

الضوابط القانونية لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

Legal Controls For Practicing E-Commerce In ALGERIA

لحمير عباس

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، الجزائر

abbess.lahmar@univ-mosta.dz

يحيى عبد الحميد *

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، الجزائر

abdelhamid.yahia@univ-mosta.dz

- تاريخ الإرسال: 2025/11/22 - تاريخ القبول: 2025/12/25 - تاريخ النشر: 2025/12/28

الملخص: تحظى حماية المستهلك باهتمام كبير في مختلف مناطق وبلدان العالم، نظرا للأخطار التي تصاحب النشاط الاستهلاكي غالبا، وتؤثر على صحة المستهلك وسلامته، خاصة مع تطور التجارة الإلكترونية التي جاءت كنتيجة لظهور شبكة الانترنت، وما أدت إليه من سهولة في تبادل المعلومات التجارية بشأن السلع والخدمات، وإبرام الصفقات، وإجراء التحويلات المالية الإلكترونية. وتحقيقا لهذه الحماية، سن المشرع الجزائري قانونا خاصا بالتجارة الإلكترونية، تضمن على الخصوص، تحديد التزامات المستهلك الإلكتروني، وواجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته. وقواعد التجريم والعقاب المقررة لحماية نظام التجارة الإلكترونية بوجه عام. تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة الحماية التي يقرها قانون التجارة الإلكترونية الجزائري في سبيل توفير ضمانات أكثر للمستهلك الإلكتروني، حيث أن الأساليب التي يستخدمها المورد الإلكتروني أو مقدم الخدمة يمكن أن تكون غير موافقة للشروط والمواصفات المتعارف عليها.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، العقد الإلكتروني، المورد الإلكتروني.

Abstract: Consumer protection is the subject of great attention in various regions and countries of the world, and this taking into account the dangers linked to the health and safety of consumers. Indeed, this concern has increased, in particular with the development of the Internet and electronic commerce. It must be said that electronic commerce facilitates trade and transactions of goods and services. In order to ensure consumer protection, the Algerian legislator has promulgated a law on electronic commerce. This involves in particular defining the obligations of the electronic consumer and the duties and responsibilities of the electronic supplier. This law established the criminalization rules and penalties to protect the electronic commerce system in general. This research paper aims to know the protection approved by the Algerian E-Commerce Law, in order to provide more guarantees to the electronic consumer, As the methods that can be used by the electronic supplier or service provider it may not conform to the generally accepted terms and conditions.

Keywords: Electronic consumer- E-commerce- Electronic contract- Electronic supplier.

* المؤلف المرسل: يحيى عبد الحميد.

مقدمة:

أكدت التجارب المختلفة التي شهدتها التبادل التجاري عبر الوسائل الالكترونية أن هناك العديد من الصعوبات والتعقيدات التي تواجهها عملية إدارة الشبكات والنظم المعلوماتية، كما بينت هذه التجارب من ناحية أخرى، أن هناك ضرورة للعمل على أن تكون البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات عاملاً أساسياً في أي استراتيجية ذات صلة بالتبادل التجاري السابق الذكر، وذلك لأن هذه البنية تشكل محطة انطلاق تتم من خلالها ممارسة عمليات الشراء والبيع عبر الخط، وهي معرضة دوماً للعديد من المخاطر التي يتسع نطاقها بسبب وجود مزيج من الحواسيب والشركاء والشبكات، وكذلك يسبب تداخل هذه البنية مع البنية العامة ومختلف مكوناتها مثل الهاتف وخدمات الإنترنت، وقد أدى تزايد النشاط التجاري وفق النمط الإلكتروني إلى تعاضد الدور الذي تؤديه الشبكات المعلوماتية باعتبارها قناة اتصال بين مختلف المستخدمين ومع عدد مهم من العملاء ، وقد ساهم ذلك في تزايد الجرائم المرتكبة عبر الإنترنت ، والعديد من صور التحايل والغش التجاري الإلكتروني بشكل يؤدي إلى الإضرار بمصالح المستهلكين، ونتيجة لكل ذلك، أصبح من الضروري إرساء ضوابط قانونية فعالة تمنع حدوث تلك الممارسات، وتحد من آثارها السلبية.

إن التطور الكبير الذي عرفته المعاملات التجارية الالكترونية كان إحدى النتائج الإيجابية للثورة الرقمية، غير أنه أفرز كثيراً من النتائج السلبية والمتمثلة في المخاطر التي تهدد مصالح المستهلك نتيجة تعرضه للغش والتضليل وتلقيه للمعلومات غير الصحيحة، وإزاء هذه السلبات التي أضحت ترافق تطور التجارة الإلكترونية، برزت أهمية استعمال وسائل قانونية فعالة لحماية التجارة الالكترونية بوجه عام، والمستهلك الإلكتروني بوجه خاص. ومن أجل تحقيق هذه الحماية صدر في الجزائر سنة 2018 القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ليحدد القواعد العامة الواجب إتباعها عند ممارسة تجارة السلع والخدمات عبر النمط الإلكتروني.

تسعى هذه الدراسة للإجابة على الإشكالية التالية: ما هي الضوابط القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لممارسة التجارة الالكترونية طبقاً لما جاء في القانون المتعلق بهذه التجارة الصادر في 10 مايو سنة 2018 تحت رقم 05-18.

إن الفرضية الرئيسية التي تنبثق عن هذه الإشكالية يمكن التعبير عنها كالآتي: القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية في الجزائر وضع الضوابط الكفيلة بتنظيم ممارسة هذه التجارة وفق جملة من القواعد العامة التي حددها والمفاهيم التي كرسها.

1- مدخل للتجارة الالكترونية

إن التجارة الإلكترونية، وفق ما يراه الخبير الأمريكي بنزلي، تشير إلى تسويق المنتجات عبر الشبكة العالمية للمعلومات، ونقريغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى السوق أو المؤسسة، وهي تتم بواسطة الاتصالات بين الشركات المختلفة لتسهيل الشراء والبيع. وفي ظل تطور العلاقات الاقتصادية بين الدول، وتزايد عمليات البيع والشراء من قبل المؤسسات والأفراد عبر شبكة الإنترنت، أصبح إيجاد ضوابط قانونية فعالة تنظم هذه التجارة أمرا في غاية الأهمية، وذلك نظرا لما تحققه هذه الضوابط من حماية للمتعاملين في هذا المجال.

وتتمتع التجارة الالكترونية بالعديد من المزايا والتي يمكن أن تعود بالنفع على اقتصاديات البلدان النامية، وهذا نظرا لبعض الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية، خاصة وأن البيانات المنشورة تشير إلى أن التجارة الإلكترونية تنمو بسرعة فائقة وتتزايد يوما بعد يوم، وفي كل الأحوال فإن الدراسات الخاصة بمستقبل التجارة الإلكترونية تشير إلى أنها ستستحوذ على 70% من حجم التجارة الدولية، وذلك بعد نمو تقنيات الحركات المالية وتطورها وتطور المعرفة التقنية لاستخدامات الانترنت والقوانين المتعلقة بالمعاملات الالكترونية.

1.1- تعريف التجارة الالكترونية:

تعددت تعريفات التجارة الإلكترونية، بعض هذه التعريفات ورد ضمن مختلف التشريعات الدولية، وبعضها الآخر صاغه فقهاء القانون، ومن ضمن هذه التعريفات، ذلك التعريف الذي ورد بالمشروع النموذجي لقانون التجارة الإلكترونية الموحد الصادر عن لجنة القانون التجاري الدولي التابعة لمنظمة الأمم المتحدة حيث عرف تبادل المعلومات الإلكترونية وليس التجارة الإلكترونية، وعرف هذا التبادل بأنه: «النقل الإلكتروني بين جهازين كمبيوتر للبيانات باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات»¹

وتُعرف التجارة الإلكترونية بأنها عملية بيع وشراء السلع والخدمات بين الأفراد أو المؤسسات من خلال الاعتماد على الشبكة المعلوماتية²، التجارة الإلكترونية إحدى ثمار ثورة المعلومات والاتصالات، إذ تقوم على تبادل المعلومات التجارية عبر مواقع الشبكات العالمية للسلع والمنتجات والخدمات. وتشمل

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2003، ص 17

² VIOT Catherine, Le E-Marketing: La connaissance du Marché et du cyber consommateur, Gualino edition, Paris, 2006, P 25.

عمليات التصفح والاطلاع على المعروضات، وإبرام عقود البيع والشراء عبر تلك المواقع، إضافةً إلى تنفيذ التحويلات المالية إلكترونياً بين حسابات العملاء. إن عمليات التجارة الإلكترونية تتم بشكل جديد وتتبع طرقاً جديدة تختلف عن الطرق التي تتم بها عمليات التجارة التقليدية، وعلى سبيل المثال أمازون موقع بيع الكتب الموجود في سياتل بالولايات المتحدة ليس له أي مخزون وهو مؤسسة تباع كتبها عبر الانترنت وينظم تسليم البضاعة بشكل مباشر مع الناشرين وهي لا تقوم بأي جرد³، بالعمليات التجارية تتم بصورة تلقائية من خلال الشبكة المعلوماتية ومن أهم خصائص التجارة الإلكترونية ما يلي⁴:

- يتم التعامل عن بُعد دون أي اتصال مباشر بين أطراف العملية.
- لا يتم تبادل أي وثائق ورقية أثناء تنفيذ المعاملات وإجراءاتها.
- إرسال الرسالة الإلكترونية إلى عدد غير محدود من المستلمين وفي اللحظة نفسها.
- يمكن تنفيذ جميع عناصر العملية التجارية عبر الشبكة، بما في ذلك السلع غير المادية..
- تتوفر إمكانية التعرف بدقة على أطراف العملية التجارية وضمان موثوقية المعلومات المرتبطة بهم.
- تنفيذ العمليات المادية بأمانة وموثوقية.
- السرعة في الأداء وتخفيض تكاليف المعاملات.
- تحقيق قيمة مضافة عبر تحسين جودة الإنتاج وتوفير بيئة فعّالة للإعلان والتسويق.

2.1- مزايا التجارة الإلكترونية

تلعب التجارة الإلكترونية دوراً هاماً في ارتفاع الإيرادات العامة نتيجة ارتفاع الحصة الضريبية، والتصريح الجبائي للمكلفين عبر شبكة الانترنت، بالإضافة إلى مساهمتها في تخفيض التكاليف والاقتصاد في النفقات، وتحسين أداء القطاعات المصرفية ومحاربة الاقتصاد غير الرسمي، وتبويض الأموال، كما أنه هناك مزايا أخرى للتجارة الإلكترونية نجلها في النقاط الرئيسية التالية:

- دعم التجارة الدولية والرفع من معدل الصادرات.
- تسهيل عقد الصفقات التجارية وزيادة التنافسية.

³ DAVID Kosiur, Comprendre le commerce électronique, , Microsoft Press, 2000, P 04.

⁴ عبد الله حمود علي سراج، التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية التحديات التي تواجهها وسبل التغلب عليها، مجلة العلوم الانسانية، عدد 5، 2003، ص 193. 05، 2003، 193ص

الضوابط القانونية لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

- خلق فرص عمل جديدة وزيادة الانفتاح الاقتصادي.
 - تخفيض معدلات التضخم نتيجة انخفاض أسعار السلع والخدمات.
 - استحداث وظائف عمل وتخصصات جديدة.
 - فتح آفاق واسعة للمؤسسات المصغرة وجعلها مرئية إلكترونياً وتمكينها من الولوج إلى الأسواق.
 - فرصة للمستهلكين لاختيار السلع والخدمات بحرية تامة.
 - استخدام التقنيات والأدوات التكنولوجية التي تساعد على رفع الإنتاج.
 - زيادة المهارة الفنية والأداء للموظفين.
 - إزالة الحواجز والعقبات الجغرافية.
 - دعم التنمية والنشاط الاقتصادي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- كما لا يمكن إهمال بعض التأثيرات السلبية التي تعود على اقتصاديات البلدان النامية، ونذكر من بين هذه التأثيرات ما يلي:
- صعوبة فرض الضريبة والرسوم الجمركية على السلع اللامادية.
 - صعوبة إثبات العقود والتعاملات عن بعد لغياب الوثائق الورقية.
 - صعوبة تحديد هوية الأطراف المتعاملة ونوع النشاط، وهذا ينعكس سلباً على الوعاء الضريبي.
 - الانفصال المكاني للمؤسسات والشركات الافتراضية.
- تمتلك التجارة الإلكترونية مزايا وعيوباً تتعلق بالتكاليف وطرق التطبيق والمنافسة، فضلاً عن الجوانب الحكومية واستراتيجيات الإدارة والمسائل التنظيمية ومن بينها⁵:
- أعمال ورقية أقل وتكلفة منخفضة (الطلبات، الفواتير، خدمة العميل...الخ).
 - فرصة لإشباع الحاجيات وتغذية مرتدة أكثر للعميل.
 - أسواق افتراضية واسعة وعملاء جدد.

⁵ طارق عبيد العال، التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الدار الجامعية، الاسكندرية 2003، ص 717.

- اتصالات مبسطة، لتسهيل الأعمال مع قاعدة العملاء القائمة.
- قدرة كبيرة في تهيئة النشاط وحلول للعملاء مع تعزيز صورة المؤسسة.
- خلق قيمة للأعمال نتيجة استخدام التجميع، التنظيم والاختيار.
- بالإضافة إلى المزايا التي تتمتع بها التجارة الالكترونية هناك تحديات تواجه هذا القطاع والتي ينبغي أخذها بعين الاعتبار، خاصة بالنسبة للمؤسسات التي دخلت في هذا النوع من الممارسات التجارية، ومن أهم المصاعب المتعلقة بالتجارة الالكترونية نذكر ما يلي:
- إشكالية الأمن المعلوماتي ومخاطر الدفع الالكتروني.
- ضعف البنية التحتية للاتصالات.
- إشكالية انسداد الخطوط نتيجة الاكتظاظ في ساعات الذروة.
- النقائص التي تتضمنها أرقام بطاقات الائتمان الخاصة.
- نقص وسائل السداد الإلكتروني ومشاكل أدلة الإثبات.
- إمكانية تسويق سلع مغشوشة دون أدنى حماية للمستهلك.
- صعوبة توليد الثقة بين الأطراف لعدم وجود اتصال شخصي.

2- متطلبات نجاح التجارة الالكترونية

تتطلب التعاملات التجارية الإلكترونية أن تكون أنظمة المعلومات الشبكية جاهزة للعمل على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، إذ يمكن تسجيل الطلبات على المنتجات أو الخدمات في أي وقت ومن أي مكان في العالم، كما أن التخطيط للتجارة الالكترونية يتطلب ضرورة تحليل الاحتياجات الضرورية للمؤسسات التجارية والتي تتضمن البنية التحتية والوسائل والمعدات وكذا الكفاءات البشرية والخيارات المتاحة من أجل صياغة إستراتيجية التسيير الأمثل، مع ضرورة الإلمام بكافة المقومات الأساسية التي تسمح للتجارة الالكترونية بالنمو والتوسع، وعلى الجهات المسؤولة اتخاذ كافة الإجراءات التي تساهم في تشجيع الدخول في عالم الأعمال الالكترونية، سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات.

1.2- المسائل التنظيمية والقانونية:

في تقرير بعنوان "التجارة الإلكترونية لدول مجلس التعاون الخليجي تم اقتراح إطار للتفكير يقترح أن العديد من العوامل المحددة بشكل خاص يجب أن تكون موجودة لنشر الوعي ودعم ثقافة التجارة الإلكترونية في بلد ما، وتشمل هذه العوامل ما يلي⁶:

- تطوير القوانين والتشريعات لمعالجة القضايا المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.
 - ضمان صحة وإلزامية الصفقات التجارية المبرمة في البيئة الرقمية.
 - وضع قوانين لحماية البيانات والخصوصية، واستخدام التوقيع الرقمي ووسائل الإثبات.
 - البحث عن حلول للمشاكل والنزاعات التجارية في مجال التجارة الإلكترونية.
 - حماية حقوق الملكية الفكرية، وحقوق التأليف والنشر والعلامات التجارية.
 - تحديد مفهوم الجريمة الإلكترونية والبحث عن كيفية محاربتها.
 - البحث عن حلول لفرض الضرائب والرسوم على السلع التي يتم تداولها إلكترونياً.
 - توجيه أنماط الضرائب المفروضة على أنشطة الإنترنت بما يخدم أنشطة التجارة والأعمال.
 - إصدار أدلة ونظم الثوابت المعلوماتية الوطنية لضمان الأداء الجيد في هذا المجال.
- إن الغرض من وجود إطار تنظيمي هو حماية المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني، فلا يمكن لأي مؤسسة أن تغامر وتدخل في مجال التجارة الإلكترونية إذا لم يكن لها آلية لجوء في حالة حدوث أي نزاع، فلا بد من وضع الأساس القانوني للاتفاق بين الأطراف.

2.2- سياسات الدخول والبنية التحتية

تتطلب التجارة الإلكترونية وجود عدد كبير من مستخدمي الإنترنت، كما أن معدل تغلغل الحواسيب الصغيرة في المنازل والشركات شرط أساسي لتطوير التجارة الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية لا تكون ممكنة إلا إذا كان هناك ما يكفي من أجهزة كمبيوتر مرتبطة بشبكة الانترنت.

⁶ MOHAMED Louadi, Les préalables du commerce électronique dans une économie émergente. Revue Le Manager, n° 50, Septembre, 2000, PP 36- 42

وتوفر التجارة الالكترونية حرية الاختيار مع وجود فرصة كبيرة للوصول إلى الأسواق العالمية وزيارة مختلف المواقع عبر شبكة الانترنت، حيث يستطيع الزبائن والعملاء التزود بمختلف المعلومات عن المنتجات والخدمات المقدمة بدون أي ضغط، كما يوجد على شبكة الانترنت العديد من الشركات التي تباع السلع بأسعار منخفضة، كما أن سياسات الدخول والبنية التحتية التي تدخل ضمن متطلبات نجاح التجارة الالكترونية تتطلب إستراتيجية واضحة لتطوير التجارة الالكترونية تتركز أساسا حول ما يأتي:

- الارتقاء بالوعي لدى المجتمع ونشر ثقافة المجتمع المعلوماتي.
- البنية الأساسية التي تشمل الشبكات والبرامج، الأجهزة اللازمة والموارد البشرية.
- تنظيم المحتوى المعلوماتي وتطوير استخدام الانترنت.
- تفعيل التعاون بين القطاع العام والخاص في مجال التجارة الالكترونية.
- مساعدة المؤسسات التي تسعى إلى التحول الرقمي.
- زيادة إمكانية الدخول إلى الشبكات عبر بوابة الانترنت.
- توفير برمجيات بديلة الحزم البرمجية المتخصصة لتخفيض التكاليف.
- تحسين نوعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع ضمان توفير الخدمات المعلوماتية.
- تطوير وسائل الدفع الإلكتروني والمنصات الرقمية.
- ضمان أمن المواقع الإلكترونية.
- التصدي للجريمة الإلكترونية وضمان الحماية ضد التحايل والغش التجاري الإلكتروني.

3- الإطار القانوني للتجارة الالكترونية وحماية المستهلك الإلكتروني

صدر بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 28 سنة 2018، قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، جاء في أربعة أبواب تشمل القواعد المتعلقة بممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر.

بموجب هذا القانون، تخضع المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما، وسعيا لتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر

وتتميتها تنص بعض أحكام القانون على إمكانية إدراج الاستثمارات الموجهة لدعم التجارة الإلكترونية ضمن التدابير التحفيزية، وذلك وفقاً لأحكام التشريع المعمول به.

1.3- القواعد العامة للتجارة الإلكترونية

تتضمن التجارة الإلكترونية بيع وشراء سلع وخدمات من طرف المؤسسات أو الأفراد، بالاعتماد على الشبكة المعلوماتية⁷، تشمل التجارة الإلكترونية كذلك تبادل المعلومات التجارية عبر الشبكات العالمية حول المنتجات والسلع والخدمات، والتصفح وإبرام عقود البيع والشراء إلكترونياً، إلى جانب تنفيذ التحويلات المالية بين حسابات العملاء بطرق آمنة وسريعة. وتتضمن هذه الممارسات وضع قواعد عامة تنظمها وتضمن شفافية التعاملات، وهو ما نص عليه القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، يُطبق القانون إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني جزائرياً، أو مقيماً بصفة شرعية في الجزائر، أو شخصاً معنوياً خاضعاً لقانونها، وكذلك إذا تم إبرام العقد أو تنفيذه داخل الجزائر، وهذا وفقاً للمادة الثانية منه.

وتنص المادة الثالثة على أن هذا النوع من الممارسات يمارس في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما، حيث تمنع كل معاملة تتعلق بلعب القمار والرهان واليانصيب، المشروبات الكحولية والتبغ، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية، كل سلعة أو خدمة محظورة، أو تستوجب إعداد عقد رسمي.

وجاء في المادة الخامسة منع المعاملة عن طريق الانترنت في السلع التي تتعلق بالعتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، والمنتجات أو الخدمات التي تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام.

2.3- شروط ومتطلبات ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

وينظر للتجارة الإلكترونية وفقاً لقانون 18-05 على أنها النشاط الذي يقدمه المورد الإلكتروني لاقتراح أو توفير السلع والخدمات عن بُعد للمستهلك، عبر وسائل الاتصال الإلكترونية. أما العقد الإلكتروني فهو العقد بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي لأطرافه باللجوء حصرياً إلى التقنية.

يعني القانون الجزائري في مجال التجارة الإلكترونية من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف، البيع عن طريق الاتصالات الإلكترونية لسلعة أو خدمة من طرف مورد إلكتروني مقيم المستهلك إلكتروني

موجود في بلد أجنبي، وهذا عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

يجب تحويل عائدات البيع، بعد إتمام عملية الدفع، إلى حساب المورد الإلكتروني الموطّن في الجزائر، وذلك لدى بنك معتمد من قبل بنك الجزائر أو لدى مؤسسة بريد الجزائر، ويعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف شراء السلع والخدمات الرقمية المخصصة للاستعمال الشخصي فقط، من قبل مستهلك إلكتروني مقيم في الجزائر، لدى مورد إلكتروني مقيم في الخارج، شريطة ألا تتجاوز قيمة هذه السلع أو الخدمات الحد المقرر في التشريع والتنظيم المعمول بهما. ويتم تسوية عملية الدفع الإلكتروني المتعلقة بهذا الشراء عبر الحساب البنكي بالعملة الصعبة الخاص بالمستهلك الإلكتروني الطبيعي الموطّن في الجزائر.

بمنظور عام، يخضع نشاط التجارة الإلكترونية في الجزائر إلى عدة شروط ومتطلبات أساسية، حيث تحدد المادة السابعة شروط وكيفيات تطبيق التجارة الإلكترونية، وتشير المادة الثامنة إلى أن نشاط التجارة الإلكترونية يخضع للتسجيل سواء في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة، مع ضرورة وجود صفحة إلكترونية على الشبكة، مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz"، وأن يتوفر كذلك الموقع الإلكتروني للمورد على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.

تنص المادة التاسعة على أنه تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، حيث لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى المصالح المختصة، وتنتشر بطاقة المورد الإلكتروني وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني.

بالنسبة للمتطلبات المتعلقة بهذا النوع من الممارسات التجارية نصت المادة العاشرة على أنه يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك، ووفقا للمادة (11) يجب أن يقدم المورد الإلكتروني عرضه التجاري الإلكتروني بطريقة مفهومة ومرئية ويسهل قراءتها، وأن يتضمن العرض على الأقل المعلومات الآتية⁷:

- أرقام السجل التجاري، الهاتف، التعريف الجبائي للمورد الإلكتروني، وكذا العناوين المادية والإلكترونية.

⁷ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون يتعلق بالتجارة الإلكترونية، 18-05، 10 ماي 2018، الشروط العامة لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر، عدد 28، 16 ماي 2018، ص 6.

الضوابط القانونية لممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر

- رقم البطاقة المهنية للحرفي، وطبيعة وخصائص السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
- حالة توفر السلعة أو الخدمة، كفاءات ومصاريف وآجال التسليم.
- شروط البيع، خدمات ما بعد البيع، والبنود الخاصة بحماية المعطيات الشخصية.
- شروط الضمان التجاري، طريقة حساب السعر، كفاءات وإجراءات الدفع، شروط فسخ العقد.
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملات التجارية الالكترونية.
- مدة صلاحية العرض، شروط وآجال العدول عند الاقتضاء، طريقة تأكيد الطلبية.
- مواعيد التسليم، سعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكفاءات إلغائها عند الاقتضاء.
- طريقة إرجاع المنتج، استبداله أو تعويضه.
- التكاليف المترتبة عن استخدام الوسائل الإلكترونية عندما تُحتسب وفق أسس تختلف عن التعريفات المعمول بها.

- تشير المادة (12) على أن طلبية منتج أو خدمة يجب أن تمر عبر ثلاث مراحل إلزامية وهي:
- تمكين المستهلك الإلكتروني من الاطلاع على الشروط التعاقدية لضمان تعامله بعلم ودراية تامة.
 - تمكين المستهلك الإلكتروني من التحقق من تفاصيل الطلب، خاصة ما يتعلق بالمنتجات أو الخدمات، الأسعار والكميات، مع منحه إمكانية التعديل أو الإلغاء أو تصحيح الأخطاء قبل الإتمام.
 - تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.

يجب أن يكون اختيار المستهلك الإلكتروني صريحا وخاليا من أي تأثير أو توجيه مسبق، وألا تحتوي الخانات المعدة للملء على بيانات تهدف إلى توجيه قراره. كما يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني، بشكل خاص، المعلومات التالية⁸:

- الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات، وشروط وطرق التسليم.
- شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع، وكذلك شروط فسخ العقد الإلكتروني.
- شروط وطرق الدفع، وشروط وإجراءات إعادة المنتج.

⁸ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، مرجع سبق ذكره، ص 7.

- كيفية معالجة الشكاوى، وشروط وإجراءات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.

- الشروط والإجراءات الخاصة بالبيع بالتجريب عند الاقتضاء.

- الجهة القضائية المختصة بالفصل في النزاعات، وفق أحكام المادة الثانية المتعلقة بتطبيق القانون الجزائري على المعاملات التجارية الإلكترونية.

- مدة العقد حسب الحالة.

في حالة عدم احترام أحكام المادة (10) والمادة (13) يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد و التعويض عن الضرر الذي لحق به، وهذا وفقا لأحكام المادة (14) من القانون، حيث أن الطلبية المسبقة لا يمكن أن تكون محل دفع إلا في حالة توفر المنتج في المخزون، وهذا بناء على المادة (15) من نفس القانون، وبمجرد توفر المنتج في المخزون تتحول الطلبية المسبقة بصفة ضمنية إلى طلبية مؤكدة، كما يجب على المورد الإلكتروني إعادة الثمن إذا تم دفعه قبل توفر المنتج في المخزون، مع الاحتفاظ بحق المستهلك الإلكتروني في المطالبة بالتعويض.

4- الدفع في التجارة الإلكترونية والتزامات ومسؤوليات المستهلك والمورد

بناء على أحكام المادة السادسة عشر يلتزم المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه، كما يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب منه توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتج أو تأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني المادة (17)، ولا يحق للمستهلك الإلكتروني رفض توقيع وصل الاستلام، ويجب أن تُسلم له نسخة منه.

يكون الدفع في التجارة الإلكترونية بناء على المادة (27) إما عن بعد أو عند التسليم، وذلك عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، حيث توجد هناك منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك و بريد الجزائر.

1.4- واجبات المورد الإلكتروني والتزامات المستهلك الإلكتروني.

جاء في المادة (18) من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري أنه يمكن للمورد الإلكتروني التخفيف من مسؤوليته أو الإعفاء منها كلياً إذا أثبت أن عدم التنفيذ أو حدوث خطأ يعود إلى المستهلك الإلكتروني أو نتيجة قوة قاهرة، فالمورد الإلكتروني بموجب العقد يكون مسؤولاً قانونياً أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عليه، سواء نفذها بنفسه أو عن طريق مزودي خدمات آخرين، دون المساس

بحقه في الرجوع عليه، كما أن المورد الإلكتروني بناء على المادة (19) ملزم بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني.

كما نصت المادة (20) على أن بيع منتج أو خدمة عن بعد يترتب عنه فاتورة من قبل المورد الإلكتروني، تسلم للمستهلك الإلكتروني الذي يمكنه أن يطلبها في شكلها الورقي، وأن يكون ذلك طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما، ووفقاً للمادة (21) في حالة تسليم المورد الإلكتروني منتجاً أو خدمة لم يتم طلبها من طرف المستهلك، لا يمكنه المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف التسليم، وإذا لم يلتزم المورد بالمواعيد المحددة للتسليم، يحق للمستهلك الإلكتروني إعادة المنتج في حالته خلال أقصى مهلة أربعة أيام عمل من تاريخ التسليم الفعلي، مع الاحتفاظ بحقه في المطالبة بتعويض عن الضرر.

وفقاً لأحكام المادة (23)، يجب على المورد الإلكتروني استعادة السلعة إذا تم تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو إذا كان المنتج معيباً. ويُلزم المستهلك الإلكتروني بإعادة السلعة في غلافها الأصلي خلال أقصى مدة أربعة أيام من تاريخ التسليم الفعلي، مع توضيح سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني. والذي يلزمه ما يأتي⁹:

- تسليم منتج جديد موافق للطلبية.
- تصليح المنتج المعيب.
- استبدال المنتج بمنتج مماثل.
- إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة، مع احتفاظ المستهلك الإلكتروني بحق المطالبة بالتعويض عن أي ضرر وقع.

في حال التزام المورد الإلكتروني بإرجاع المبالغ المدفوعة للمستهلك الإلكتروني، يتم ذلك خلال مدة خمسة عشر يوماً من تاريخ استلام المنتج. وتتص المادة (24) على وجوب عدم قبول طلبية منتج غير متوفر في المخزون، بينما تنص المادة (25) على أن يلتزم كل مورد إلكتروني بحفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة مع تواريخها وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري، مع تحديد كيفية تطبيق هذه الأحكام وفق التنظيم المعمول به.

⁹ نفس المرجع ، ص 8

وفقاً للمادة (26)، يجب على المورد الإلكتروني الذي يجمع بيانات ذات طابع شخصي ويشكل ملفات للزبائن والزبائن المحتملين أن يقتصر على جمع البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية، مع الالتزام بما يلي:

- الحصول على موافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل جمع البيانات.

- ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات.

- الامتثال للأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال.

2.4- الإشهار والدفع الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري.

طبقاً للمادة (27) تخضع منصات الدفع الإلكتروني المنشأة والمستغلة لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيني وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها، وتنص المادة (28) على أن وصل المورد الإلكتروني عبر منصة الدفع يجب أن يكون مؤمناً بنظام تصديق إلكتروني.

يُعد الإشهار عنصراً أساسياً وحيوياً لأي مؤسسة، فهو من أهم عوامل استمرارية النشاط التجاري أو الخدمي ولا يمكن لأي عمل الاستمرار بدونه. وفقاً للمادة (30) من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية في الجزائر ينبغي ألا يمس الإشهار الإلكتروني بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها، ويجب أن يستوفي أي إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة تجارية مرسله عبر الاتصالات الإلكترونية المقننات التالية:

- أن يكون الإشهار محدداً وواضحاً كرسالة تجارية أو دعائية.

- تسمح بمعرفة الشخص الذي صممت الرسالة خصيصاً له.

- أن تكون الرسالة الاشهارية ملتزمة بالآداب العامة والنظام العام.

- أن يوضح العرض التجاري بوضوح ما إذا تضمن تخفيضات، مكافآت، أو هدايا، سواء كان تجارياً، تنافسياً، أو ترويجياً.

- ضمان أن تكون جميع الشروط واضحة وخالية من أي غموض أو تضليل.

يحظر قانون التجارة الإلكترونية الجزائري إرسال استبيانات مباشرة عبر وسائل الاتصال الإلكتروني للمورد دون الحصول على موافقة مسبقة من المعني بالأمر، في حالة أي نزاع، يجب على المورد الإلكتروني، وفقاً للمادة (33)، إثبات أن إرسال الإشهارات الإلكترونية تم بموافقة مسبقة وحرّة، وأن شروط المادة (30)

استوفت. كما تنص المادة (34) على منع نشر أي إشهار أو ترويج لمنتجات أو خدمات محظورة التسويق عبر الاتصالات الإلكترونية وفق التشريع والتنظيم المعمول بهما.

5- الجرائم والعقوبات في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

تنص المادة (35) من قانون التجارة الإلكترونية على أن المورد الإلكتروني يخضع للتشريعات والتنظيمات المعمول بها في الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، مع تحديد الجرائم والعقوبات والغرامات والإجراءات المترتبة عليها، حيث يلتزم المورد الإلكتروني وفقاً للأحكام القانونية بتمكين الأعوان المؤهلين من الاطلاع على بيانات المعاملات، فيما تعود صلاحية معاينة المخالفات لأعوان الرقابة التجارية وضباط وأعوان الشرطة القضائية.

وكل شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري، يعتبر مخالفاً لقانون التجارة الإلكترونية ولاسيما المادة (42)، حيث تتدخل هنا الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر، بناءً على مقرر من وزارة التجارة، وتقوم بالتعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق لهذا الشخص، ويبقى تعليق الموقع الإلكتروني ساري المفعول إلى غاية تسوية الوضعية.

عند ارتكاب المورد الإلكتروني مخالفات تستوجب غلق المحل وفق التشريع التجاري، يجوز للهيئة المختصة بمنح أسماء النطاق في الجزائر تعليق تسجيل أسماء نطاقه بشكل تحفظي بناءً على مقرر من وزارة التجارة، وفق المادة (43)، على ألا تتجاوز مدة التعليق التحفظي ثلاثين (30) يوماً.

وقد أشارت المادة (44) على أن كل مخالفة لأحكام المادة (20) يعاقب عليها طبقاً لأحكام القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، وتنص المادة (45) من قانون التجارة الإلكترونية على أن الإدارة المكلفة بحماية المستهلك مؤهلة لاتخاذ إجراءات غرامة الصلح مع المخالفين، دون المساس بحقوق الضحايا في المطالبة بالتعويض.

إن اقتراح غرامة صلح على المخالفين يجب أن تكون من طرف الأعوان المنصوص عليهم في المادة (36)، وضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية، الأعوان المنتمين للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعين للإدارات المكلفة بالتجارة، كما حددت المادة (46) مبلغ غرامة الصلح بالحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليها، ولا يمكن إجراء غرامة الصلح في حالة العودة، أو

المخالفة المنصوص عليها في المادة (37) والمادة (38) من قانون التجارة الإلكترونية، وفي حالة قبول المورد الإلكتروني غرامة الصلح، تقوم الإدارة المؤهلة بإقرار تخفيض قدره 10 %.

تنص المادة (47) من القانون على أن مصالح إدارة التجارة تُبلغ المورد الإلكتروني المخالف، خلال سبعة (7) أيام من تاريخ تحرير المحضر، بأمر الدفع عبر جميع الوسائل المناسبة، مصحوبًا بإشعار بالاستلام يتضمن ما يلي:

- عنوان البريد الإلكتروني للمورد وهويته.

- تاريخ المخالفة وسببها.

- نصوص القانون المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة.

- مواعيد وطرق الدفع.

إذا لم يمثل المورد الإلكتروني للأحكام القانونية ولم يسدد الغرامة خلال 45 يومًا، يُحال المحضر إلى الجهة القضائية المختصة، وتنص المادة (48) على أنه في حال تكرار نفس الجريمة خلال 12 شهرًا من تاريخ العقوبة السابقة، يُضاعف مبلغ الغرامة. وبناء عليه، يجب على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين العاملين في التجارة الإلكترونية الامتثال لأحكام القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، وذلك خلال ستة (6) أشهر من تاريخ نشره.

الخاتمة:

تشير سيادة التجارة الإلكترونية إلى توسع استخدام الإنترنت في الاقتصاد وزيادة المعاملات الرقمية، خاصة في بيع السلع وتقديم الخدمات، مما يصاحبه مخاطر مثل الغش والاحتيال على المستهلكين. لذلك، تتحمل الدولة مسؤولية وضع تشريعات لحماية المستهلك وضمان بيئة رقمية آمنة، مع العلم أن المخاطر تتجدد وتتطور مع التقدم التكنولوجي.

فالدولة ملزمة بتقديم الدعم والمساندة للأنشطة التي لها علاقة بالتجارة الإلكترونية، من خلال اعتماد سياسات حكومية من شأنها ترسيخ قيم المسؤولية الاقتصادية والاجتماعية وروح المبادرة الحكومة التي تعطي أهمية كبرى في مجال حماية المستهلك الإلكتروني.

ولدعم تفعيل الأدوات والوسائل الكفيلة لحماية المستهلك الإلكتروني قامت الجزائر بإصدار قانون التجارة الإلكترونية تحت رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، وقد جاء هذا القانون في عدة أبواب

تشمل القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية، لعل أهمها التزامات المستهلك الالكتروني وواجبات المورد الالكتروني ومسؤولياته، وهذا لتجنب المخاطر التي تؤثر على المستهلك وتهدد حياة الفرد والمجتمع.

بناءً على ما سبق، فإن صدور هذا القانون هو بمثابة بداية جيدة لتنظيم التجارة الإلكترونية في الجزائر، غير أنه لم يصل بعد إلى مستوى التطبيق الكامل أو تغطية كل الجوانب اللازمة، خاصة فيما يتعلق بوسائل الدفع، الثقة، الضريبة، البنية التحتية، اللوائح التنظيمية، حيث لا يزال هناك نقص في العديد من الجوانب أين تظهر الحاجة إلى تهيئة البنية التقنية والبيئة الملائمة.

النتائج:

■ أقرّ المشرّع الجزائري قانوناً خاصاً للتجارة الإلكترونية، وهذا يعد خطوة مهمة في تنظيم هذا النوع من الممارسات التجارية الحديثة.

■ حدد القانون الشروط العامة لممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر.

■ تضمن القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية في الجزائر على مواد ونصوص قانونية تحدد التزامات المستهلك الالكتروني وواجبات المورد الالكتروني ومسؤولياته.

■ نصّ القانون على استخدام وسائل الدفع الالكتروني وشروط الاشهار الالكتروني، مما يُعزّز قانونية المعاملات عبر الإنترنت.

■ حدد القانون الجرائم والعقوبات وما يترتب عنها من غرامات وإجراءات.

■ رغم وجود الإطار القانوني للتجارة الالكترونية، إلا أن الواقع لا يزال بعيداً من حيث التطبيق على أرض الواقع، فالجزائر لم تعرف تطوراً كبيراً في هذا المجال بالوتيرة التي تشهدها البلدان المتقدم.

■ ثقافة المجتمع الجزائري تشكّل عائقاً أمام التوسّع في التجارة الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بضعف الثقة بوسائل الدفع الإلكتروني بين المستخدمين.

■ المشرع أغفل في قانون 18 - 05 الجانب الضريبي للتجارة الإلكترونية، كما أن بعض النصوص التشريعية تحتاج إلى تنظيم تكميلي أو لوائح تنفيذية تحدّ من الفراغات.

■ البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا تزال بحاجة إلى تعزيز لتسهيل هذا النوع من الممارسات التجارية ويستفيد الجميع من التجارة الإلكترونية.

التوصيات:

على ضوء ما جاء في خاتمة هذا البحث توصي الدراسة بالآتي:

- تفعيل وتحديث الإطار القانوني المنظم للتجارة الالكترونية في الجزائر حتى يتماشى مع التطورات العالمية في مجال الممارسات التجارية عن بعد.
- ضمان حماية حقوق المستهلك الالكتروني من عمليات النصب والاحتيال الرقمي مع فرض الشفافية في عرض السلع والخدمات.
- إلزامية التسجيل في السجل التجاري الالكتروني لجميع الممارسين لنشاط التجارة الالكترونية سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين مع تفعيل إجراءات الرقابة.
- العمل على تطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز استخدام التوقيع الالكتروني لضمان أمن وسلامة المعاملات المالية والبيانات الشخصية.
- تحفيز الابداع والابتكار في مجال الدفع الالكتروني مع توسيع اعتماده في البنوك والمؤسسات المالية وخدمات الدفع عبر الهاتف النقال.
- توفير أنظمة أمنية فعالة لتعزيز الأمن المعلوماتي وكيفية حماية البيانات والمعلومات وتعزيز الثقة في استخدام الانترنت في عمليات البيع والشراء.
- إنشاء لجنة دائمة لرصد ومتابعة الأنشطة التجارية عبر الانترنت، وتقديم التقارير الدورية مع تفعيل التعاون بين مختلف القطاعات لضمان احترام القوانين المنظمة لهذه الممارسات التجارية.