".[1]

6- ضمان حق المستهلك في ضمان التعرض والإستحقاق

إن هذا الضمان يخول للمشتري الإنتفاع بالمبيع كلة دون ما تعرض لة من ذلك سواء من البائع المهني نفسه أو من الغير، ومن ثم تتكفل أحكام الضمان المنصوص عليها قانونا يضبط كل مايتعلق بالتعرض للمشتري أو يجاوزه إلي الإستحقاق المبيع من بين يديه.[2]

يعرف ضمان التعرض بأنه «ضمان البائع كل فعل صادر من نفسه أو من غيرة ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع يمكن المبيع كلة أو بعضه.[3]

6-1- تعريف ضمان الاستحقاق:

الاستحقاق بحسب الأصل هو نزع ملكية المبيع كلة أو بعضه من تحت يد المشتري بحكم قضائي، كما يدل علي علي ذلك الأصل اللغوي لكلمة Eviction ومعناها الهزيمة

---

[1]- المادة 379 من الأمر 75-85 من القانون المدني، **المرجع السابق**

[2]- أسامة أحمد بدر، **ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكروني**، مجلة الشريعة والقانون، العدد الحادي والأربعون محرم، 1431يناير2010، ص221، 222.

[3]- بوزكري إنتصار، **الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع**، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الباز 02 سطسيف كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2012، ص49.

في منازعة قضائية.[1]في حين عرفه الدكتور علي العبيدي: "يقصد بضمان الإستحقاق إلتزام البائع بتعويض المشتري عما أصابه من ضرر بسبب استحقاق المبيع."[2]

6-2- ضمان التعرض الشخصي:

يتحقق التعرض الصادر عن البائع عندما يأتي البائع بأحد الأفعال، التي من شأنها أن تؤدي إلي حرمان المشتري من الانتفاع بالمبيع، انتفاعا كليا ًاو جزئيا أو من شأن تلك الأفعال أن تحرم المشتري من حيازة المبيع حيازة هادئة، فيكون البائع ضامنا لتعرضه سواءً كان تعرضاً مادياً كقيامة بمنع المشتري من الانتفاع بالمبيع أو تعرضاً قانونياً كقيام البائع بالادعاء بأن لة حقاً علي المبيع.[3]

6-3- ضمان التزام البائع بضمان التعرض الصادر من الغير:

إن ضمان التعرض والاستحقاق لا يقتصر فقط علي شخص البائع إنما يمتد إلي الغير الذي يثبت لة وقت البيع حق علي المبيع يحتج به علي المشتري وينازعه في ملكيته للشيء المبيع، وكان لابد أن يضمن البائع عدم التعرض الإصدار من أجنبي عن العقد.[4]

7- حق المستهلك في العدول:

7-1- تعريف العدول في الفقه:

الحق في العدول عن العقد "هو وسيلة قانونية يستطيع المستهلك إعادة النظر في العقد الذي ساهم بإرادته في إبرامة عن طريق الرجوع فية بإرادته المنفردة دون أي مسؤولية تقع علي عاتقه".[5]عرفه البعض الأخر بأنه «حق المستهلك في إرجاع سلعته أو

---

(1)- تركي وليد، **ضمان التعرض والإستحقاق في عقد البيع والإيجار طبقا لأحكام القانون المدني الجزائري**، مقدمة لنيل شهادة الماجستير قانون، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار عنابة، 2010، ص13.

(2)- تركي وليد، **المرجع السابق**، ، ص13.

(3) – ربحي محمد أحمد هزيم، **ضمان التعرض والإستحقاق في عقد البيع "دراسة مقارنة"**، الأطروحة مقدمة استكمالا لمتطلبات درجة الماجستير في القانون، كلية الدراسات العلية جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، 2007، ص25، 25.

(4)- بوزكري إنتصار، **المرجع السابق**، ص50.

(5) – نقاش حمزة، سايغي أسماء، **حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني**، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، العدد7، ديسمبر2019، ص22.

رفض الخدمة من خلال مدة معينة، يحددها القانون دون إبداء آية مبررات مع إلزام التاجر حسب الأحوال برد قيماتها مع تحمل مصروفات الرجوع فقط.[1]

7-2- تعريف العدول فالتشريع الجزائري:

بالنسبة للمشرع الجزائري فإنه لم يعرف العدول عن العقد في قانون التجارة الإلكترونية إلا أنه قرر للمستهلك الحق في ذلك من خلال المادتين" 22، 23"في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني اجال التسليم يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتوجفي أجال أقصاه أربعة أيام عمل إبتداً من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج دون المساس بحقة فالمطالبة بالتعويض عن الضرر.[2]

مواكبة من المشرع الجزائري للتشريعات المقارنة في مجال حماية المستهلك بموجب تعديل قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 سنة 2018 بمقتضي قانون 18-09 نجدة نص صراحة علي حق المستهلك في العدول عن التعاقد والتراجع عنه وذلك دون مبرر، وذلك استنادا إلي نص المادة 19 منه والتي نصت علي: "... العدول هو حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتوج ما دون وجه سبب للمستهلك الحق في العدول عن إقتناء منتوج ما.

الفرع الثاني: المورد الإلكتروني في التشريع الجزائري:

عرفت المادة السادسة الفقرة الرابعة من قانون التجارة الإلكترونية المورد الإلكتروني، بأنه: "كل شخص طبيعي أو منعوي يقوم بتسويق أو إقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الإتصلات الإلكتروني ". [3]

---

[1]- جامع مليكة، **حق العدول في العقد كألية مستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني**، مجلة الوحات للبحوث والدراسات، المجلد13، العدد1، 2020، ص455.

[2]- معزوز دليلة، **إلتزامات المورد عند تنفيذ العقد ومسؤولياته في ظل قانون 05/18**، مداخلة ضمن الملتقى الدولي التأطير القانوني للمتطلبات ممارسة التجارة الإلكترونية في ظل قانون 05/18، جامعة أولحاج محمد كلية الحقوق والعلوم السياسية، يوم 27جوان 2021، 10:50 الجزائر، ص416.

[3]- فاطمة الزهراء ربحي تبوب، **حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني**، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 03، ديسمبر2019، ص801.

أولا: واجبات المورد الإلكتروني المتعلقة بالتجارة الإلكترونية:

تعددت الإلتزامات التي تقع علي المورد في مجال التعاقد الإلكتروني، وعلية الوفاء بها لأن المورد في مجال التجارة الإلكترونية يعد بائعا طبقا لأحكام القواعد العامة، كما أنه مهنيا للقواعد الخاصة المتضمن قانون الإستهلاك ولقد نص القانون رقم 05/18، علي هذه الإلتزامات.[1]

ثانيا: إلتزام المورد الإلكتروني بالتسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية:

حسب نص المادة (09) من القانون السالف الذكر فإنه تنشأ بطاقية وطنية للمورين الإلكترونيين لدي المركز الوطني للسجل التجاري تحتوي علي قائمة الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، كما نصت المادة علي هذه البطاقية تنشر عن طريق الإتصالات الإلكترونية وتكون متناول المستهلك الإلكتروني ."[2]

اشترط المشرع علي المورد الإلكتروني أن يوثق كل معاملاته الإلكترونية في المجال التعاقدي بعقد إلكتروني يطلع علية المستهلك الإلكتروني ويصادق عليه، وهو مايضمن الإثبات المستهلك في حالة أي نزاع ويحمي حقوقه.[3]

---

[1]– معزوز دليلة، **المرجع السابق**، ص80.

[2]– دريس كمال فتحي، مرغني حيزوم بدر الدين، **مسؤولية المورد الإلكتروني –دراسة إقتصادية وقانونية**، جامعة الوادي، المجلد13، العدد3، 2019، ص2.

[3]– 132، عبيب محمد، بوراس محمد، **حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية بالجزائر على ضوء القانون 50/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، المجلة العربية للابحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة تسمسيلت، مجلد 13، العدد4، جويلية2021، ص132.

ثالثا: إحترام آجال التسليم والإلتزام بالمطابقة:

إن إختلاف المحل في العقد الإستهلاكي الإلكتروني يؤدي بالضرورة إلي إختلاف طريقة التسليم، ولذا إذا أبرم عقد البيع الإلكتروني علي بعض المنتجات (المادية) فيتم تسليمها مادياً.[1]

يجب أن يتم تسليم المنتوج في المواعيد نصت المادة 11 من قانون 05/18 التي تحدد الشروط التي يجب ان يتضمنها العرض الإلكتروني علي ضرورة الإشارة إلي موعد التسليم وعلية فالمورد ملزم بإحترامالمواعيد المتفق عليها لتسليم، في العقد المبرم مع المستهلك تحت طائفة التعرض لمقتضيات المادة 22من قانون05/18 التي تعطي للمستهلك حق إعادة إرسال المنتوج في إطار المدة المتفق عليها قانوناً وهي أقصاها أربعة أيام (04) وتحسب من تاريخ إستلام المنتج ويحق لة طلب تعويض عن الضرر الذي ألحقة المورد للمستهلك.[2]

الإلتزام بالمطابقة: والمقصود به هو مطابقة المبيع لموصفات الجودة تشترطها القوانين، كما تعني المطابقة للمقاييس والعرف التجاري .[3]

أما المشرع الجزائري فقد عرف الإلتزام بالمطابقة في نص المادة 03 فقرة من قانون03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم أنه... استجابة كل منتوج موضوع للإستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به".[4] في حالة الإخلال بهذا الإلتزام نصت المادة

---

[1] – معزوز دليلة، المرجع السابق، ص 81.

[2]– يخلف نسيم، **إلتزامات المورد في عقود التجارة الإلكترونية ضمن أحكام قانون 05/18**، مداخلة ضمن الملتقى الوطني، جامعة شلف يوم 27جوان2021، ص102.

[3]– بن قوية مختار، **إلتزمات المورد الإلكتروني في ظل قانون 05/18**، مداخلة ضمن الملتقى الوطني الإفتراضي، بويرة، يوم27جوان2021، ص166.

[4]– سكينة زهرة، **الإلتزام بالمطابقة بين نصوص حماية المستهلك وقانون التجارة الإلكترونية 05/18**، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة معسكر، المجلد6، العدد2، 2021، ص3.

23من قانون05/18علي: "يجب علي المورد الإلكتروني إستعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتوج معيباً.[1]

الإلتزام بحسن النية وضمان سرية المعلوماتضمان المحافظة علي المعلومات أو البيانات المتعلق به يضمن أمن المعطيات للمستهلك الإلكتروني إمتلاك المورد قاعدة بيانات آمنة لمعلجتها، من خلال نظام التشفير أو غيرة من التكنولوجيا الحديثة.[2]يلتزم المورد الإلكتروني بحسب المادة 26 من القانون التجارة الإلكترونية، بضرورة ضمان آمن نظم المعلومات وسرية بيانات المستهلك الإلكتروني، وفق التشريع المعمول بهما.[3]

المطلب الثاني: الحماية القانوينة للمستهلك في البيئة الرقمية:

يقصد بحماية المستهلك بوجه عام حفظ حقوقة وضمان حصولة تلك الحقوق قبل المهنين في كافة المجالات سواء كانو تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات أو شركات، وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محلة سلعة أو خدمة.[4]بحيث سعي المشرع إلي توفير حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني في ظل التعاملات الإلكترونية والتطور الهائل في وسائل التكنولوجية، وهذا ماسنوضحه من خلال هذه الدراسة نتطرق إلي الحماية الجزائية (الفرع الأول) والحماية الجنائية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني:

أولا: الركن المادي للجرائم الواقعة علي المستهلك الإلكتروني:

يتخذ الركن المادي في هذه الجريمة عدة صور بحسب كل فعل إيجابي مرتكب مثلا جريمة التجسس الإلكتروني، الركن المادي فيها هو: الحصول مباشرة علي الدعامة

---

[1]– القانون 05/18.

[2]– بن قوية مختار، **المرجع السابق**، ص181.

[3]–، سهام قارون، **إلتزمات المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، مجلة الباحث للدرسات الأكاديمية جامعة سوق أهراس، المجلد7، العدد2، 2020، ص1021.

[4]– خالد ممدوح إبراهيم، **المرجع السابق**، ص33.)

الإلكترونية الحاوية لهذا السر أو المعلومات، كالحصول علي "CD"مخزنة فية الأسرار والوثائق.[1]

إن النشاط أو السلوك المادي في الجريمة الإلكترونية يتطلب وجود بنية رقمية وجهاز كومبيوتر وإتصال بشبكة الآنترنت.[2]

ثانيا: الركن المعنوي للجرائم الواقعة علي المستهلك الإلكتروني:

يعرف الركن المعنوي علي أنه: " اتجاه إرادة الجاني إلي إرتكاب فعل ضد حق يحمية القانون ويعاقب عليه، وهو عالم أنه يقوم بعمل غير مشروع ينطوي عللي إقتراف جريمة محددة بوعي وإدراك بالظروف والملابسات المكونة للجريمة.[3]

يتكون الركن المعنوي من عنصرين هما العلم والإرادة طبقا للمبادئ العامة المعروفة في قانون العقوبات، قد يكون القصد الجنائي عاماً وخاصاً.[4]

الفرع الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني

أولا: جريمة الخداع:

لم يعرف المشرع الجزائري الخداع ترك الأمر للفقة بحيث عرفه: " إنه إلباس أمر من الأمور مظهر يخالف ما هو عليه، أما البعض الأخر فعرفه بأنه: " القيام ببعض

---

(1)– راضية عيمور، **الجريمة الإلكترونية وآليات مكافحتها في التشريع الجزائري**، المجلة الأكادمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة، الأغواط، المجلد 6، العدد1، 2022، ص95.

(2)– عبد اللة دغش العجمي، **مشكلات العملية والقانونية للجرائم الإلكترونية دراسة مقارنة**، هذه الرسالة قدمت استكمالا للحصول على درجة الماجستير في القانون العام، جامعة الشرط الأوسط، 2014، ص27.

(3)– عبد اللة ذيب عبد اللة محمود، **المرجع السابق**، ص95–96.

(4)– اسمهان بوضياف، **الجريمة الإلكترونية والإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر**، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة المسيلة، العدد11، ديسمبر2018، ص351.

الأكاذيب أو يعيق الحيل البسيطة التي من شأنها إظهار الشيء موضوع العقد علي نحو مخالف للحقيقة.[1]

1- الركن المادي:

جرم المشرع الخداع كما جرم مجرد الشروع فيه، وهو ما عبر عنه بعبارة "....يحاول..." وتعود الحكمة من تجريم الفعل التحضيري وتشديد العقوبة إلي الوقاية من ارتكاب الجرائم.[2]

الركن المادي: نجد أن صورة هذه الجريمة تتحقق في نص المادة68 من قانون رقم 03/09 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وقمع الغش وتقوم سواء بالخداع ايو محاولة الخداع المستهلك تكون بأي وسيلة أو طريقة كانت حول:

- كمية المنتجات المسلمة .
- تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا .
- قابلية استعمال المتتوج.
- طرق الإستعمال والإحتياطات اللازمة.[3]

وعلية يتحقق الركن المادي لهذه الجريمة من خلال الأفعال الإيجابية الواردة علي السلعة من تزوير أو غش في المنتوجات كالإنتقاص من خواصها أو إضافة مادة غريبة، أو إنتزاع شيء من مكوناته، وكلما من شأنه مخافة المواصفات المطابقة للقانون.[4]

---

[1]- كمال بلارو، **الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التجارة الإلكترونية**، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري، العدد7، ديسمبر2019، ، ص76.

[2]- مجدوب نوال، **حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية**.، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة تلمسان العدد15، جوان 2016، ص271.

[3]- كمال بلارو، **المرجع السابق**، ص77

[4]- 9، حنان مسكين، بن احمد الحاج، **حماية المستهلك من جريمة الغش في المنتوجات في التشريع الجزائري**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة سعيدة، المجلد13، العدد2، 2020، ص709.

2- الركن الشرعي:

تعد جريمة الخداع جريمة عمدية يشترط لتحققها القصد الجنائي بعنصرية العلم والإرادة، أي انصراف إرادة الجاني إلي الواقعة مع العلم بأركانها، وأن القانون يعاقب عليها، كما تجدر الإشارة إلي أن المادة68 من القانون03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم تشترط إلحاق الضرر بالمستهلك.[1]

3- العقوبات المقررة لجريمة الخداع:

يلاحظ أن المشرع الجزائري- وغيرة من المشرعين العرب كالمصري والأردني- سوي في العقاب وبين الشروع والجريمة التامة للخداع من القاعدة العامة التي تجعل عقوبة الشروع عادة أخف درجة من درجة من الجريمةالتامة.[2]

أحالت المادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلي المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري بخصوص عقوبة هذه الجريمة، فيعاقب بالحبس من شهرين إلي ثلاث سنوات حبس وغرامة من 2.000دج إلي 20.0000.[3]

تشدد العقوبة عملا بأحكام المادة 340 من قانون العقوبات لترتفع مدة الحبس إلي خمس (5) سنوات والغرامة إلي خمسمائة ألف دينار (500.000دج) في حالة ما إذا ارتكبت الجريمة أو شرع في إرتكابها بإستعمال الوسائل.[4]

ثانيا: حماية المستهلك من الغش التجاري:

الغش التجاري أو الصناعي هو: "كل فعل من شأنه أنيغير من طبيعة أو خولص المواد أو فائدتها التي دخل عليها عمل الفاعل، ولا تهم الوسيلة التي لجأ إليها الفاعل في سبيل تحقيق غايته، فقد يتم الغش بإحلال موادد أقل قيمة مكان أخري أعلي منها فيما يراد إدخال الغش عليه، أوبإنقاص بعض المواد أو إضافة مواد أخري علية تزيد من كميته

---

(1)- سلسبيل بن اسماعيل، **الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري**، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد2، ديسمبر2017، ص294.

(2)- سي يوسف زاهية حورية، **تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك**، جامعة مولود معمري، ص 34.

(3)- كمال بلارو، اتلمرجع السابق، ص78

(4)- عثماني سفيان عبد القادر، محي الدين عبد المجيد، **ثنائية الجزاء المقرر لجرائم الغش التجاري**، مجلة الحقوق والحريات، جامعة سيدي بلعباس، المجلد9، العدد2، 2021، ص1103.

وتقلل من مفعولة .[1]أما في القانون الجزائري: فالغش التجاري هو كلمايتعلق بأعمال الخداع والغش التي نص عليها قانون العقوبات في الباب الرابع تحت عنوان: الغش في السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، وهي الأعمال المعاقب عليها في المواد من 429إلي 434 من قانون العقوبات الجزائري.[2]

الغش falisification (المادة 413-433): ويقصد به صنع مادة مغشوشة أو تعديل مكونتها (تكوينها) العادية، وفي هذه الصورة يقوم الصانع بإعدا منتوج غير مطابق لبعض المعايير ويدعي أن تلك المعايير قد روعيت.[3]

1- اركان جريمة الغش:

الركن المادي في عقد البيع الإلكتروني يتحقق من خلال عرض المنتوج أو الطرح للبيع عن طريق الآنترنت للسلع الفاسدة أو المغشوشة التي تصل إلي المستهلك لاحقا م، ويتحقق الركن المادي للغش التجاري في الحالات التالية:

تزوير أي منتج موجه للإستهلاك أو الإستعمال البشري أو الحيواني، عرض بالإستهلاك أوبيع منتوج يعلم المتدخل أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للإستعمال.[4]

2- الركن الشرعي:

طبقا للمادة 1 من قانون العقوبات الجزائري فإنه: لاجريمة ولا عقوبة إلا بنص " وعلية القانون هو الدي يحدد الأفعال التي تعد جرائم .[5]

---

(1)- عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 58. - سي يوسف زاهية حورية، **تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك**، جامعة مولود معمري، ص 34.

(2)- الغوط عبد الكريم، **الغش التجاري وطرق مكافحته /المجلة الجزائرية**، مجلة للدراست الإنسانية، جامعة وهران، المجلد1، العدد2، ديسمبر2019، ص100.

(3)- أحسن بوسقيعة، **الوجيز في القانون الجزائي الخاص**، الطبعة 17، دار هومة، ، الجزائر، 2014، ص463.

(4)- معكوف اسماء، المرجع السابق، ص67.

(5)- مليكة جامع، **حماية المستهلك الإلكتروني**، رسالة مقدمة لنيل أطروحة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سيدي بلعباس، 2017، ص131.

جريمة الغش وملحقاتها جريمة عمدية كما هو الحال في جريمة الخداع، ويلزم لقيام هذه الجريمة القصد الجنائي.[1]وبالمقابل أيضا وحرصا من المشرع علي تحثيق حماية فعالة للمستهلك من مخاطر المواد المغشوشة أو التي تستعمل في الغش منع مجرد حيازتها بدون سبب مشروع طبقا لأحكام المادة 433 من قانون العقوبات.[2]

3- العقوبات المقررة لجريمة الغش:

نصت المادة 431 المعدلة من قانون العقوبات علي: "يعاقب بالحبس من سنتين إلي خمس سنوات وبغرامة من 20.000إلي 100.000دج كل من يغش مواد صالحة لتغدية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبا أو منتوجات فلاحية أو طبية مخصصة للإستهلاك .عرض أو يعرض للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو منتوجات فلاحية أو مواد طبية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة. يعرض أو يضع للبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتوجات طبية أو يحث علي استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات، أو تعليمات وهو يعلم أنها محددة.[3]

نصت المادة432 من القانون السالف الذكر حددت العقوبة بالحبس من من خمس (5) سنوات إلي عشر(10) سنوات وبغرامة من 500.000دج علي 1000.000دج.

ويعاقب الجناة بالسجن المؤقت من عشر(10) سنوات إلي عشرين(20) سنة وبغرامة من 1.000.000دج إلي 2000.000دج إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء

---

[1]- سي يوسف زاهية، **المرجع السابق**، ص126.

[2]- مسكين حنان، بن أحمد الحاج، **المرجع السابق**، ص711

[3]- المادة 431 من الأمر 156/66 المؤرخ في 18 سنة 1836 الموافق ل 8 يونيو سنة1966 قانون العقوبات المعدل والمتمم بالقانون 82-04 المؤرخ في13فبراير1938 الجريدة الرسمية.

أ, فقد استعمال عضو أوفي عاهة مستديمة. ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد، إذا تسببت تلك المادة في موت إنسان.[1]

ثالثا: حماية المستهلك من جريمة الإحتيال:

قد يلجأ المنتج أو الموزع عامداً لأجل الترويج لمنتجاته إلي الدعاية المظللة التي قد تنطوي في بعض الأحيان علي مغالطات علمية بهدف تحيق أقصي قدر ممكن من الربح علي حساب المستهلك الذي تخدعه هذه الدعاية.[2]تعد هذه الجنحة من الجرائم المتجاورة في عناصرها جريمة السرقة، غير أن هذه الجريمة لا يتصور أن تتحول جناية مهما يكون موضوعها وطريقة ارتكابها، اللهم إذا سبقتها أو صاحبتها أو تلتها جرائم أخري، خذا والمادة 327 من قانون العقوبات استعملت العبارتين معا: النصب والإحتيال للدلالة في الحقيقة عن النصب بواسطة الإحتيال أو بالطرق الإحتيالية المحددة في نفس هذه المادة.[3]

والمشرع الجزائري نص في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري علي أنه: " كل من توصل إلي استلام أو تلقي اموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو اوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من الإلتزامات أو الحصول علي أي منها أو شرع في ذلك وكان ذلك بإلإحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشروع في ذلك وكان ذلك بإستعمال أسناء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو إعتماد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بشيء أو في وقوع شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخلري وهمية أو الخشية من وقوع شيء منها....."[4].

---

[1]– المادة 432، **المرجع السابق.**

[2]– عبد الفتاح بيومي حجازي، **المرجع السابق**، ص 60.

[3]– بن الوارث .م، **مذكرات في القانون الجزائي الجزائري**، دون طبعة ، دار هومة، الجزائر، 2003، ص 217، 218.

[4]– بوحزمة كوثر، **الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكنرونية في التشريع الجزائري**، مجلة ضياء للدراسات القانونية، جامعة تيلرت، المجلد3، العدد2، 2021، ص10.

1- اركان جريمة الإحتيال:

1-1- الركن المادي: تتمثل في الأفعال الإحتيالية التي تعتد بها لثبوت جريمة النصب محددة في القانون وبالظبط في نص المادة 372من قانون العقوبات، ولابد أن الجاني يستعمل علي الأقل طريقة واحدة

1-2- الركن المعنوي: هي جريمة عمدية تتطلب توفر القصد الجنائي العام والخاص، بحيث يتمثل القصد العام في علم الجاني بأن الافعال والأسماء والوسائل المستعملة الإحتيالية من شانها خداع المستهلك وحملة علي التسليم الثروة يعاقب عليها قانونا، أم القصد الخاص هو نية الإستلاء علي مال المستهلك أو حتي الشروع في ذلك.[1]

1-3- العقوبات المقررة لجريمة الإحتيال:

نصت المادة 732 من قانون العقوبات علي أنه: "يعاقب بالحبس من سنة إلي علي الأقل إلي خمس سنوات علي الأكثر وبغرامة من 20.000إلي 100.000دينار .[2]

إذا وقعت الجنحة من شخص لجأ إلي الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أذونات أوحصص أوأية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات (مؤسسات) تجارية أو صناعية فيجوز ان تصل مدة الحبس إلي عشر سنوات، والغرامة إلي 200.000دينار.[3]

وفي جميع الحالات يجوز أن يحكم علاوة علي ذلك علي الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة 14أو من بعضها وبالمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة علي الأقل وخمس سنوات علي الأكثر.[4]

---

[1]- كمال بلارو، **المرجع السابق**، ص80.

[2] المادة 372، **المرجع السابق**.

[3]- محمد صبحي نجم، **شرح قانون العقوبات الجزائري القسم الخاص**، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر2004، ص 141.

[4] المادة 732، المرجع السابق.

خلاصة الفصل الثاني:

نخلص في نهاية هذه الدراسة إلي القول أن التجارة الإلطترونية عرفت بعدة تعاريف مختلفة وكان لكل جانب تعريف خاص، في حين سعي المشرع الجزائري إلي وضع ترسانة قانونية من أجل تنظيم الممارسات التجارية وكذلك الأليات التي سنها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني، من شتي الجرائم التي قد تمسه خلال معاملاته التعاقدية التي تتم بوسائل الإتصال الحديثة والتي تجسدت في تنظيم المشرع الجزائري أحكام العقد المبرم إلكترونيا بين المستهلك الإالكتروني والمورد الإلكتروني في كل مراحل إبرام العقد الإلكتروني .

خاتـمة

الخاتمة:

إن التجارة الإلكترونية تعبر وليدة الثورة التكنولوجيا أضحت عنصر مهما في هذا العصر نتيجة لكثرة إستعمال الأفراد للوسائط الإلكترونية في جل المعاملات اليومية وبأخص في مجال التجارة هذه الظاهرة الحديثة مما تطلب الأمر ضرورة وضع تنظيم خاص بالمعاملات التجارية واجبا على التشريعات الوطنية .

ومن خلال دراستنا للموضوع المتعلق بأبعاد التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري ارتأينا أن التجارة الإلكترونية تحتاج نظاما قانونيا يتماشى مع التطورات الحاصلة خاصة في مجال في تكنولوجيا الإتصال لهذا سارعت مختلف التشريعات الوطنية على ضرورة تأطير المبادلات التجارية، وذلك من خلال إصدار تشريعات مستقلة تخص التجارة الإلكترونية.

ومعلوم أن الحديث عن حماية المستهلك، يتعلق بالدرجة الأولى بالحماية القانونية للتجارة الإلكترونية، وحمايته في هذا الإطار يتطلب تحديد المشكلات التي تواجهها في حال التعامل بها لقد وجد بأن المشرع الجزائري قد فرض لفئة المستهلكين عبر الوسائل الحديثة حماية خاصة رغم أنه قد سبقتنا العديد من الدول لفرض هذه الحماية من خلال قانون التجارة الإلكترونية 05/18 الذي يعتبر أول قانون يصدر في الجزائر .

وفي إطاره قُسمت دراستنا إلى فصلين أولهما تناول مفاهيم أساسية عن التجارة الإلكترونية عبورا بتبيان المقصود بالتجارة الإلكترونية وصولا إلى تعريف المستهلك الإلكتروني ومن ثم توصلنا إلى أن المشرع الجزائري نظم حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني .

وهنا تنقسم الحماية المقرر للمستهلك الإلكتروني إلى حماية جزائية ومدنية التي من شأنها ردع الغش التجاري في البيئة الرقمية ومن العقوبات التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني .

وفي ختام دراستنا نخلص إلى القول بأن المشرع الجزائري حاول جاهدا لأجل فرض حماية قانونية للمستهلك الكتروني على المستوى الوطني، إلا أنه هناك بعض المتطلبات التي ترى بضرورة تنظيمها لتكون الحماية شاملة.

النتائج:

- ضرورة تفعيل القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية وكذا تحرير التجارة الإلكترونية من العوائق التي تتواجهها، ووضع هيئات للمراقبة وردع الغش وحماية المستهلك الإلكتروني في إطار قانون التجارة الإلكترونية.
- ضرورة توعية وتحسيس المستهلك الإلكتروني بحقوقه وواجباته من الناحية القانونية لإعادة غرس الثقة في التعاملات التجارية التي تتم في البيئة الرقمية.
- استحداث هيئة خاصة من أجل التبليغ في حالة وجود تجاوزات من طرف الموردين الذين تجاوزو شروط التجارة الإلكترونية.
- لم يعتبر المشرع في قانون التجارة الإلكترونية 05/18 الإشهار المظلل جريمة خطرة يعاقب عليها، فقد إكتفى باشتراط وضوح الإعلان وألا يكون مضللا لكن هذا الأمر صعب الكشف عليه خاصة في مجال الإلكتروني.
- قام المشرع الجزائري الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك في مجال المعاملات اتجارية الإلكترونية، من خلال نصوص قانونية التي تتمثل في قانون العقوبات
- نظم المشرع حق المستهلك الإلكتروني في العدول ضمن المعلومات التي يتضمنا العرض العرض التجاري الإلكتروني. ولقد وفر عدة أليات لحماية المستهلك الإلكتروني.

التوصيات:

- تدعيم التطبيق الفعلي للنصوص القانونية الخاصة بالتجارة الإلكترونية .
- تكوين لجان مختصة بالرقابة خاصة في مجال المعلوماتي من خلال وضع منصات رقابة.

- بات من الضروري وضع نصوص خاصة وقوانين جديدة ردعية للتصدي لمختلف الجرائم الذي المستهلك الإلكتروني من غش وتحايل عليه.
- تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال .

قائمة المصادر والمراجع

أولا: المصادر:

1-النصوص القانونية:

1_ الأمر رقم 05-06، المؤرخ في 18 رجب عام 1426 الموافق ل23 غشت سنة 2005، **المتعلق بمكافحة التهريب.**

2_ الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل26 سبتمبر سنة 1975، **المتضمن القانون التجاري.**

1_قانون العقوبات المعدل والمتمم بالقانون 82-04 المؤرخ في13فبراير1938 الجريدة الرسمية.

2_القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحددة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

3_قانون رقم 15-03، المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق لأول فبراير سنة 2005، **يتعلق بعصرنة العدالة.**

4_قانون رقم 15-04، المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق ل أول فبراير نة 2015، المحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

5_قانون رقم 2000-03 المؤرخ في 5جمادى الأولى عام 1421 الموافق ل5 غشت سنة 2000، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد48.

6_القانون رقم 18-05، المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل10 ماي سنة 2018، **المتعلق بالتجارة الإلكترونية.**

7_قانون رقم 18-04، المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 اموافق ل10 ماي سنة 2018، **المحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والإتصالات الإلكترونية.**

8_**لقانون المدني الجزائري المعدل والمتمم**، الأمانة العامة للجكومة، رئاسة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، سنة 2007.

9_قانون البريد والمواصلات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد29، السنة الثالثة عشر، الجمعة 9 ربيع الثاني، عام 1396 الموافق ل9 أبريل سنة 1976 م.

2-المراسيم :

1_ مرسوم تنفيذي رقم 09-410، المؤرخ في 23 ذي الحجة عام 1430 الموافق ل10 ديسمبر سنة 2009، **يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة**، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد73، 13 ديسمبر 2009.

2_ المرسوم التنفيذي رقم 07-162، المؤرخ في 13 جمادى الأولى عام 1428 الموافق ل30 ماي سنة 2007، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المؤرخ في 15 صفر عام 1422 الموافق ل9 ماي سنة 2001، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، عدد37.

3_ المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 1990/01/30، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد5المؤرخة في 1990/01/31، الأمانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر سنة1990م.

ثانيا: المراجع

أ- الكتب:

1_ أحسن بوسقيعة، **الوجيز في القانون الجزائي الخاص**، الطبعة 17، دار هومة، ، الجزائر، 2014.

2_ أحمد محمد لطيف قايد، **التجارة الالكترونية**، جامعة العلوم والتكنولوجيا، فرع اــب.

3_ بن الوارث .م، **مذكرات في القانون الجزائي الجزائري**، دون طبعة، دار هومة، الجزائر، 2003.

4_ بهناس العباس، بن أحمد لخضر، **النضام المصرفي في الجزائر في ظل الأمر11-03 المتعلق بالنقد والقرض والتحديات الراهنة له.**

5_ تسهيل التجارة الإلكترونية في منطقة الإسكوا، تعزيز المشاركة الفعالة في التجارة الإلكترونية، حالات مصر والأردن ولبنان والامارات العربية المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا ونيويورك، الامم المتحدة، 2003.

6_ خالد ممدوح إبراهيم، **حماية المستهلك في العقد الإلكتروني**، دار الفكر الجامعي، دون طبعة، 2008.

7_ خالد ممدوح، **لوجيسيات التجارة الإلكترونية**، دون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2019.

8_ دريس كمال فتحي، مرغني حيزوم بدر الدين، **مسؤولية المورد الإلكتروني –دراسة إقتصادية وقانونية**، جامعة الوادي، المجلد13، العدد3، 2019.

9_ الصغير محمد مهدي، **قانون حماية المستهلك الإلكتروني، –دراسة مقارنة**–د ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.

10_ طارق عبد العال حماد، **التجارة الإلكترونية**، دون طبعة، دار الجامعية، عين شمس 2003.

11_ عبد الصبور عبد القوي علي مصري، **التنظيم القانوني للتجارة الألكترونية**، الطبعة الأولى، مكتبة القانون و اقتصاد، الرياض، 2012.

12_ عوادي مصطفى وآخرون، **لمحة عن المعالجة المدنية والجزائية للتجارة الإلكترونية**، مجلة الأصيل للبحوث الإقتصادية والإدارية، المجلد 03، العدد 02، ديسمبر2019.

13_ قانون الاونسيترال النموذجي بشان التجارة الالكترونية مع دليل التشريع 1996، ومع المادة الاضافية 05 مكرر بصيغتها المعتمد في عام 1998، المادة 2، الامم المتحدة، نيويورك، 2000.

14_ محمد الصيرفي، **التسويق الإلكتروني**، دون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2008.

15_ محمد حسن الحسني، **حماية المستهلك الإلكتروني في قانون الدولي الخاص**، د ط، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012.

16_ محمد صبحي نجم، **شرح قانون العقوبات الجزائري القسم الخاص**، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر2004.

17_ محمد عبد العظيم أبو النجا، **التسويق الإلكترونية**، الطبعة الأولى، دار الجامعية، الإسكندرية، 2008.

18_ مصطفى موسى العطيات، **التجارة الإلكترونية حماية العلامة التجارية إلكترونيا**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2011.

19_ مصطفى يوسف كافي، **التجارة الإلكترونية**، دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، جرمانا، دمشق، سوريا، 2009.

20_ ناصر خليل، **التجارة والتسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2009.

21_ يوسف حسن يوسف، **التسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولى، المرطز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012.

ب- المجلات والمقالات:

1_ احمد عبد الله العوضي، **العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية**، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد6، الكويت، 2010.

2_ أسامة أحمد بدر، **ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكروني**، مجلة الشريعة والقانون، العدد الحادي والأربعون محرم، 1431يناير2010.

3_ اسمهان بوضياف، **الجريمة الإلكترونية والإجراءات التشريعية لمواجهتها في الجزائر**، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة المسيلة، العدد11، ديسمبر2018.

4_ أيوب بن النية، يمينة بليمان، **تطور قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد34، العدد3، قسنطينة، 2020.

5_ بن زكري بن علو مديحة، فكنوس سميرة، الضمانات الخاصة بحماية المستهلك في مجال العقود الموجهة إلكترونيا تطبيقا لأحكام القانون18/**05**، **مجلة الأكادمية للبحوث القانونية والسياسية**، جامعة مستغانم، مجلد4، العدد2.

6_ بن قوية مختار، **إلتزمات المورد الإلكتروني في ظل قانون 05/18**، مداخلة ضمن الملتقى الوطني الإفتراضي، بويرة، يوم27جوان2021.

7_ بوجادي صليحة، **التجارة الالكترونية دراسة مفاهيمية**، مجلة البيبان للدراسات القانونية والسياسية، المجلد3، العدد1، جوان 2018.

8_ بوحزمة كوثر، **الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من مخاطر التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري**، مجلة ضياء للدراسات القانونية، جامعة تيلرت، المجلد3، العدد2، 2021.

9_ بولقواس سارة، **الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني**، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة يحي فارس المدية، سيبتمر 2017.

10_ بوهنتالة أمال، **حماية المستهلك الالكترونية من الشروط التعسفية**، مجلة للامن والتنمية، جامعة باتنة، مجلد 10، عدد 03، جولية 2021.

11_ تباني أسعيد، بقة عبد الحفيظ، **ضوابط ممارسة التجارة الإلكترونية طبقا للقانون 18-05**، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد الرابع، سبتمبر2020.

12_ جامع مليكة، **حق العدول في العقد كألية مستحدثة لحماية المستهلك الإلكتروني**، مجلة الوحات للبحوث والدراسات، المجلد13، العدد1، 2020.

13_ جفالي حسين، الطاهر دلول، **الحماية الجنائية من الإشهار التجاري الإلكتروني غير مرغوب فية في التشريع الجزائري**، المجلة الأكادمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة تبسة.

14_ حمادوش أنيسة، **المسطرة الإجرائية لأشغال اليوم الدراسي الوطني حول الجانب الإلكتروني للقانون التجاري**، كلية الجقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 23 نوفمبر 2016.

15_ حمري نجود، حمري نوال، **واقع الجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05 (قانون التجارة الإلكترونية)**، مجلة البحوث القانونية والإقصادية، المجلد04، العدد01، 2021ن .

16_ حنان مسكين، بن احمد الحاج، **حماية المستهلك من جريمة الغش في المنتوجات في التشريع الجزائري**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة سعيدة، المجلد13، العدد2، 2020.

17_ خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، **مجلة اداء المؤسسات الجزائرية**، عدد12، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

18_ خوالف عبد الصمد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مجلة الأكادمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، جامعة تلمسان، العدد15، جانفي 2016.

19_ راضية عيمور، **الجريمة الإلكترونية وآليات مكافحتها في التشريع الجزائري**، المجلة الأكادمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة، الأغواط، المجلد 6، العدد1، 2022.

20_ ربحي تبوب فاطمة الزهراء، **حماية المستهلك من الإشهار التجاري المضلل**، جامعة بومرداس، مجلد 35، العدد1، 2020.

21_ ريم هند، **التجارة الالكترونية، مداخلة**، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العددالخاص، ديسمبر2021، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد مهري2.

22_ زوليخة بن طابة، حورية لشهب، **الحماية القانونية للمستهلك الرقمي من الشروط التعسفية**_مجلة المباحث للدراسات الاكادمية، جامعة بسكرة، المجلد 07، العدد01، سنة 2020.

23_ ستار جبار خليل البياتي، **الاهمية الاقتصادية للتجارة الالكترونية وامكانية تطبيقها في العراق.**

24_ سكينة زهرة، **الإلتزام بالمطابقة بين نصوص حماية المستهلك وقانون التجارة الإلكترونية 05/18**، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة معسكر، المجلد6، العدد2، 2021.

25_ سلسبيل بن اسماعيل، **الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري**، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد2، ديسمبر2017.

26_ سليمة لدغش، **حماية المستهلك غبر شبكة الأنترنت بين الواقع والضرورة**، مجلة الحقوق والحريات، جامعة الجلفة، العدد 4، أفريل 2017.

27_ سمان حسين، **التجارة الالكترونية في الجزائر بين الواقع والتحدياتفي ظل تداعيات جائحة كورونا (كوفيد).**

28_ سهام قارون، **إلتزمات المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية جامعة سوق أهراس، المجلد7، العدد2، 2020.

29_ سي يوسف زاهية حورية، **تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك**، جامعة مولود معمري.

30_ عباس فريد، رحالي سيف الدين، شروط **ممارة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05**، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياية، العدد الثامن، كلية الحقوق أمحند بوقرة، جامعة بومرداس جانفي 2020.

31_ عباس فريد، رحالي سيف الدين، **شروط ممارة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05**، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مخبر المؤسسات الدستورية والنظم السياية، العدد الثامن، كلية الحقوق أمحند بوقرة، جامعة بومرداس جانفي 2020.

32_ عبد الرحيم وهيبة، **تقييم التجارة الالكترونية ومدى انتشارها عبر العالم**، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونيةو الاقتصادية، العدد1، جانفي 2012، المركز الجامعي لتامنغست، معهد الحقوق، الجزائر.

33_ عبد اللة صفيح، فتحي بن جديد، **الإشهار الإلكتروني وحماية المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية**، مجلة الدراسات القانونية، ، جامعة الجزائر، مجلد 7، عدد2، جوان 2021.

34_ عبيب محمد، بوراس محمد، **حماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية بالجزائر على ضوء القانون 50/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، المجلة العربية للابحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة تسمسيلت، مجلد 13، العدد4، جويلية2021.

35_ عثماني سفيان عبد القادر، محي الدين عبد المجيد، **ثنائية الجزاء المقرر لجرائم الغش التجاري**، مجلة الحقوق والحريات، جامعة سيدي بلعباس، المجلد9، العدد2، 2021.

36_ العمري هاشمي و صالح بزة، **التجارة الالكترونية في الجزائر واقعها وتحدياتها الضريبية**، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد6، العدد2، 2010/12/31.

37_ الغوط عبد الكريم، **الغش التجاري وطرق مكافحته /المجلة الجزائرية**، مجلة للدراست الإنسانية، جامعة وهران، المجلد1، العدد2، ديسمبر2019.

38_ فارس فضيل وحمزة ضويفي، **الابعاد القانونية والضريبية للتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة**، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد3، ماي 20110.

39_ فاطمة الزهراء ربحي تبوب، **حق المستهلك في العدول عن العقد الإلكتروني**، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 03، ديسمبر2019، ص801.

40_ فاطمة الزهراء مصدق، **التصديق الإلكترونيكوسيلة لحماية التوقيع الإلكتروني**، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 5، العدد1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المسيلة، 2020.

41_ كمال بلارو، **الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التجارة الإلكترونية**، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري، العدد7، ديسمبر2019.

42_ لشهب حورية، **النظام القانوني للتجارة الإلكترونية**، –دراسة مقارنة–، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة بسكرة، عدد23، نوفمبر 2011.

43_ مجدوب نوال، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني وفكرة الأمن القانوني، مجلة العلوم القانونية

44_ مجدوب نوال، **حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية**.، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة تلمسان العدد15، جوان 2016.

45_ محسن خضير عباس ومصطفى راشد علي، **تحليل اثر التجارة الالكترونية على التنمية في بيئة البلدان العربية**، مجلة دنانير، العدد22.

46_ المختار بن قوية، **التجارة الالكترونية في الجزائر بين الضرورة والخاطرة**، مجلة المعارف، المجلد16، العدد2، ديسمبر 2021.

47_ مخلوف باهية، **خصوصيات التراضي الإلكتروني في ظل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد الأول، المجلد السادس، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.

48_ مسعودي يوسف، **مدى حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات في التشريع الجزائري(دراسة على ضوء أحكام قانون 15-04)**، مجلة الإجتهاد للدراسات القانونية والإقتصادية، عدد11، معهد الحقوق، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، جانفي2017.

49_ مسكين حنان محمد الحاج، **حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الجزائري**، مجلة البحوث القانونية والسياسية، جامعة سعيدة، العدد9، ديسمبر2017.

50_ معزوز دليلة، **إلتزامات المورد عند تنفيذ العقد ومسؤولياته في ظل قانون 05/18**، مداخلة ضمن الملتقى الدولي التأطير القانوني للمتطلبات ممارسة التجارة الإلكترونية في ظل قانون 05/18، جامعة أولحاج محمد كلية الحقوق والعلوم السياسية، يوم 27جوان 2021، 10:50 الجزائر.

51_ نسرين سماعيل، إلهام يحياوي، **تحديات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية بالجزائر وسبل مواجهتها**، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، المجلد 02، العدد04، 2019.

52_ نقاش حمزة، سايغي أسماء، **حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني**، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، العدد7، ديسمبر2019.

53_ هبة حمزة، بن قادة حمود آمين، الأليات القانونية لحماية المستهلك وفقا لقانون05/18المتعلقة بقانون التجارة الإلكترونية، **مجلة القانون الدولي والتنمية**، جامعة بن باديس، المجلد 8، العدد1، السنة 2020.

54_ والإجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 7، العدد الأول، مارس2022.

55_ يخلف نسيم، **إلتزامات المورد في عقود التجارة الإلكترونية ضمن أحكام قانون 05/18**، مداخلة ضمن الملتقى الوطني، جامعة شلف يوم 27جوان2021.

ج- الرسائل والمذكرات:

1/دكتوراه :

1_ جحايشية نورة، **العقد الإستهلاكي في التشريع الجزائري**، رسالة مقدمة لنيل أطروحة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8مايي 1945 قالمة.

2_ قردان لخضر، **النظام القانوني للتجارة الالكترونية**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد.

3_ لعجال لامية، **حماية المستهلك في معاملات التجارةالإلكتروني**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر، 2016.

4_ مصطفى منشور وسيمة، **النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن**، رسالة مقدمة لنيل أطروحة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون العلاقات الإقتصادية الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016.

5_ مليكة جامع، **حماية المستهلك الإلكتروني**، رسالة مقدمة لنيل أطروحة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سيدي بلعباس، 2017.

2/ماجيستير:

1_ بوزكري إنتصار، **الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع**، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الباز 02 سطيف كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2012.

2_ تركي وليد، **ضمان التعرض والإستحقاق في عقد البيع والإيجار طبقا لأحكام القانون المدني الجزائري**، مقدمة لنيل شهادة الماجستير قانون، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار عنابة، 2010.

3_ ذيب محمود عبد الله.، **حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني-دراسة مقارنة-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجستر، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية.

4_ ربحي محمد أحمد هزيم، **ضمان التعرض والإستحقاق في عقد البيع "دراسة مقارنة"**، الأطروحة مقدمة استكمالا لمتطلبات درجة الماجستير في القانون، كلية الدراسات العلية جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، 2007.

5_ سمية دميش، **التجارة الكترونية حققتها وواقعها في الجزائر** مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011/2010.

6_ صراع كريمة، **واقع وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران.

7_ العاني ايمان، **البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006.

8_ عبد اللة دغش العجمي، **مشكلات العملية والقانونية للجرائم الإلكترونية دراسة مقارنة**، هذه الرسالة قدمت استكمالا للحصول على درجة الماجستير في القانون العام، جامعة الشرط الأوسط، 2014.

3/ماستير:

1_ باي كمال، **النظام القاوني للتجارة الالكترونية**، مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة ماستراكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون اعمال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019/2018.

2_ بن مالك اسحاق وبوزايد عبد الفتاح، **التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال**، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020/2019.

د- المواقع الالكترونية :

أبو العلا علي ابو العلا النمر، **المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية**، www.Kotoarabia.com.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر وعرفان	
مقدمة	أ-د
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية	07
المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية:	07
المطلب الأول: مفهوم التجارة الالكترونية:	07
الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية:	07
أولا: تعريف التجارة الالكترونية فقهيا:	07
ثانيا: التعريف القانوني للتجارة الالكترونية:	08
الفرع الثاني: ظهور التجارة الالكترونية:	12
أولا: بداية ظهور التجارة الالكترونية:	12
ثانيا: إرتباط ظهور التجارة الالكترونية بتكنولوجيا المعلومات و الإتصالات:	13
ثالثا: مراحل تطور التجارة الالكترونية:	14
المطلب الثاني: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية وخصائصها:	14
الفرع الأول: مزايا التجارة الالكترونية:	14
أولا: المزايا الاقتصاديه للتجاره الالكترونية:	14
ثانيا: مزايا التجاره الالكترونيه بالنسبه للبائع:	15
ثالثا: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمستهلكين:	15
رابعا: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات:	15
الفرع الثاني: عيوب التجارة الالكترونية:	16
الفرع الثالث: خصائص التجارة الالكترونية:	17
أولا: الطابع الدولي والعالمي للتجاره الالكترونية:	17
ثانيا: تداخل التخصصات للتجارة الالكترونية:	17
ثالثا: غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الإلكترونية:	18

رابعا: التعامل دون كشف هوية المتعاملين:	18
خامسا: سرعة تغيير المفهوم وما يعطيه من أنشطة وما من قواعد:	18
المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية وغيرها من المعاملات التجارية:	19
المطلب الأول: التمييز بين التجارة الإلكترونيية والمصطلحات المشابهة:	19
الفرع الأول: التمييز بين التجارة الإلكرتونية والتجارة التقليدية:	19
الفرع الثاني: التمييز بين التجارة الإلكرتونية والأعمال الإلكترونية:	20
الفرع الثالث: التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة عبر الآنترنت:	22
المطلب الثاني: أشكال ومتطلبات التجارة الإلكترونية:	23
الفرع الأول: أشكال التجارة الالكترونية:	23
أولا: التجارة الالكترونية بين وحده أعمال ووحده أعمال	23
ثانيا: التجارة الكترونية بين المنظمة والمستهلك	24
ثالثا: التجارة الالكترونية بين المستهلكين	24
رابعا: التجارة الالكترونية بين وحده الأعمال والإدارات الحكومية	24
الفرع الثاني: متطلبات التجارة الإلكترنية:	25
أولا: المتطلبات الإلكترونية:	25
ثانيا: متطلبات قانونية وتنظيمية:	26
ثالثا: توفر الكوادر البشرية:	26
رابعا: تنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية:	27
خامسا: المتطلبات الضريبية:	27
سادسا: متطلبات تسويقية وترويجية:	27
خلاصة الفصل الأول:	28
الفصل الثاني: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية	
المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر:	31
المطلب الأول: النصوص القانونية الجزائرية ذات الصلة بالتجارة الالكترونية:	31
الفرع الأول: قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية:	31

أولا: مرحلة الاحتكار:	32
ثانيا: مرحلة فتح المنافسة:	32
الفرع الثاني: القانون المدني والقانون التجاري:	34
أولا: القانون المدني:	34
ثانيا: القانون التجاري:	35
المطلب الثاني: القانون رقم 18- 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية:	37
الفرع الأول: نظرة حول قانون التجارة الالكترونية رقم 18- 05:	38
أولا: اصدار رقم 18 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية	38
ثانيا: المعاملات المستبعدة من خضوعها للتعامل الالكتروني:	39
الفرع الثاني: ممارسات التجارة الالكترونية:	42
أولا: شروط ممارسه التجارة الالكترونية:	42
ثانيا: المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الإتصال الإلكتروني:	45
ثانيا: الحق في التبصير (الإعلام):	46
المبحث الثاني: حماية المستهلك في البيئة الرقمية:	47
المطلب الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني:	47
الفرع الأول: مفهوم المستهلك في الفقة والقضاء:	47
أولا: في الفقة	47
ثانيا: في التشريع الجزائري السابق:	48
الفرع الثاني: ضمانات المستهلك الإلكتروني قبل إبرام العقد:	49
أولا: حق المستهلك في الإعلام:	50
ثانيا: مفهوم الإعلان في الفقه:	50
الفرع الثاني: المورد الإلكتروني في التشريع الجزائري:	60
أولا: واجبات المورد الالكتروني المتعلقة بالتجارة الالكترونية	61
ثانيا: إلتزام المورد الإلكتروني بالتسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية:	61
المطلب الثاني: الحماية القانونية للمستهلك في البيئة الرقمية:	63

الفرع الأول: الحماية الجزائية للمستهلك الإلكتروني:	63
أولا: الركن المادي للجرائم الواقعة علي المستهلك الإلكتروني:	63
ثانيا: الركن المعنوي للجرائم الواقعة علي المستهلك الإلكتروني:	64
الفرع الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني	64
أولا: جريمة الخداع:	64
ثانيا: حماية المستهلك من الغش التجاري:	66
ثالثا: حماية المستهلك من جريمة الإحتيال:	69
خلاصة الفصل الثاني:	71
خـــاتمة	73
قائمة المصادر والمراجع	77
فهرس المحتويات	

الملخص:

نتيجة التطور الرهيب لتكنولوجيا الإتصال وكثرة إستعمال لشبكة الأنترنت على المستوى العالم ساهم في ظهور مصطلح جديد ما يسمى بالتجارة الإلكترونية، بحيث أضحت المعاملات التجارية تتم في بيئة رقمية بوسائل الإلكترونية حديثة وشبكة الأنترنت دون التلاقي بين طرفي العلاقة التعاقدية، فأصبح المستهلك الإلكتروني يبرم عدة عقود بدون رؤية المنتجات التي قام باقتنائها، مما جعله يتخوف من مخاطر التعاقد عن بعد مما دفع بالعديد من التشريعات على غرار المشرع الجزائري إلى المسارعة فرض حماية للمستهلك الإلكتروني لأن قضية حماية حقوقه، تعتبر من أحد المشاكل في التجارة الإلكترونية لكي لايقع ضحية خداع أو تحايل من طرف المورد الإلكتروني بحيث أن المشرع الجزائري اورد مجموعة من الأليات القانونية لحمايته في المعاملات التعاقدية التي يقوم بها .

summary:

As a result of the terrible development of communication technology and the frequent use of the Internet at the global level, this contributed to the emergence of a new term called electronic commerce, so that commercial transactions are carried out in a digital environment by modern electronic means and the Internet without convergence between the two parties to the contractual relationship.

The electronic consumer entered into several contracts without seeing the products he purchased, which made him fear the risks of remote contracting, which prompted many legislations such as the Algerian legislator to hasten to impose protection for the electronic consumer because the issue of protecting his rights is considered one of the problems in e-commerce in order not to fall A victim of deception or fraud by the electronic supplier, as the Algerian legislator included a set of legal mechanisms to protect him in his contractual transactions.