

النظام القانوني للمورد الإلكتروني في التشريع الجزائري

The legal system of electronic resources in Algerian legislation

سفيان ذبيح

كلية الحقوق والعلوم السياسية؛ جامعة المسيلة (الجزائر)

debih.soufiane@univ-msila.dz

ملخص:

ينطوي دور المورد الإلكتروني على أهمية بالغة في العملية التجارية الإلكترونية؛ نظرا لأن نجاحها مرهون بشكل كبير على وفائه بالتزاماته وتحمله لمسؤولياته، والتي تعد في مجملها ضمانات لحقوق المستهلك الإلكتروني، والهدف من دراستنا لهذا الموضوع هو الوقوف على تنظيم المشرع الجزائري لدوره، وكيفية معالجته وضبطه لمختلف المسائل المتعلقة بممارسته للتجارة الإلكترونية. وقد خرجنا من خلال دراستنا لهذا الموضوع بمجموعة من النتائج أهمها أن تركيز المشرع على تنظيم نشاط المورد الإلكتروني طغى على تنظيمه لعملية الاستهلاك نظرا لتوقف نجاح العملية التجارية عليها. كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية-المورد الإلكتروني-متطلبات التجارة الإلكترونية.

Abstract:

The e-supplier is the strongest link in e-commerce, as the success of the commercial process largely depends on its fulfillment of its duties and its adherence to its obligations and responsibilities. These guarantees protect the rights of the e-consumer.

The objective of this study was to examine the Algerian legislature's regulation of its role. After our study, we reached a set of conclusions, the most important of which is that the Algerian legislature's focus on regulating the activity of the e-supplier in Law No. 18-05 overshadowed its regulation of other matters.

Key words: E-commerce; E-supplier; E-commerce requirements.

. مقدمة:

أتاح الاستعمال المكثف للوسائط الإلكترونية الحديثة في مجال التجارة للمشتغلين بها عرض منتجاتهم وخدماتهم على المستهلكين بشكل سهل ومباشر ومكثف، ما نتج عنه مخاطر على المستهلكين نظرا لانتشار الاحتيال من قبل المشتغلين بها من جهة، وصعوبة تكيف وتكييف بعض العمليات مع خصوصياتها مثل فحص الأطعمة القابلة للتلف، وكذا المشاكل الأمنية التي تهدد المتعاملين بها من جهة أخرى، ما استدعى تنظيم هذا النوع من التجارة في قوانين مستقلة لضبط جميع المسائل التي تطرحها خاصة فيما تعلق بحماية المستهلك الإلكتروني كونه الحلقة الأضعف في العملية؛ والذي تقابله مجموعة من الواجبات والالتزامات والمسؤوليات الملقة على عاتق المورد الإلكتروني الذي يعد الطرف الأقوى في حلقة التجارة الإلكترونية، وهو ما يظهر جليا في تنظيم المشرع الجزائري لهذا الصنف من التجارة في القانون رقم: 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439هـ، الموافق لـ 10 مايو سنة 2018م¹.

حيث يلاحظ الدارس لهذا القانون تركيز المشرع على تنظيم عمل المورد الإلكتروني بشكل كبير؛ ويتجلى ذلك من خلال تعريفه بداية وضبط ممارسته للنشاط التجاري الإلكتروني، وتبيان شروط ومتطلبات ذلك، وكذا تحديد واجباته ومسؤولياته والتزاماته والتي تعد جميعها بمثابة ضمانات لحماية حقوق المستهلك الإلكتروني.

وتمشيا مع أهمية دور المورد الإلكتروني والعناية التي أولاها المشرع الجزائري له سلطنا الضوء على نظامه القانوني وفق ما تضمنه القانون رقم: 05-18 سالف الذكر، وذلك من خلال محاولتنا الإجابة على الإشكالية التالية:

الإشكالية: كيف نظم المشرع الجزائري نشاط المورد الإلكتروني؟ وما هي مظاهر أهمية دوره في الحلقة التجارية الإلكترونية؟

وتندرج تحت هاته الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

س1- ما هي شروط ومتطلبات ممارسة المورد للتجارة الإلكترونية؟

س2- ما هي واجبات ومسؤوليات المورد الإلكتروني؟

س3- ماهي التزامات المورد الإلكتروني؟

وللإجابة على هذه الإشكالية والأسئلة الفرعية المندرجة تحتها اعتمدنا في معالجتنا للموضوع على كل من المنهجين الوصفي والتحليلي كونهما الأنسب لمثل هذه الدراسات، كما قسمناها إلى مبحثين؛ تناولنا في الأول الإطار المفاهيمي للمورد الإلكتروني وشروط ومتطلبات ممارسته للتجارة الإلكترونية وفق القانون رقم: 05-18، وفي الثاني تطرقنا للالتزامات المورد الإلكتروني وواجباته ومسؤولياته وفق القانون رقم: 05-18.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمورد الإلكتروني وشروط ومتطلبات ممارسته للتجارة الإلكترونية وفق القانون رقم: 05-18

سنستطرق في هذا المبحث لدراسة مفهوم المورد الإلكتروني وذلك بتعريفه وتبسيط الضوء على موقعه من الحلقة التجارية الإلكترونية، وتبيان الشروط والمتطلبات التي استوجبتها القانون رقم: 05-18 لممارسة التجارة الإلكترونية من قبل المورد الإلكتروني.

المطلب الأول: مفهوم المورد الإلكتروني

للقوف على ماهية المورد الإلكتروني ودراسة مفهومه يتوجب علينا بداية التطرق لدراسة الإطار الذي يندرج تحته ألا وهو التجارة الإلكترونية وذلك لا يتأتى إلا بتعريفها وتبيان خصائصها، كمرحلة أولى، ثم تبسيط الضوء بعد ذلك على الحلقة التجارية الإلكترونية وذلك بدراسة ماهية جميع مكوناتها.

¹ - القانون رقم 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ، الموافق لـ 10 مايو سنة 2018م، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 20 شعبان 1430 هـ، الموافق لـ 16 مايو سنة 2018م.

الفرع الأول: تعريف التجارة وبيان خصائصها

كانت بداية الحديث عن التجارة الالكترونية في ظل المنظمة العالمية للتجارة وتحديدًا في اجتماعها العام شهر فيفري سنة 1998م، وذلك بناء على اقتراح قدم من الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث تم الاتفاق على ضرورة الاتجاه نحو ابتكار برامج وبروتوكولات جديدة واعتماد إجراءات أمنية وقوانين لأجل بناء صرح جديد يعرف بالتجارة الالكترونية¹، وستتطرق في هذا الفرع إلى استعراض تعريفها وكذا بيان خصائصها.

أولاً-تعريف التجارة الالكترونية: ستتطرق بداية لدراسة التعريف الفقهي للتجارة الالكترونية ثم سنستعرض تعريفها لدى المنظمات الدولية، انتهاء بعرض تعريفها في القانون الجزائري وتحديدًا في القانون رقم: 18-05.

1-التعريف الفقهي للتجارة الالكترونية: يعد مصطلح "التجارة الالكترونية" من المصطلحات الحديثة نسبيًا، وهو مؤلف من مقطعين (تجارة، الكترونية) وحتى تتمكن من إعطائها تعريفًا دقيقًا له وجب علينا توضيح المقصود من كلٍّ منهما:

أ -التجارة: يدل ويعبر مصطلح التجارة في مفهومه ومضمونه العام على نشاطٍ اقتصادي تحكمه عدّة قواعد وأنظمة، يتم عن طريق تداول السلع والخدمات والمعلومات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد².

ب -الالكترونية: يتضمن هذا المصطلح وصفًا لمجال أداء التجارة؛ ويقصد به أداء النشاط التجاري باستعمال: والوسائل والوسائط والأساليب الالكترونية والتي تدخل الانترنت كواحدة من أهم هذه الوسائط.

وعليه وبالجمع بين المصطلحين يمكن تعريفها على أنّها نشاط تجاريّ يتم بواسطة إجراءات تكنولوجية متقدمة؛ متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع السلع والبضائع والخدمات والمعلومات عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى وعلى رأسها شبكة الانترنت التي تعدّت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز الكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي³.

ولمفهوم التجارة الالكترونية كتطبيق تجاري جديد تعاريف عدّة تختلف باختلاف الزاوية التي تتناولها بالتعريف، وكذا اختلاف الأطراف المتعاقدة فيما بينها؛ فمنها ما يقوم بين وحدات الأعمال فيما بينها، ومنها ما يقوم بين وحدات الأعمال والمستهلك، في حين هناك نوع آخر يقوم بين وحدات الأعمال والإدارة المحلية والتي تغطي جميع التعاملات بين الشركات وهيئات الإدارة المحلية الحكومية، كالضرائب مثلاً؛ وذلك دون اللجوء إلى المكاتب الحكومية⁴.

وخلاصة القول أنّ التجارة الالكترونية عبارة عن عملية تجارية تتم بواسطة أدوات ووسائل ووسائط الاتصال الحديثة، وبالتالي فهي تتميز عن التجارة العادية بالوسيلة التي تتم عن طريقها؛ والتي تتطلب بدورها وسائل وإجراءات خاصة تتناسب معها.

¹ - نعيمة يحياوي ومريم يوسف، التجارة الالكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، العدد السادس، جامعة باتنة، الجزائر، جوان 2017م، ص4.

² - ينظر: المرجع نفسه، والصفحة نفسها.

³ - ينظر: نور الدين جليل وآخرون، التجارة الالكترونية، ط1، مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر، جامعة خميس مليانة (الجزائر) 2013م، ص90.

⁴ - ينظر: خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الالكتروني (دراسة مقارنة)، ط1، دار الفكر الجامعي 30 شارع سوتير الإسكندرية، 2006م، ص69.

2- تعريف التجارة الإلكترونية لدى الهيئات الدولية: من بين أهم التعريفات التي أطلقتها الهيئات الدولية لمصطلح "التجارة الإلكترونية" نذكر التعريف الصادر عن المنظمة العالمية للتجارة (OMC)؛ والذي نص على أنّ التجارة الإلكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات بيع وتوزيع وترويج المنتجات من خلال شبكات الاتصال، ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة إلكترونياً: "الكتب والقطع الموسيقية"¹.

3- تعريف التجارة الإلكترونية في القانون الجزائري: بالرجوع لنص المادة السادسة من قانون التجارة الإلكترونية رقم: 18-05 نجد أنّها قد عرّفت التجارة الإلكترونية على أنّها النشاط الذي يقوم بموجبه المورد الإلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية، ويلاحظ على هذا التعريف أنّه قد تضمن أركان العقد الإلكتروني؛ وذلك بنصه على كلّ من طرفي العقد (المورد والمستهلك الإلكترونيين) وكذا محل العقد والمتمثل في السلعة أو الخدمات؛ سواء باقتراح أو ضمان توفيرها، وكذا طريقة تنفيذه وإبرامه؛ والتي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

ثانياً- خصائص التجارة الإلكترونية: تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص تميّزها عن التجارة التقليدية، وذلك نظراً للوسائل الحديثة التي تستعملها، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

1 - اختفاء الوثائق الورقية: حيث أنّ كافة الإجراءات والمراسلات بين أطراف المعاملة تتم إلكترونياً دون استخدام أية أوراق؛ وهو ما يتفق مع الغرض منها، والذي يتمثل في إنشاء مجتمع لا وقي، وبالتالي حلول الدعائم الإلكترونية محل المستندات والأوراق، وبالتالي فالمستند الإلكتروني هو الوحيد المتاح في حالة وجود نزاع بين الطرفين².

2 - غياب العلاقة المباشرة بين أطراف العقد: فالعقد يرم بين الطرفين مباشرة عبر شبكة الاتصالات التي يمكنها الربط بين أطرافه مهما بعدت المسافات بينهم؛ فيتم التعاقد والاتفاق على الثمن وكيفية التسليم ووقته وكذا طبيعة الخدمة، وكافة الشروط الأخرى دون وجود علاقة مباشرة بين طرفي العقد³، حيث يحل مجلس العقد الإلكتروني بدلا عن مجلس العقد العادي.

3 - السرعة في إنجاز الأعمال: تعد هذه الخاصية من أهم خصائص التجارة الإلكترونية؛ وإحدى أهم العوامل التي أسهمت في انتشارها؛ وذلك بتوفير الجهد والوقت؛ فلو ذكرنا مثلاً أنّ طرفي التعاقد من جنسيتين مختلفتين فيمكن لكلّ منهما التفاوض وهو في مكتبه دون أن يتحمل عناء ومشقة السفر إلى دولة الطرف الآخر⁴.

4 - استعمال النقود الإلكترونية: تعد من أبرز السمات التي تميّز التجارة الإلكترونية وهي على نوعين؛ نقود الكترونية مجسدة في مخزون الكتروني ونقود الكترونية ائتمانية؛ أمّا نقود المخزون الإلكتروني فيتم من خلالها تخصيص مبالغ في حافظة نقود الكترونية، حيث يتم التخزين على بطاقة لها ذاكرة تصبح غير قابلة للاستعمال بعد انتهاء المبالغ المحملة عليها، وهناك حافظة للنقود الافتراضية حيث لا يكون المبلغ المخصص بها ثابتاً على ذاكرة كمبيوتر أو الجهة التي تقدم خدمة للدفع الإلكتروني⁵.

وأما النقود الائتمانية الإلكترونية والتي يطلق عليها كذلك تسمية النقود الرقمية فهي تمثل المفهوم الحقيقي للعملة الإلكترونية لسببين؛ الأول أنّها تسمح بالوفاء مباشرة بالمقابل النقدي للعقد الإلكتروني عن طريق الانترنت دون الحاجة إلى الاتصال بالمتعاقد أو تدخل وسيط، حيث تنقل الأموال مباشرة بين طرفي العقد دون تدخل البنك أو الجهة التي تعمل على إدارة الدفع الإلكتروني، والثاني فكونها تتمثل في

¹ - سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010م، ص36.

² - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص43.

³ - منير الجنيهي ومحمد الجنيهي، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، د ط، دار الفكر الجامعي 30 شارع سوتير، الإسكندرية، دس، ص152.

⁴ - المرجع نفسه، ص156.

⁵ - محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي 30 شارع سوتير الإسكندرية، 2016م، ص415.

سلسلة من الأرقام التي تعبر عن قيم معينة تصدرها البنوك التقليدية أو الافتراضية لعملائها ويتم الحصول عليها في صورة نبضات كهرومغناطيسية على كارت ذكي أو على (الهارد لايف)¹.

الفرع الثاني: تعريف المورد الإلكتروني

بالرجوع لنص المادة السادسة من قانون التجارة الإلكترونية رقم: 05-18 نجد أنّها قد عرّفت المورد الإلكتروني على أنّه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير سلع أو خدمات بواسطة وسائل الاتصال الإلكترونية²، فالمورد الإلكتروني بذلك هو: "مقدم الخدمة في البيئة الرقمية"؛ ويمكن أن يكون المنتج نفسه أو التاجر، كما يمكن أن يكون شخصا طبيعيا أو اعتباريا له موقع إلكتروني معتمد من طرف الجهات الرسمية المعنية ويعرض خدماته على الشبكة العنكبوتية.

الفرع الثالث: الحلقة التجارية الإلكترونية

لإبرام العقد الإلكتروني يجب توافر أربعة مكونات ألا وهي: أطراف العقد وعقد الاستهلاك وكذا وسيلة الدفع والشمار. **أولا- أطراف العقد التجاري الإلكتروني:** إلى جانب المورد الإلكتروني-والذي سبق لنا تعريفه-هناك طرف آخر في العقد وهو المستهلك الإلكتروني، والدارس ماهيته يقف على تعريفين له؛ الأول ضيق والثاني واسع؛ أمّا الأول (المعنى الضيق) فيقصد به كلّ شخص طبيعي أو معنوي يحصل على سلعة أو خدمة لاستعماله غير المهني³، أمّا الثاني (المعنى الواسع) فيقصد به كلّ شخص يرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال، أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو المهنية⁴.

أمّا من الناحية القانونية فبعد أن وضح المشرع الجزائري المقصود بالتجارة الإلكترونية والتي سائر فيها ما هو متعارف عليه في مختلف التشريعات المقارنة؛ أورد في الفقرة الثالثة من المادة السادسة من قانون التجارة الإلكترونية رقم: 05-18 تعريفا للمستهلك الإلكتروني؛ وجاء فيها أنّ المستهلك الإلكتروني هو كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بغير عوض سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

وعليه ومن خلال ما سبق فإنّ المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية عموما هو كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقوم بإبرام العقود التجارية بمختلف أنواعها الكترونيا من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء.

ثانيا-العقد الإلكتروني: ورد تعريف العقد الإلكتروني في المادة السادسة من قانون التجارة الإلكترونية رقم: 05-18 وجاء فيها أنّ العقد بمفهوم القانون رقم: 04-02⁵ المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هو الذي يتم إبرامه عن بعد حصريا عن طريق تقنية الاتصال الإلكتروني دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه، وقد تضمنت المادة 13 من هذا القانون شروط العقد من وجوب تضمنه للخصائص التفصيلية للسلع و/أو الخدمات، ومدة العقد، وشروط وكيفية الدفع، وكذا شروط وكيفية التسليم، والضمان وخدمات ما بعد البيع، وشروط الفسخ...الخ.

¹ - المرجع نفسه، والصفحة نفسها.

² - انظر: الفقرة الرابعة من المادة الخامسة من القانون رقم: 05-18.

³ - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية 24 شارع زكريا غنيم، الإسكندرية 2007م، ص 21، 22.

⁴ - المرجع نفسه، ص 21، 22.

⁵ - القانون رقم: 04-02 المؤرخ في 5 جمادي الأولى عام 1425هـ، الموافق ل 23 يونيو 2004م، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، لسنة 2004م، ص 4.

كما عرّفه التوجيه الأوروبي الصادر في: 20 مايو 1997م، والمتعلق بحماية المستهلك الذي يرم عقود عن بعد في مادته الثانية على أنه: "كل عقد متعلق بالسلع والخدمات يتم بين مورد ومستهلك من خلال الإطار التنظيمي الخاص بالبيع عن بعد، أو تقديم الخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكتروني حتى إتمام التعاقد"¹.

ثالثا- الإشهار الإلكتروني: الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية².

رابعا- وسيلة الدفع الإلكترونية: وهي كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة الكترونية³.

المطلب الثاني: شروط ومتطلبات ممارسة المورد للتجارة الإلكترونية وفق القانون رقم: 05-18

وضع المشرع الجزائري في القانون رقم: 05-18 مجموعة من الشروط والمتطلبات التي تستوجبها وتتطلبها المعاملات التجارية الإلكترونية؛ وذلك بهدف تنظيم وحماية هذا النوع من التجارة التي يكون فيها المستهلك عرضة للغش والاحتيال بنسبة أكبر بكثير مما هو عليه الحال في التجارة العادية، ودليل ذلك أنّ العديد من الأشخاص وقعوا ضحية الشركات الإلكترونية الوهمية ومثال ذلك الاحتيال الذي قامت به شركة "كيونت" (وهي شركة متخصصة في التداول الإلكتروني)؛ وفيما يلي عرض لكل من هذه الشروط والمتطلبات التي نص عليها قانون التجارة الإلكترونية.

الفرع الأول: شروط ممارسة المورد للتجارة الإلكترونية وفق القانون رقم: 05-18

بالرجوع لنص المادة 8 من القانون رقم: 05-18 نجد أنّها قد تضمنت مجموعة من الشروط الواجب توافرها في المورد؛ وهذه الشروط هي:

أولا- التسجيل في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية،

ثانيا- إنشاء موقع إلكتروني أو صفحة الكترونية مضاف إليها الاختصار التالي: (com.dz)،

ثالثا- أن يتوفر الموقع الإلكتروني التجاري المنشأ على ما يؤكد جديّة الموقع وصحته،

رابعا- ايداع اسم النطاق لدى المركز الوطني للسجل التجاري⁴.

الفرع الثاني: متطلبات ممارسة المورد للتجارة الإلكترونية وفق القانون رقم: 05-18

وضع المشرع الجزائري في القانون رقم: 05-18 مجموعة من المتطلبات التي يجب أن تتوافر في المورد الإلكتروني، وفيما يلي بيانها:

أولا- وجوب تسبيق الأعمال التجارية بعروض تجارية الكترونية: يجب أن تكون جميع المعاملات التجارية الإلكترونية مسبقة بعرض تجاري الكتروني⁵؛ وذلك لأنّ الإعلان أو العرض الإلكتروني يهدف إلى الترويج بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية⁶.

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، مرجع سابق، ص 269.

² - انظر: المادة رقم 6 من القانون رقم 05-18.

³ - انظر: المادة رقم 6 من القانون رقم 05-18.

⁴ - انظر: المادة رقم 8 من القانون رقم: 05-18.

⁵ - انظر: المادة رقم 10 من القانون رقم: 05-18.

⁶ - انظر: المادة رقم 6 من القانون رقم: 05-18.

هذا وقد تضمنت المادة 11 من القانون ذاته النص على مجموعة من المعلومات التي يجب أن يتضمنها هذا العرض؛ إضافة إلى وجوب كونه معروضا بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، نصت هذه المادة على أنه يجب أن يتضمن على الأقل وليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية:

- 1- رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والالكترونية، وكذا رقم هاتف المورد الالكتروني،
 - 2- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي،
 - 3- طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم،
 - 4- حالة توفير السلعة أو الخدمة، وكفيات ومصاريف وآجال التسليم،
 - 5- الشروط العامة للبيع؛ لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي،
 - 6- شروط الضمان التجاري وخدمات ما بعد البيع،
 - 7- طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا، وكذا كفيات وإجراءات الدفع، وشروط فسخ العقد عند الاقتضاء،
 - 8- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الالكترونية،
 - 9- مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء،
 - 10- طريقة تأكيد الطلبية الالكترونية، وموعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة، وكفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء، وطريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه،
 - 11- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الالكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها.
- ثانيا- توثيق المعاملات بعقود الكترونية:** نصت المادة 10 من قانون التجارة الالكترونية رقم: 05-18 على وجوب توثيق المعاملات التجارية بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الالكتروني؛ وقد سبق لنا ايراد تعريف العقد الالكتروني وفق ما نصت عليه المادة 6 من هذا القانون¹، والذي هو عبارة عن اتفاق يتلاقى ويتطابق فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة مرئية تتيح إمكانية التفاعل بين الموجب والقابل².
- ثالثا- وجوب مرور الطلبية الالكترونية عبر مراحل ثلاث إلزامية:** نصت المادة 12 من القانون رقم: 05-18 على وجوب مرور الطلبية الالكترونية عبر ثلاث مراحل هي:

- 1 - **مرحلة وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الالكتروني:** بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة.
- 2 - **مرحلة التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الالكتروني:** لا سيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة والسعر الإجمالي والوحدوي والكميات المطلوبة بغرض تأكيد الطلبية والغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.
- 3 **مرحلة تأكيد الطلبية:** وهنا يتم تكوين العقد النهائي، مع ضرورة وجوب كون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الالكتروني معبرا عنه بصراحة بحيث لا تتضمن الخانات المعدّة للملأ من قبل المستهلك الالكتروني أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره.

¹ - انظر: المادة 6 من القانون رقم: 05-18.

² - انظر: ليندة بومحراث، فاعلية القانون رقم: 03-09 في حماية المستهلك الجزائري في الألفية الثالثة، مجلة **الشريعة والاقتصاد**، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، مج 3، العدد 6، 2014م، ص 7.

المبحث الثاني: التزامات المورد الإلكتروني وواجباته ومسؤولياته وفق القانون رقم: 05-18

كالمورد العادي للمورد الإلكتروني حقوق أولها: حقه في قبض وتسلم النقود، وكذا عدم الرجوع عليه بعد انتهاء الآجال، إلى جانب تسلم محل العقد على حالته دون اتلاف في حال رجوع المستهلك في العقد، إلا أن التزاماته وواجباته ومسؤولياته تظهر وتطغى أكثر على حقوقه كونها تقابل حقوق المستهلك الإلكتروني الذي يعد الحلقة الأضعف في معادلة التعاقد الإلكتروني، وهو ما جعل المشرع يفصل فيها بشيء من الإسهاب، وتبعاً لذلك سنسلط الضوء في هذا المبحث على تنظيم المشرع الجزائري لهذه الواجبات والالتزامات والمسؤوليات وتحديدًا في القانون رقم 05-18.

المطلب الأول: التزامات المورد الإلكتروني

تختلف التزامات المورد الإلكتروني وتتعدد تبعاً للمرحلة التي يمر بها العقد الإلكتروني؛ حيث توجد التزامات سابقة لإبرام العقد وأخرى متزامنة معه، وثالثة تالية له، وسنسلط الضوء في هذا المطلب على كل مرحلة وفق ما تضمنه القانون رقم: 05-18.

الفرع الأول: مرحلة ما قبل إبرام العقد (التزامه بإعلام المستهلك)

يتوجب على المورد الإلكتروني تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية حول السلعة أو طبيعة الخدمة التي يقدمها بأمانة، وذلك حتى يمكنه من اتخاذ قراره بشأن التعاقد عليها بإرادة واعية ومستنيرة، وقد تضمنت المادة 11 من القانون رقم: 05-18 النص على مجموعة من المعلومات التي يجب أن يتضمنها العرض التجاري الإلكتروني؛ إضافة إلى وجوب عرضه بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، على أنه يجب أن يتضمن على الأقل وليس على سبيل الحصر مجموعة من المعلومات -سبق لنا الإشارة إليها- أولها: رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية ورقم هاتف المورد الإلكتروني، وكذا رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، إضافة طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، وحالة توفير السلعة أو الخدمة، وكفيات ومصاريف وآجال التسليم، والشروط العامة للبيع؛ لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي... الخ.

كما يجب على المورد الإلكتروني التقيد بمجموعة من الضوابط عند إشهاره لعرضه التجاري؛ حيث نصت المادة 30 من القانون رقم: 05-18 على أن كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية يجب أن تلي المقتضيات التالية:

أولاً- أن تكون هذه الرسالة محددة بوضوح كرسالة تجارية أو إشهارية،

ثانياً- أن تسمح الرسالة بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه (المورد الإلكتروني)،

ثالثاً- ألا تمس الرسالة بالآداب العامة والنظام العام،

رابعاً- أن تحدد الرسالة بوضوح وبشكل دقيق ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضاً أو مكافآت أو هدايا، في حال ما إذا كان هذا العرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً،

خامساً: أن تسمح الرسالة بالتأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة ولا غامضة.

الفرع الثاني: مرحلة إبرام العقد

تضمن القانون رقم: 05-18 مجموعة من الالتزامات التي يتوجب على المورد الإلكتروني التقيد بها أثناء مرحلة إبرام العقد، وفيما يلي بيانها:

أولاً-إرسال نسخة من العقد للمستهلك الإلكتروني: بمجرد إبرام العقد الإلكتروني يلتزم المورد بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني¹.

ثانياً-إعداد الفاتورة: بعد كل عملية بيع لمنتج أو تأدية لخدمة ما عن طريق تقنية الاتصالات الإلكترونية يتوجب على المورد إعداد فاتورة إلكترونية وفق نموذج معين ومحدد يتم تسليمها للمستهلك الإلكتروني، مع ملاحظة أنّ الفقرة الثالثة من هذه المادة نصت على أنّه يمكن للمستهلك أن يطلبها في شكلها الورقي² ويلتزم المورد بإرسالها له في هذه الحالة.

والفاتورة بشكل عام هي عبارة عن محرر مكتوب تسلم عند إبرام عقد البيع، أو عند الاستفادة من خدمة ما؛ تبرم في نسخة ورقية أو إلكترونية، وقد سبق لنا تبيان ماهية الأولى (الورقية)، أمّا بالنسبة للثانية (الإلكترونية) فتعرف بأنّها: "نظام منخفض التكاليف لمعالجة المعاملات التي تستفيد من تكنولوجيا المعلومات لتحويل عملية إعداد الفواتير اليدوية والورقية إلى صيغة إلكترونية أكثر فاعلية في مجال معالجة رسائل البيانات والمحافظة على السجلات"³.

مع الإشارة إلى أنّ الفاتورة يجب أن تتضمن مجموعة من الشروط الإجرائية والموضوعية؛ أمّا الأولى فتتمثل في التصريح المسبق أمام إدارة الضرائب باستعمال المعلومات في إنشاء وإرسال الفواتير وحفظها إلكترونياً، مع التقيد بكتابة البيانات الضرورية فيها والمنصوص عليها قانوناً، وإعلام المتلقي بأنّها ستصدر بالطريق الإلكتروني⁴، وأمّا الثانية فتتعلق أساساً بأطراف المعاملة؛ أين يجب تحديد شخصية البائع (المورد الإلكتروني) بدقة وذلك بذكر معلوماته الشخصية والمهنية: اسمه وعنوانه ومعلومات الوصول إليه، وطبيعته (شخص طبيعي أو معنوي) وطبيعة نشاطه، ورقم سجله التجاري...الخ⁵.

ثالثاً-تسليم محل العقد: يعتبر التسليم التزاماً أساسياً يقع على عاتق المورد الإلكتروني بعد التعاقد ويأخذ أحد صورتين: الأولى أن يكون وفقاً للقواعد العامة، والثانية أن يتم إلكترونياً يتناسب مع طبيعة محل العقد، وفيما يلي بيان لكلّ منهما:

1 -التسليم التقليدي لمحل العقد: يلتزم المورد الإلكتروني بالقيام بكل ما هو ضروري لنقل محل العقد إلى المستهلك، على أن يتم ذلك في الوقت والمكان المناسبين، وفق ما تم الاتفاق عليه أو طبقاً للقواعد العامة -حسب طبيعة المحل طبعاً- والتسليم بهذه الطريقة يكون خارج شبكة الإنترنت حتى وإن تم التعاقد عن طريقها؛ ويكون التسليم فعلياً أو حكماً، والأنترنت في هذه الحالة مجرد وسيلة لإبرام العقد⁶.

2 -التسليم الإلكتروني لمحل العقد: يتم تسليم المحل بالطريق الإلكتروني عبر تنزيل المنتج على جهاز الكمبيوتر الخاص بالمستهلك، كما يتم تسليم المنتجات من خلال تحويلها إلى معلومات رقمية بواسطة الكمبيوتر الذي يتولى تصميم المنتج المتفق عليه كمعلومة يعتمد على نظام معالجة المعلومات آلياً في مجال تمثيل البيانات وحفظها وتداولها، وتكون المعالجة الرقمية من قبل المورد الذي يتولى وضعها على موقعه، وما على المستهلك إلّا النقر عليه بعد أن يكون قد أوفى بالثمن إلكترونياً بشكل مسبق⁷.

¹ - انظر: المادة 19 من القانون رقم: 05-18.

² - انظر: المادة 20 من القانون رقم: 05-18.

³ - ينظر: فيروز قالبة، التزامات المورد الإلكتروني في ظل القانون رقم: 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، *مجلة القانون والمجتمع*، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، الجزائر، مج8، العدد 2، 2020م، ص392.

⁴ - مولود قارة، النظام القانوني للفاتورة، *مجلة بحوث*، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، مج10، العدد الثاني، 2016م، ص24.

⁵ - انظر: المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم: 05-468 مؤرخ في: 10 ديسمبر 2005م، يتضمن شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، *الجريدة الرسمية*، العدد 80.

⁶ - ينظر: فيروز قالبة، مرجع سبق ذكره، ص392.

⁷ - ينظر: المرجع نفسه، والصفحة نفسها.

رابعا- الالتزام بالتعويض في حال وقوع ضرر للمستهلك: في حال تسليم المورد الإلكتروني لمنتج غير مطابق لطلب المستهلك؛ فإنّ لهذا الأخير الحق في إرجاعه، ويجب على المورد استعادته إذا طلب المستهلك ذلك، ومن حق المستهلك في هذه الحالة المطالبة بالتعويض إذا أصابه ضرر جراء ذلك¹.

الفرع الثالث: مرحلة ما بعد إبرام العقد

لا تقتصر التزامات المورد الإلكتروني على مرحلتين ما قبل وأثناء التعاقد بل تتعداها إلى مرحلة ما بعد إبرام العقد؛ وذلك من خلال التزامه بضمان حق العدول للمستهلك الإلكتروني، وكذا ضمان التعرض والاستحقاق، إضافة إلى ضمان العيوب الخفية.

أولا- التزام المورد الإلكتروني بضمان حق العدول: قد يحدث وأن يدرك المستهلك الإلكتروني أنّه قد تسرع في إبرام العقد وأنّ إرادته لم تكن مستنيرة بجميع تفاصيل المنتج أو الخدمة، وأنّه قد اندفع بسبب الإعلانات المغرية فتعاقد دون أن ينتبه لشرط ما، أو غاب عنه تفصيل ما، أو أنّ حاجته للمنتج أو الخدمة قد انتفت لسبب ما، فإنّ القانون قد منحه في هذه الحالة وسيلة قانونية يستطيع بمقتضاها إعادة النظر في العقد الذي ساهم بإرادته في إبرامه عن طريق الرجوع فيه بإرادته المنفردة دون أدنى مسؤولية تقع على عاتقه²؛ والعدول بذلك هو خروج عن القاعدة العامة التي تنص على القوة الملزمة للعقد، وتمنع الرجوع فيه أو تعديله من طرف واحد، ومنح المستهلك هذه الميزة التي تخوله التحلل من العقد بإرادته المنفردة يهدف إلى توفير حماية حقيقية لرضائه³.

وبالرجوع للتشريع الجزائري وتحديدا للقانون رقم: 05-18 نجد أنّه أشار لهذه المسألة في نص المادة 11 منه؛ والتي نصت على المعلومات التي يجب على المورد الإلكتروني أن يدلي بها للمستهلك؛ ومن بينها شروط وآجال العدول عند الاقتضاء، وبالرجوع لنص المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش نجد أنّها عرّفت حق العدول على أنّه: "حق التراجع عن اقتناء منتج ما دون سبب، بشرط أن يكون ذلك ضمن احترام شروط التعاقد"⁴.

وبالنسبة للمدة التي يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يعدل فيها في أربعة أيام من تاريخ تسلم الشيء المبيع وفق ما نصت عليه المادة 22 من القانون رقم: 05-18؛ حيث يرسل الشيء المبيع على حالته للمورد الإلكتروني والذي يلتزم بدوره بإعادة إرساله (المنتج أو الشيء المبيع) في حدود 15 يوما من تاريخ إعادته له.

ولعلّ الهدف من وراء ذلك قيام المشرع الجزائري بإقرار هذا الحق لمصلحة المستهلك الإلكتروني هو توفير حماية إضافية له باعتباره الطرف الضعيف في هذه المعاملات للأسباب التي تم ذكرها سابقا (كثرة الاحتيال، صعوبة مراقبة وفحص المنتجات عينا... الخ).

ثانيا- التزام المورد الإلكتروني بضمان حق التعرض والاستحقاق والعيوب الخفية: يقصد بالضمان هنا ما نصت عليه القواعد العامة من ضمان لعدم التعرض والاستحقاق وكذا ضمان للعيوب الخفية، وفيما يلي بيان لكلّ منهما في مجال التجارة الإلكترونية:

1- ضمان عدم التعرض والاستحقاق: ضمان عدم التعرض هو ضمان البائع كلّ فعل صادر منه شخصا أو من غيره، وسواء أكان هذا التعرض ماديا أو قانونيا؛ بحيث يكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كلّ أو بعضه، وفي هذه الحالة يلتزم المورد الإلكتروني بضمان عدم التعرض من قبله أو من قبل الغير، ومثال ذلك زرع المورد الإلكتروني لفيروس في برنامج قام ببيعه لمستهلك ما؛ فهنا

¹ - المادة 23 من القانون رقم: 05-18.

² - انظر: ممدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك، دراسة تحليلية في القانون المدني وقانون حماية المستهلك المصري رقم: 67 لسنة 2006م، ولائحته التنفيذية وبعض القوانين الأجنبية، دار النهضة العربية، مصر، 2008م، ص154.

³ - انظر: محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد-قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع الإشارة لقواعد القانون الأوروبي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005م، ص57.

⁴ - المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 مؤرخ في 3 رجب 1410 هـ الموافق ل 30 يناير 1990م، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية رقم 05 لسنة 1990م.

يضمن عدم التعرض، ودائماً مع هذا المثال بالنسبة لضمان عدم تعرض الغير ادعاء شخص ما للملكية لهذا البرنامج وإعاقة الاستفادة المستهلك الإلكتروني منه، وهذا كذلك يضمنه المورد¹، وإذا ما رفعت على المشتري (المستهلك الإلكتروني) دعوى استحقاق المبيع كلياً أو جزئياً توجب عليه إعلام المورد الإلكتروني في الوقت المناسب حتى يتدخل في الخصومة أو أن يحل محله فيها وفق ما ينص عليه قانون الإجراءات المدنية والإدارية، وإلا فقد المستهلك حقه في الضمان، وحاز الحكم الصادر عن المحكمة قوة الشيء المقضي فيه².

2-ضمان العيوب الخفية: العيب الخفي هو كل ما يطرأ على الشيء المبيع من أمور تفوت أو تنقص المنفعة المرجوة منه؛ بحيث يؤدي ذلك إلى نقصان قيمته، وهو بذلك يشمل كل ما ينال من صلاحية الشيء المبيع (المنتج أو السلعة) ويعيق الانتفاع به على نحو يخالف ويعارض الغرض من التعاقد³، مع الإشارة في هذا المقام إلى أنه حتى يكون هذا العيب موجبا للضمان يجب أن يكون قديماً، وأن يؤثر على الشيء المبيع، وأن يكون خفياً طبعاً لا يتيسر للمشتري (المستهلك الإلكتروني) اكتشافه بنفسه، وأن يكون معلوماً لدى البائع (المورد الإلكتروني) ومجهولاً لدى المشتري.

والعيب الخفي كما يكون في السلع والخدمات المادية، يكون في الكيان المعنوي أو المنتجات الرقمية كذلك-وإن كان قليلاً فيها-قام المستهلك مثلاً بشراء برنامج حاسب آلي من المورد وتبين بعد التعاقد أنه معيب ولا يحقق الغاية المرجوة منه لوجود فيروس به لا يمكن اكتشافه إلا من قبل خبير⁴.

المطلب الثاني: واجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته

تضمن القانون رقم: 18-05 مجموعة من الواجبات والمسؤوليات التي تقع على عاتق المورد الإلكتروني، وسنسلط الضوء في هذا المطلب على كل منها بشيء من الإيجاز.

الفرع الأول: واجبات المورد الإلكتروني

بعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد ملتزماً أمام المستهلك الإلكتروني بتنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه ووفق ما تتطلبه مقتضيات حسن النية، ويجب في حال إخلاله بالتزاماته أن يثبت أن مرد هذا الإخلال يرجع لسبب قاهرة لا يد له فيه، هذا وبالرجوع للقانون رقم: 18-05 نجد أنه قد ألزم المورد الإلكتروني بالتقيد بمجموعة من الواجبات أولها احترام آجال التسليم، وثانيها استعادة سلعته في حال تسليم غرض غير مطابق، وثالثها عدم الموافقة على طلبية منتج لا يتوفر عنده، ورابعها الحصول على موافقة المستهلكين عند جمع بياناتهم، وفيما يلي بيان لكل منها.

أولاً-احترام آجال التسليم: يجب على المورد احترام آجال التسليم، وفي حال إخلاله بها يمكن للمستهلك أن يرجع المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر، وفي هذه الحالة يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع للمستهلك المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال أجل خمسة عشر يوماً ابتداء من تاريخ تسلمه للمنتج⁵.

¹- ينظر: قالية فيروز، مرجع سبق ذكره، ص 394.

²- المرجع نفسه، والصفحة نفسها.

³- المادة 372 من القانون رقم: 07-05 المؤرخ في 25 ربيع الثاني 1428 هـ الموافق ل 13 مايو 2007م المعدل والمتمم للأمر رقم: 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 هـ الموافق ل 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد: 31، ص 3.

⁴- ينظر: قالية فيروز، مرجع سبق ذكره، ص 394.

⁵- المادة 22 من القانون رقم: 18-05.

ثانيا- استعادة سلعته في حال تسليم غرض غير مطابق: نصت المادة 23 من القانون رقم: 18-05 على وجوب استعادة المورد الإلكتروني لسلعته في حال تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حال ما إذا كان المنتج معيبا، ويلزم في هذه الحالة المستهلك بإرجاع السلعة في غلافها الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، وتكون تكاليف الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني، ويلزم هذا الأخير بتسليم منتج جديد موافق للطلبية، أو إصلاح المنتج المعيب، أو استبدال المنتج بآخر مماثل، أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك بالتعويض في حال وقوع الضرر، ويجب أن يتم إرجاع المبلغ في أجل خمسة عشر يوما من تاريخ استلام المنتج.

ثالثا- عدم الموافقة على طلبية منتج لا يتوفر عنده: بالرجوع للمادة 24 من القانون رقم: 18-05 نجد أنها تضمنت النص على وجوب رفض المورد الطلبية المتعلقة بمنتجات لا تتوفر بمخزنه.

رابعا: الحصول على موافقة المستهلكين عند جمع بياناتهم: يجب على المورد في حال جمعه لبيانات المستهلكين الذين تعاقدهم معهم أن يقتصر على الضروري منها لإبرام المعاملات التجارية، وأن يحصل على موافقتهم في ذلك، وهو ما نصت عليه المادة 26 من القانون رقم: 18-05.

الفرع الثاني: مسؤوليات المورد الإلكتروني

بالرجوع لنص المادة 25 من القانون رقم: 18-05 نجد أنها تضمنت النص على مسؤوليات المورد الإلكتروني، وبيان ذلك فيما يلي:
أولا- حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة: يلتزم المورد الإلكتروني بحفظ سجلات المعاملات التجارية التي تم إنجازها بتواريخها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

ثانيا- ضمان أمن وسرية المعطيات ذات الطابع الشخصي: نصت المادة 25 من القانون رقم: 18-05 في فقرتها الثالثة على أنّ المورد الإلكتروني يلتزم بضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات في حال قيامه بجمع بيانات المستهلكين الضرورية للمعاملات التجارية. والمعطيات ذات الطابع الشخصي وفق نص الفقرة الأولى من المادة 3 من القانون رقم: 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي¹ هي: كلّ معلومة تتعلق بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه بصفة مباشرة أو غير مباشرة، وذلك بغض النظر عن دعائها؛ لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف، أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية، أو الجينية أو البيومترية، أو النفسية أو الاقتصادية، أو الثقافية أو الاجتماعية.

وفي حال إخلال المورد الإلكتروني بإحدى هذه الواجبات أو الالتزامات أو المسؤوليات الملقاة على عاتقه فإنّ القانون رقم: 18-05 قد حدد في الباب الثالث منه مجموعة من العقوبات المتعلقة بكل مخالفة أو جريمة يقوم بها المورد الإلكتروني، والتي تتنوع بين الغرامات المالية حسب الحالة، وغلق الموقع، أو الغلق مع الشطب من السجل التجاري، والتعليق من نفاذ المورد إلى منصات الدفع الإلكتروني، وغيرها من العقوبات حسب نوع المخالفة، كما حدد كيفية مراقبة الموردين والأشخاص أصحاب المؤهلين قانونا للقيام بهذه المهمة، وتصدر الإشارة في هذا المقام إلى أنّ المشرع قد نص على الصلح كآلية لفض النزاع، وذلك بدفع غرامة تقترحها الهيئة المكلفة بحماية المستهلكين دون المساس بحق الضحية في طلب التعويض طبعا.

¹ - القانون رقم: 18-07 مؤرخ في 25 رمضان عام 1435 هـ الموافق ل 10 يونيو 2018م، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34، ص 11.

خاتمة:

ينطوي دور المورد الإلكتروني على أهمية بالغة كونه الطرف الأقوى في العملية التجارية الإلكترونية؛ لذا نجد أنّ المشرع الجزائري قد ركز على تنظيم جميع الأمور المتعلقة بممارسته للنشاط التجاري الإلكتروني؛ حيث حدد واجباته ومسؤولياته وكذا التزاماته، وقبل ذلك نص على الشروط والمتطلبات الواجب توافرها لممارسته للتجارة الإلكترونية، كما رصد مجموعة من العقوبات للجرائم والمخالفات التي يمكن أن يقوم بها، وعلى العموم فقد خرجنا من خلال دراستنا لهذا الموضوع بالنتائج التالية:

النتائج:

- 1- المورد الإلكتروني هو مقدم الخدمة في البيئة الرقمية شخصا طبيعيا كان أو معنويا؛ ويمكن أن يكون هو المنتج نفسه أو التاجر، يعرض خدماته على الشبكة العنكبوتية في موقع رسمي معتمد،
- 2- الشروط والضوابط التي وضعها المشرع الجزائري غطت تقريبا جميع مناحي المعاملات التجارية الإلكترونية، كما كرست حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني كونه الطرف الضعيف عادة في المعادلة،
- 3- واجبات ومسؤوليات وحتى التزامات المورد الإلكتروني تعد في مجملها عبارة عن ضمانات لحقوق المستهلك الإلكتروني،
- 4- نص المشرع على توثيق المعاملات التجارية ووضع ضوابط للعقد الإلكتروني من شأنه تقدم ضمانات إضافية لطرفي العقد، مع ملاحظة نقص في الضوابط القانونية خاصة في مسألة الإثبات حين يثور نزاع بين طرفي العقد،
- 5- من شأن الشروط والضمانات التي وضعها المشرع أن تسهم في استقرار المعاملات التجارية الإلكترونية؛ حيث أن المشرع ضبط من خلالها جل النقاط تقريبا والتي عادة ما تثير إشكالات في هذه العقود.

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، ط1، دار الفكر الجامعي 30 شارع سوتير الإسكندرية، 2006م.
- 2- _____، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية 24 شارع زكريا غنيم، الإسكندرية، 2007م.
- 3- سميرة ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010م.
- 4- فيروز قالية، التزامات المورد الإلكتروني في ظل القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة القانون والمجتمع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، الجزائر، مج8، العدد 2، 2020م.
- 5- ليندة بومحراث، فاعلية القانون رقم: 03-09 في حماية المستهلك الجزائري في الألفية الثالثة، مجلة الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، مج3، العدد 6، 2014م.
- 6- محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد-قراءة تحليلية في التجربة الفرنسية مع الإشارة لقواعد القانون الأوروبي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005م.
- 7- محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي 30 شارع سوتير الإسكندرية، 2016م.
- 8- منير الجنيهي ومحمد الجنيهي، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، د ط، دار الفكر الجامعي، 30 شارع سوتير الإسكندرية.
- 9- ممدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك، دراسة تحليلية في القانون المدني وقانون حماية المستهلك المصري رقم: 67 لسنة 2006م، ولائحته التنفيذية وبعض القوانين الأجنبية، دار النهضة العربية، مصر، 2008م.
- 10- مولود قارة، النظام القانوني للفاتورة، مجلة بحوث، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، مج10، العدد الثاني، 2016م.
- 11- نور الدين جليل وآخرون، التجارة الإلكترونية، ط1، مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر، جامعة خميس مليانة (الجزائر) 2013م.
- 12- نعيمة بجاوي ومريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، العدد السادس، جامعة باتنة، الجزائر، جوان 2017م.
- 13- القانون رقم: 02-04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425هـ، الموافق ل 23 يونيو 2004م، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، لسنة 2004م، ص4.
- 14- القانون رقم: 07-05 المؤرخ في 25 ربيع الثاني 1428 هـ الموافق ل 13 مايو 2007م المعدل والمتمم للأمر رقم: 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395هـ الموافق ل 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 31، ص3.
- 15- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ، الموافق ل 10 مايو سنة 2018م، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 20 شعبان 1430 هـ، الموافق ل 16 مايو سنة 2018م.
- 16- القانون رقم: 18-07 مؤرخ في 25 رمضان عام 1435هـ الموافق ل 10 يونيو 2018م، يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34، ص11.
- 17- المرسوم التنفيذي رقم: 05-468 مؤرخ في: 10 ديسمبر 2005م، يتضمن شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاحمالية وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية، العدد 80.
- 18- المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 مؤرخ في 3 رجب 1410هـ الموافق ل 30 يناير 1990م، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية رقم 05 لسنة 1990م.