



واقع وتطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر استنادا إلى توجهات القانون 05-18 The reality and applications of electronic commerce in Algeria, based on the directions of Law 18-05

بلماحي فؤاد سيدي محمد صديق¹

جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، الجزائر

fouad.belmahi@univ-tlemcen.dz

المخبر المتوسطي للدراسات القانونية

تاريخ القبول للنشر: 2025-12-11

تاريخ الاستلام: 2025-11-08

ملخص

تعد التجارة الالكترونية من أهم المواضيع الراهنة حيث أصبحت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية للدول وتمكين المستهلك في أي مكان الطلب الفوري والسريع للسلع والخدمات، ونظرا لأهمية التجارة الالكترونية سارع المشرع الجزائري إلى تنظيمها بموجب القانون رقم 05-18 من خلال تضمين الأدوات القانونية والأحكام القضائية ببسط الحماية على المستهلك في مجال التجارة الالكترونية خاصة مع انتشار عدة مواقع لمزاولة هذه التجارة، وكذا تحديد شروط ممارسة التجارة الالكترونية سواء داخل التراب الوطني أو خارجه.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، المستهلك الالكتروني، قانون 05-18، المواقع التجارة الالكترونية.

Abstract

E-commerce is one of the most important topics in the news. It has become an essential means of increasing the competitiveness of countries and enabling consumers, wherever they are, to quickly and efficiently order goods and services. Given its importance, the Algerian legislature hastened to regulate it through Law No. 18-05, incorporating legal tools and judicial decisions aimed at extending consumer protection in this area, particularly with the proliferation of platforms for exercising this trade, and by defining the conditions for exercising e-commerce, whether within or outside the national territory.

Keywords: E-commerce, e-consumer, Law 18-05, e-commerce websites.

¹ بلماحي فؤاد سيدي محمد صديق



مقدمة:

ظهرت التجارة بنوعها الرقمي منذ عقود سابقة، مروراً بالعديد من المسارات التكنولوجية الحديثة وذلك بظهور استخدام جهاز الكمبيوتر في الشركات ذات الطابع التجاري والإقتصادي في سبعينيات القرن الماضي، وتطورت مجالات أنشطتها بشكل أشمل خلال العقد الأول والثاني من القرن الحالي، وعرفت تطوراً واسعاً خلال سنة 2020 بسبب الغلق الجزئي أو الشامل المفروض والذي كان مرده إنشاز مرض كوفيد 19.

وشأن جل التشريعات، قام المشرع الجزائري بتنظيم أحكام التجارة الالكترونية، عن طريق وضع قواعد القانونية وإجرائية لبسط الرقابة وحماية المستهلك في مجال التجارة الالكترونية وكان ذلك بسن قانون التجارة الالكترونية الجزائري وهو القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

ومن أجل دراسة هذا الموضوع أكثر نجد أنفسنا أمام مجموعة من التساؤلات من بينها:

ما مدى تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر؟

للإجابة على هذا التساؤل ارتأينا التطرق إلى كل من تعريف التجارة الالكترونية وتطبيقاتها في الجزائر.

1- ماهية التجارة الالكترونية

بدأ مفهوم التجارة الالكترونية كمفهوم يتبلور منذ بضع عقود في مجالات محددة، ثم عرف هذا النوع انتشارا خاصة في ظل جائحة كورونا ومع التزايد والإنتشار الواسع لهذا النوع من التجارة جعلنا نحاول الغوص في هذا الموضوع من خلال التطرق للتطور التاريخي للتجارة الإلكترونية وتعريفها.

1.1- التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية وتعريفها:

عرفت التجارة الالكترونية عدة تطورات وتعريفات هذا ما سنبينه من خلال ما يلي:

1.1.1- التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية

بزغت فكرة التجارة بالطريق الرقمي خلال تسعينيات القرن الماضي، خاصة مع تسارع التعامل عبر شبكات الإنترنت عالمياً، غير أن نشأت التجارة الإلكترونية تعود إلى ما قبل ذلك بكثير كما ذكر سابقاً، وفيما يلي التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية في العالم.

في سنة 1969م قام طالبان في تخصص الهندسة الكهربائية من كولومبوس في ولاية أوهايو خدمة كومبيو سيرف بالإنجليزية CompuServe، والتي كانت أول خدمة تجارية عبر الفضاء الرقمي في العالم آنذاك. ثم في سنة 1979م قام المبتكر الإنجليزي مايكل ألدريتش بصناعة حاسوب للمعالجة التجارية للتعاملات، وكذا تلفزيون خاص لنقل آمن للبيانات في العالم، وهو بذلك وضع لبنة التسوق الرقمي عبر الإنترنت، أما في سنة 1982م تم افتتاح أول متجر رقمي لتبادل المنتجات التجارية عبر الإنترنت وأطلق عليه مسمى (Boston Computer Exchange) كما أنه في سنة 1995م ظهرت الأسواق التجارية الرقمية المعروفة في الوقت الحالي وهي أمازون (Amazon) وإي باي (eBay)، والتي تم من خلالهما إجراء مليون معاملة تجارية بحلول عام 1997م.

والجدير بالذكر أنه بحلول عام 1998 برزت آلية التسديد الإلكتروني باي بال (PayPal)، الأمر الذي منح المتعاملين التجاريين الثقة للقيام بالمعاملات التجارية سواءاً كانت شخصية أو خاصة بطبيعة النشاط التجاري.

وفي سنة 2000م أطلقت الشركة العالمية قوقل خدمة Google AdWords، والتي تعتبر خدمة إعلانات في المواقع الإلكترونية المتخصصة في التجارة، وهذا الأمر مكن الشركات من عرض وإيصال منتوجاتهم للمهتمين بها، أما في عام 2009م برزت خدمات سكوير (Square) والتي منحت لتجار التجزئة بقبول مدفوعات الخصم والائتمان، وفي نفس السياق وخلال عام 2014م أعلنت الشركة العالمية أبل عن توفير خدمات التسديد للمستحقات من خلال الهواتف النقالة، مع إمكانية الحصول على محفظة رقمية، كل هذا سهل الطريق أمام التجارة الإلكترونية



للتطور عبر السنوات اللاحقة ("History of E-Commerce: Facts, Stats & Tips on What's Next", 2022).

2.1.1- تعريف التجارة الإلكترونية

تحتوي ماهية التجارة الإلكترونية (بالإنجليزية: e-commerce) على كل عمليات الشراء والبيع للمنتجات وكذا الخدمات التي توفرها الشركات المشتغلة في حقل التجارة أو الأفراد عبر الفضاء الرقمي، ونشير هنا أن ممارسة التجارة بصورتها الرقمية تتم من خلال الحواسيب وكذلك الألواح الرقمية والهواتف الذكية وبصورة عامة كل المعدات الذكية المعروفة والمستخدم.

ومنه، تعرف الممارسات التجارية الرقمية على أنها عمليات شراء وبيع المنتجات والخدمات عبر الفضاء الرقمي. فيمكن لعملاء التجارة الإلكترونية القيام بشراء منتجات بإستعمال أجهزة الحاسوب الخاصة بهم أو بواسطة أجهزة الاتصال المعروفة الأخرى، كالهواتف والساعات الذكية والمساعدات الرقمية، مثل أجهزة Echo منشركة Amazon.

كما تم تعريف التجارة الإلكترونية بأنها مكنة للتزويد بالمعلومات والخدمات الرقمية عبر شبكات الأنترنت أو من خلال خطوط الهاتف، بصورة آلية وفورية بين الشركات والمستهلكين.

ويمكن القول أن التجارة الإلكترونية هي العرض والطلب عبر الفضاء الرقمي ويشمل كذلك التفاوض حول العمليات المراد إجراؤها وكذا تحصيل ثمن المبيع أو الخدمة وذلك كله بواسطة شبكات الحاسوبية ومنها الانترنت(مرياتي، 2005، صفحة 12).

1.2- أنواع وأفضل شركات التجارة الإلكترونية

سنحاول أن نتطرق إلى بعض أنواع التجارة الإلكترونية وكذا الشركات التجارية الرائدة في هذا المجال.

1.1.2- أنواع التجارة الإلكترونية

تنوع التجارة الإلكترونية حسب طبيعتها ولعل من أهمها ما يأتي:

- بيع المنتجات بالتجزئة ويكون ذلك عند قيام شركة الإنتاج ببيع سلعها إلى المستهلك مباشرة دون وسيط، أو عن طريق بيع منتوجها للمستهلك بواسطة طرف ثالث عن طريق عملية شحنها للمستهلك.
- بيع المنتجات الرقمية وهي تتمثل في طرح عناصر قابلة للتحميل مثل؛ الكتب الرقمية والبرامج التعليمية، والدعامات والملفات الإلكترونية وغيرها من العناصر.
- البيع الإلكتروني للمنتجات بالجملة وهو البيع بكميات هائلة لتجار التجزئة الذين يقومون بالبيع للمستهلك.
- الخدمة الرقمية وتتمثل في خدمات إلكترونية كالتمرين ودورات تكوينية في التسويق وغيرها من الخدمات.

2.2.2- أبرز رواد التسويق الرقمي عالميا

- يوجد الكثير من رواد التسويق الإلكتروني وهي شركات توفر أنواع متعددة من المنتجات والخدمات للمستهلكين ولها باع وصيت عالمي ومشهود لها بالإحترافية والمصداقية ومنها:
- شركة علي بابا (Alibaba) الصينية، ظهرت سنة 1990م، وتعتبر من أفضل الشركات الرقمية نجاحًا على الصعيد الدولي.
 - شركة أمازون الأمريكية (Amazon) تعتبر من أكبر المحلات الإلكترونية التي تسوق المنتجات بالتجزئة في أمريكا.
 - شركة وول مارت الأمريكية (Walmart) بدورها تعد أحد الشركات الرقمية التي تسوق المنتجات بالتجزئة في أمريكا، وتشتغل بصورة مطلقة على تسويق منتجاتها إلكترونيا.
 - موقع إيباي (eBay) الرقمي يعتبر من بين مواقع التسوق الإلكترونية الرائد على مستوى العالم، حيث يسمح للشركات والأفراد ببيع ما يرغبون ببيعه من منتجات والخدمات عبر الإنترنت (Zande، 2022).

2- التجارة الالكترونية في الجزائر

قطعت الكثير من الدول أشواطاً واسعة في مجال التجارة الالكترونية، وإدراكاً منها لهذا الواقع بدأت الجزائر تخطو خطواتها الأولى بدءاً بتعميم تكنولوجيا المعلومات عبر جميع الأصعدة ثم رقمنة العديد من القطاعات بدايةً من قطاع التجارة، من خلال إصدار قانون التجارة الالكترونية رقم 05-18 (الالكترونية) الذي نظم المعاملات التجارية الرقمية سواءً كانت سلع أو خدمات، مع فرض أسس تقوم عليها تقنية التسويق أو التجارة الرقمية.

1.2- تعريف التجارة الالكترونية في القانون رقم 05-18 وشروط ممارستها

عرف المشرع الجزائري التجارة الالكترونية في القانون رقم 05-18 كما حدد مجموعة من الشروط من أجل مزاولة المورد الالكتروني هذه التجارة.

1.1.2- تعريف التجارة الالكترونية في القانون رقم 05-18

عرف المشرع الجزائري مصطلح التجارة الالكترونية في سياق القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية في المادة 6 بأنها: " التجارة الالكترونية النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الالكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية ".

والملاحظ أن المشرع الجزائري حصر النشاط التجاري الذي يعتمد على شبكات الاتصال الالكتروني على شخص قانوني هو المورد الالكتروني، وبذلك فإن التاجر التقليدي المعروف بالقانون التجاري مركزاً قانونياً مختلفاً لا يمارس التجارة الالكترونية، إلا أنه يستغل جزئياً وسائل اتصال الكترونية للترويج والتعاقد لتحقيق معاملاته التجارية التقليدية (وفاء، 2021، صفحة 1837).

2.1.2- شروط الممارسة الرقمية للتجارة

لم يترك المشرع الجزائري شروط ممارسة التجارة الالكترونية دون تنظيم فجاء ذكرها في الباب الثاني من قانون رقم 05-18 سالف الذكر، من خلال التمييز بين معاملات تجارية رقمية عابرة للحدود وأخرى محلية.

ومن هنا، كان التساؤل حول الشروط القانونية اللازمة لمورد المنتجات الإلكترونية لممارسة التجارة الإلكترونية موضوعاً مهماً، مما جعل المشرع الجزائري يضبط التسويق الرقمي بموجب القانون رقم 05-18 من أجل تنظيم السوق الافتراضية المحلية لمواكبة التطورات الاقتصادية الحديثة، والانفتاح على الأسواق الافتراضية العالمية، والاندماج في الاقتصاد الرقمي الدولي.

2.2- المعاملات التجارية الرقمية العابرة للحدود

ميّز المشرّع بين حالتين لتحديد هذه الشروط:

أ- الحالة الأولى: أن يكون مزود الخدمات الإلكترونية مقيماً في الجزائر والمستهلك في الخارج. والشروط هي كما يلي:

- تُعفى المبيعات الإلكترونية من مراقبة الصرف، شريطة ألا تتجاوز قيمة السلع أو الخدمات ما يعادلها بالدينار الجزائري، وفقاً للقوانين والأنظمة المعمول بها.

- يُلزم بتحويل عائدات المبيعات الإلكترونية إلى حساب المزود في بنك معتمد من بنك الجزائر أو في مكتب البريد الجزائري.

ب- الحالة الثانية: أن يكون مزود الخدمات الإلكترونية غير مقيم في الجزائر والمستهلك مقيماً في الجزائر. والشروط هي كما يلي:

- تُعفى المنتجات المباعة إلكترونياً والمخصصة للاستخدام الشخصي للمستهلك المقيم من مراقبة الصرف، شريطة ألا تتجاوز قيمتها ما يعادلها بالدينار الجزائري، وفقاً للقوانين والأنظمة المعمول بها.

- إلزامية تحويل ثمن المنتجات من الحساب البنكي للمستهلك الإلكتروني بالعملة الصعبة حسب نص المادة 7 من القانون رقم 05-18 سالف الذكر.

1.2.2- المعاملات التجارية الإلكترونية داخل الحدود الوطنية

حسب المادتين 8 و 9 من القانون رقم 05-18 سالف الذكر تتمثل شروط هذه المعاملات فيما يلي:

التسجيل الإلزامي في السجل التجاري أو سجل الصناعات والحرف التقليدية، حسب الاقتضاء، فيجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يرغب في ممارسة هذا النشاط باسمه الخاص ولحسابه الخاص أن يسجل، على مسؤوليته الخاصة، لدى الجهة الإدارية المختصة، وتحتفظ هذه الجهة بسجل خاص لهذا الغرض، وهي مسؤولة عن هذه السجلات لتثبيت الحقوق وحماية المصالح، وتتولى تدوين تصريحاتها تثبتا للحقوق وحماية المصالح (قاستل، 2018،، صفحة 61).

نشر موقع إلكتروني أو صفحة ويب باسم النطاق com.dz، ويجب أن يسمح الموقع المزود للخدمة الإلكترونية بالتحقق من صحته، ويجب تسجيل اسم النطاق لدى المركز الوطني للسجل التجاري الذي يتولى إنشاء قاعدة بيانات وطنية تُدرج فيها جميع مزودي الخدمات الإلكترونية العاملين داخل التراب الوطني، مع نشر هذه القاعدة على البوابة الإلكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري مكن أجل تمكين المستهلكين عبر الإنترنت من الإطلاع عليها، في إطار تحديث الإدارة أو ما يعرف بعصرنة الإدارة (رحيمة، 2016-2017، صفحة 70).

2.2.2- المعاملات التجارية الإلكترونية داخل الحدود الوطنية

أفضل الأسواق الإلكترونية المحلية في الجزائر:

أ- منصة جوميا jumia.com.dz

ساهمت جوميا في التجارة الإلكترونية في الجزائر، وسهّلت عملية البيع والشراء عبر الإنترنت، وانطلقت جوميا فعليا سنة 2009، بتقديم تجربة تسوق مثالية مع مجموعة واسعة من المنتجات من مختلف الفئات بأسعار تنافسية، تلتزم جوميا الجزائر بتوفير علامات تجارية عالمية ومحلية بأسعار مناسبة لجميع عملائها.

ب - منصة فوورشوب Foorshop.com

هو موقع للمبيعات الإلكترونية مقره الجزائر، يقدم تجربة تسوق فريدة وممتعة بأسعار مناسبة، وتتعاون هذه المنصة مع العديد من التجار والشركات العالمية لتوصيل منتجات فريدة مباشرة إلى منازلهم أو أماكن عملهم، مع خيار الدفع عند الاستلام، تتراوح المنتجات المعروضة بين الإكسسوارات المنزلية ومعدات

التخميم والعطلات، وصولاً إلى منتجات العناية بالبشرة، ويتابع المتجر حوالي مليون شخص عبر صفحته على فيسبوك.

ج- موقع واد كنيس ouedkniss.com

يقدم موقع Ouedkniss مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، بما في ذلك إعلانات الوظائف، ومنتجات الشركات والمؤسسات الاقتصادية، والمركبات، والعقارات، وغيرها، كما تُتيح المنصة للأفراد والشركات التواصل والمشاركة في أنشطة التجارة الإلكترونية في الجزائر بسهولة ويسر، كما يتميز الموقع بواجهة سهلة الاستخدام ووظيفة بحث فعّالة، تُمكن المستخدمين من العثور بسرعة على المنتجات التي يبحثون عنها.

أصبح موقع Ouedkniss منصة البيع والشراء الإلكترونية الأكثر شعبية في الجزائر، حيث يُتيح للمجتمع الجزائري طريقة سهلة وفعّالة لشراء وبيع السلع. ويشهد نمو الموقع المستمر، مع حركة زيارات يومية عالية تصل إلى 800,000 زائر، على أهميته في سوق التجارة الإلكترونية الجزائري.

د- موقع المدينة الجديدة

يوفر تجربة تسوق مثيرة للزوار حيث يوفر الكثير من الأزياء والملابس خاصة للنساء والأطفال.

هـ- موقع هايلا Haylla.com

يعد موقع Haylla هو الخيار الأفضل للعثور على منتجات جديدة وفريدة للنساء مثل منتجات العناية بالبشرة واللياقة البدنية والألبسة النسائية ولجميع أفراد العائلة بأسعار مناسبة.

و- موقع D15 للجملة والتجزئة

يجلب D15 خبرة التسوق، في شكل عقاراته الأسبوعية، والبيع المنعش على منصته، حيث يعتبر منصة للخدمات عبر الفضاء الرقمي للمتداولين من المؤسسات والشركات الصغيرة والمتوسطة، كما يضمن للمتعاملين فرصة التسوق بدون

صعاب، من خلال الحماية والمراقبة لجودة المنتج قصد إرضاء العملاء من خلال تسوق سلس وسهل التطبيق.

وتُصنّف منصة D15 المنتجات إلى فئات "أفضل شراء"، و"شراء جيد"، و"شراء بقيمة"، أو "امتياز العلامة التجارية المسجلة"، وكل هذا يُمكن العملاء من اختيار المنتج الأنسب عند تقديم طلباتهم.

ز- متجر مواد التجميل والعناية بالبشرة DR. RASHEL

يعتبر وجهة الكترونية فريدة تخصصت في تلبية احتياجات العناية بالبشرة بطرق استثنائية.

الخاتمة

وفي الختام، خلصت هذه الدراسة إلى أنه على الرغم من كل المؤشرات المشجعة وكثرة المواقع الالكترونية في الجزائر، مازالت التجارة الالكترونية هنا تعمل على تطوير مبادئها العلمية والتقنية والقانونية، حيث نخلص إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التالية:

- لا تزال الجزائر متأخرة جدا في مجال التجارة الالكترونية، وذلك بسبب غياب ثقة المستهلك الالكتروني في إجراءات المعاملات الالكترونية.
- انخفاض معدل ملكية بطاقات الائتمان واستعمالها كوسيلة دفع مع محدودية انتشار استخدام الانترنت بالشكل الكافي بين الأفراد.
- تشجيع النظام المصرفي على تأدية دورا أساسيا في تسهيل عملية التجارة الالكترونية.
- من الضروري إيجاد الإطار القانوني والتشريعي المناسب للتكيف الضريبي مع التجارة الإلكترونية، وإلا فإن الدولة سوف تتعرض لمخاطر فقدان الإيرادات الضريبية الإضافية.

قائمة المصادر والمراجع:

النصوص القانونية

- الجزائر. (2018). قانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق 10 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية. الجريدة الرسمية، (28)، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018.

المقالات

- بوزانة، أيمن؛ وحمدوش، وفاء. (2021). التجارة الإلكترونية في سياق القانون رقم 05-18 والمراسيم التنفيذية المتعلقة بالسجل التجاري الإلكتروني في الجزائر. مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، (01)06، 435-454.
- قاستل، نور الدين. (2018). السجل التجاري وسجل الصناعات التقليدية والحرف كآلية ضرورية لضبط الأنشطة التجارية والحرفية وتوجيهها. مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، 5. (12) مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.

رسائل دكتوراه

- بوترفاس، رحيمة. (2017). حماية العلامة التجارية في المجال الإلكتروني. (أطروحة دكتوراه). كلية الحقوق، جامعة أوبكر بلقايد، تلمسان.

التقارير

- مرياتي، محمد. (2005). الأعمال الإلكترونية والعالم العربي. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، الإسكوا. (ESCWA)

المراجع باللغة الأجنبية.

- History of E-Commerce: Facts, Stats & Tips on What's Next, healthcaremba.gwu., Retrieved 18/4/2022. Edited.
- Jenn Vande Zande, "What is e-commerce? Definition, benefits, examples", the-future-of-commerce, Retrieved 6/1/2022. Edited.