

The Reality of E-Commerce in Algeria And The Issues it Faces

Arar lyakout ^{1,*}

¹ Institute of Law and Political Science, University Centre - Aflo, (Algeria), l.arar@cu-aflou.edu.dz

ARTICLE INFO

Article history:

Keywords:

Internet commerce
modern means of
communication
information technology
business activities
projects

JEL Code: L81, L86

ABSTRACT

The world has witnessed a rapid development in the field of technology and the world of communication; modern means of communication, computers and the Internet have become indispensable tools in life. This development led to the creation of new means of communication and different types of transactions. E-commerce emerged, which saved effort and time and reduced distances, which affected the principle of the territory of the state, and the world became one electronic village. The field of e-commerce is a broad one, as it currently includes commercial dealings through communication and information networks, electronic data exchange, advertising on websites, and negotiating commercial deals by electronic means.

Despite the increasing spread of the Internet and the popularity of dealing through e-commerce contracts, no one denies the large gap between the law and the practice of this new type of trade, and therefore we find that countries and international organizations have sought to keep pace with this development by issuing laws on e-commerce in order to control and regulate electronic transactions.

واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والإشكالات التي تواجهها

عرعار النياقوت ^{1,*}

¹ معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي - آفلو (الجزائر)، l.arar@cu-aflou.edu.dz

معلومات المقال

الكلمات المفتاحية

التجارة عبر الأنترنت
وسائل الاتصال الحديثة
تكنولوجيا المعلومات
الأنشطة التجارية
المشروعات

JEL Code. L81, L86

المخلص

لقد شهد العالم تطوراً سريعاً في مجال التكنولوجيا وعالم الاتصال؛ حتى أصبحت وسائل الاتصالات الحديثة والحاسب الآلي والأنترنت وسائل لا يمكن الاستغناء عنها في الحياة. وقد أدى هذا التطور إلى إيجاد وسائل جديدة من الاتصال وأنماط مختلفة من المعاملات فظهرت التجارة الإلكترونية؛ التي وفّرت الجهد والوقت وقلّصت المسافات مما أثر على مبدأ إقليم الدولة، وأصبح العالم قرية إلكترونية واحدة. فمجال التجارة الإلكترونية مجال متسع، حيث يشمل في الوقت الحالي التعامل التجاري عبر شبكات الاتصالات والمعلومات، والتبادل الإلكتروني للبيانات، والدعاية والإعلان على مواقع الويب، والتفاوض على الصفقات التجارية بالوسائل الإلكترونية. وعلى الرغم من الانتشار المتزايد للأنترنت وشيوع التعامل عبر عقود التجارة الإلكترونية؛ إلا أنه لا أحد ينكر كبر الفجوة بين القانون والممارسة العملية لهذا النمط الجديد من التجارة، وعلى ذلك نجد أنّ الدول والمنظمات الدولية سعت إلى مواكبة هذا التطور؛ بإصدار القوانين الخاصة بالتجارة الإلكترونية وذلك من أجل ضبط وتنظيم المعاملات الإلكترونية.

مقدمة:

يشهد العالم الآن ثورة صناعية هي ثورة المعلومات، فعرفت أسواق التبادل تطورات كبيرة فيما يتعلق بوسائل انجاز الصفقات والتعاقدات، حيث أتاح للمتعاملين وسائل متطورة للإعلان عن السلع والخدمات، ومن ثم التعاقد عبر شبكات الاتصالات الدولية دون الحاجة للتواجد المادي الفعلي في موقع الحدث. والأنترنت يشكل أحدث وسائل الاتصالات اللاسلكية الحديثة التي يتم استعمالها في مجال التجارة الإلكترونية.

تتشابه التجارة الإلكترونية مع التجارة التقليدية في مضمونها؛ فهي تقوم على بيع السلع والمنتجات وتقديم الخدمات للآخرين مقابل الحصول على ثمن نقدي أو عيني، ولكنها تختلف عن التجارة التقليدية في الوسيلة المستخدمة؛ فهي تستخدم الوسائل الإلكترونية الحديثة كلياً أو جزئياً؛ خاصة استخدام شبكات الأنترنت لإبرام العقود عن بُعد عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية والوسائط الذكية الرقمية.

وتجدر الإشارة إلى أن شبكة الأنترنت لم تكن عالمية في نشأتها الأولى؛ فقد كانت حكراً على مجال الأبحاث العسكرية الأمريكية منذ عام 1969، ولكن بحلول عام 1983 بدأت الشبكة تأخذ اتجاهها جديداً وموفقاً نحو الاستخدامات المدنية، وبحلول 1993 بدأت التطبيقات الأولى باستخدام شبكة الأنترنت في الميادين الاقتصادية؛ وهذا المجال ارتكز عليه عالمية الشبكة.

فأدت المعلوماتية إلى انقلاب حقيقي في المفاهيم التقليدية للوثيقة المكتوبة؛ إذ حولتها من وثيقة يدوية إلى وثيقة إلكترونية بفضل التزاوج الذي حدث بين المعلوماتية ووسائل الاتصالات اللاسلكية؛ ومن هنا نشأت التجارة الإلكترونية (الراشدي، 2014، ص 07).

وقد سنّ المشرع الجزائري قانون 18-05 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية (قانون رقم 18-05، 2018). إذ نجد أن لهذا القانون أهمية كبيرة لتشجيع المعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر، وتسريع التحول نحو الاقتصاد الرقمي لتحقيق الانفتاح الاقتصادي على العالم ومواكبة التطورات على الساحة الدولية. كما قام المشرع من خلال إصداره لهذا القانون بزرع الثقة والأمان في هذا النوع من المعاملات وأصبغ حماية أكثر للمستهلك الإلكتروني.

إذ تشكل الجوانب القانونية العمود الفقري للتجارة سواء أكانت تقليدية أم إلكترونية؛ لذا سعت الكثير من الدول والمؤسسات الخاصة والحكومية لإيجاد القواعد والأنظمة القانونية التي تحكم التجارة الإلكترونية، ونظراً إلى الطبيعة الخاصة التي تتسم بها هذه التجارة من حيث انعدام الحدود الجغرافية والوجود المادي للمتعاقدين، وسرعة التطور وما تحتاجه من تغييرات سريعة في النظم؛ مما يتناقض تماماً مع طبيعة استحداث وصياغة القوانين التي تتطلب وقتاً طويلاً قد يفقدها الفائدة المرجوة من تطبيقها وذلك قبل إصدارها، فقد واجه المختصون بالقانون صعوبات كبيرة في إيجاد الصوابط والأدوات القضائية الملائمة (الجواري، 2010، ص 10).

ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية التالية: فيما تتمثل عقود التجارة الإلكترونية؟ وما هي أهم الصعوبات والمخاطر التي تواجهها؟

وللإجابة على هذه الإشكالية، ارتأينا تقسيم هذه الورقة البحثية إلى محورين؛ يتناول المحور الأول مفهوم

التجارة الإلكترونية، في حين يتناول **المحور الثاني** المعوقات أو الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية.

1. مفهوم التجارة الإلكترونية

يعود ظهور النشاط التجاري الإلكتروني إلى الستينيات من القرن العشرين، وكانت تعرف باسم التبادل الإلكتروني، واقتصرت في البداية على تبادل بيانات البيع والشراء بين بعض المؤسسات الكبيرة على الشبكات الإلكترونية خاصة، أما المصارف فقد استعملت ما يعرف بنظام تحويل الأموال الإلكترونية بهدف تحسين خدماتها المالية، وفي أواخر القرن العشرين عوضت الأنترنت شيئاً فشيئاً نظام التبادل الإلكتروني للبيانات المستعملة من طرف المؤسسة، ثم تطورت التجارة الإلكترونية إلى أن وصلت إلى ما هي عليه (رضوان، 1999، ص 16).

تتخذ التجارة الإلكترونية عدة مفاهيم متباينة ومتغيرة؛ منها ما هو فكري وما هو تقني وما هو قانوني؛ نتيجة التطور الحاصل فيها من خلال ظهورها وخصائصها ومتطلباتها، وكذلك لها دوافع وأسس مهمة تبنى عليها. وعليه سنقصر نطاق بحثنا في هذا المحور على التعريف بالتجارة الإلكترونية، ثم أشكال التجارة الإلكترونية وصورها.

1.1. التعريف بالتجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي واحدة من المصطلحات الجديدة في العالم الرقمي؛ التي دخلت واقتحمت حياتنا كأفراد ومؤسسات، وأصبحت تتداول في الاستخدام العادي لتعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو الثورة الرقمية. فنظرا للتطور السريع الذي طرأ على مفهومها ظهرت العديد من التعريفات؛ هذه التعاريف للتجارة الإلكترونية وإن تنوعت فهي تصب في مضمون واحد؛ وهو استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام في التجارة. ونذكر منها:

1.1.1. التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية: نظرا لأهمية التجارة الإلكترونية على الصعيد الدولي والاقتصادي، سنتطرق إلى تعريفها في المنظمات الدولية وكذا في القانون المقارن كالاتي:

أ- تعريف التجارة الإلكترونية في المنظمات الدولية:

* **منظمة الأمم المتحدة " UN " United Nations :** قد جرت عدة محاولات لتقنين القواعد الموضوعية والإجرائية للتجارة الإلكترونية، وقامت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (UNCITRAL) بصفتها الهيئة المسؤولة عن تحقيق وتنسيق وتوحيد قواعد القانون التجاري الدولي بإعداد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية The MODEL LAW ON ELECTRONIC COMMERCE سنة 1996، عن طريق إيجاد مجموعة من القواعد المقبولة دولياً، والتي يمكن أن تستخدمها الدول في إعادة تقييم تشريعاتها وقوانينها بهدف إصدار تشريعات وقوانين جديدة؛ تتفق مع استخدام وسائل الإبلاغ الإلكتروني في التجارة الدولية (صدقي، 2001، ص 66).

لم يتضمن هذا القانون تعريفاً محدداً للتجارة الإلكترونية؛ ولكن الفقرة الأولى من المادة الثانية من هذا القانون نصت على أن من وسائل الاتصال التي يتم عن طريقها التجارة الإلكترونية على سبيل المثال لا الحصر - بخلاف تبادل البيانات إلكترونياً - البريد الإلكتروني والبرق والتلكس والنسخ البرقي. ومن ثم فإن التجارة الإلكترونية ليست قاصرة

على شبكة الأنترنت فقط، بل يمكن أن تتم عن طريق تقنيات أخرى كالفاكس، إذ من الممكن مثلا أن يتم الإيجاب عن طريق الأنترنت والقبول عن طريق الفاكس (خالد ممدوح ، 2011 ، ص 42).

*** تعريف التجارة الإلكترونية في المنظمات والهيئات الأخرى:**

- عرفت الهيئة الأوربية للمعلومات والتكنولوجيا والرقابة EITO على أنها: " النشاط الذي يؤدي إلى تبادل القيم عن طريق تبادل شبكات الاتصال." (بختي، 2008، ص 41).

- وتعرّف أيضا حسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCED على أنها: "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عمليات تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونيا، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة المختلفة." (السيد، 2006، ص 34).

- وفي حين عرفت منظمة التجارة الدولية بأنها: " إنتاج وتسويق وبيع وتوزيع منتجات من خلال شبكات الاتصالات." (برهم، 2009، ص 15).

ب- تعريف التجارة الإلكترونية في القانون المقارن: اهتمت الكثير من الدول الغربية والعربية بإصدار تشريعات منظمة للتجارة الإلكترونية، وبيان أحكام المعاملات التي تتم من خلالها، وهي على التوالي:

*التشريعات الأجنبية في إطار تعريف التجارة الإلكترونية: سنكتفي بعرض أهم القوانين التي تطرقت إلى بيان ماهية التجارة الإلكترونية على المستوى الغربي:

- تعريف التجارة الإلكترونية على مستوى التشريع الفرنسي: أصدر المشرع الفرنسي قانون الإثبات رقم 230/2000 المتعلق بالتوقيع الإلكتروني (La loi n°2000/230,2000)، ولم يتضمن هذا الأخير تعريفا محددا للتجارة الإلكترونية، ولكن بعد ظهور تعريف لجنة القانون التجاري الدولي للتجارة الإلكترونية، قامت الحكومة الفرنسية بتشكيل مجموعة عمل برئاسة وزير الاقتصاد لدراسة موضوع التجارة الإلكترونية وتقديم تقرير بذلك. ولقد تضمن التقرير تعريفا للتجارة الإلكترونية قوامه: " مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة."

ويتبين من خلال التعريف السابق للتجارة الإلكترونية عدم الوضوح، كما يُلاحظ أنه تعريف مُوسّع بحيث يبين أن التجارة الإلكترونية تشمل الأنشطة البنكية؛ باعتبار أنها تساهم في إبرام المعاملات التجارية عن طريق أنظمة الدفع الإلكتروني (خالد ممدوح ، 2011 ، ص 47-48).

- تعريف التجارة الإلكترونية على مستوى التشريع البريطاني: أصدرت بريطانيا عدة تشريعات لتنظيم معاملات التجارة الإلكترونية؛ كان أهمها القانون المتعلق بالاتصالات الإلكترونية لسنة 2000، ومع هذا فلم يتضمن هذا القانون أي تعريف للتجارة الإلكترونية، واكتفى بالتأكيد على حجية التوقيع الإلكتروني وشهادة المصادقة عليه في الإثبات في النزاعات المتعلقة بهذا المجال. ويمكن إرجاع سبب عدم إيراد المشرع البريطاني لتعريف محدد للتجارة الإلكترونية إلى أنه اكتفى بما ورد في التوجيهات الأوربية المختلفة؛ على اعتبار أن بريطانيا هي إحدى دول الاتحاد الأوربي كما هو

معروف (بومحرث، 2019، ص ص 47-48).

*التشريعات العربية في إطار تعريف التجارة الإلكترونية: بادرت بعض الدول العربية بالإصلاحات التشريعية بشكل يتناسب مع التطورات الحاصلة في المجالات الإلكترونية، وسارعت إلى إصدار قوانين خاصة بالمعاملات التجارية الإلكترونية من هذه الدول ما يلي:

- تعريف التجارة الإلكترونية على مستوى التشريع التونسي: صدر القانون رقم 2000/83 في شأن مبادلات التجارة الإلكترونية بتاريخ 09 أغسطس 2000، والذي أورد في الفصل الثاني من الباب الأول المفاهيم المتعلقة بالتجارة الإلكترونية على النحو التالي: " يقصد في مفهوم القانون بـ التجارة الإلكترونية: العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية."

ويلاحظ على هذا القانون أنه قد أشار إلى بعض تقنيات الاتصال التي يمكن استخدامها في إبرام العقود عن بُعد وهي البيانات الإلكترونية، البريد الإلكتروني والتلغراف والفاكس، وهذه الوسائل وردت على سبيل المثال لا الحصر (الهواري، 2016، ص ص 24-25).

- تعريف التجارة الإلكترونية على مستوى تشريع جمهورية مصر العربية: أعدّ المشرع المصري مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري في مارس 2001 بمعرفة لجنة من مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصري، وقد ورد في المادة الأولى منه تعريفاً للتجارة الإلكترونية بأنها: " تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيط إلكتروني، أي كل معاملة تجارية تتم عن بُعد باستخدام وسيلة إلكترونية."

إنّ هذا التعريف يعكس رغبة المشرع المصري في وضع قانون يكتب له البقاء مدة طويلة، قبل أن يناله التعديل التشريعي في ظل التقدم العلمي والتقني غير المحدود والمتلاحق، لأنه لم يحدّد الوسيلة الإلكترونية التي تتم بها التجارة الإلكترونية فقد كان بعيد النظر؛ على الرغم من صدور قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004 والذي جاء خالياً من جهة تقنين للمعاملات والعقود الإلكترونية (طنطاوي، 2016، ص 29).

- تعريف التجارة الإلكترونية على مستوى تشريع إمارات دبي: عرّف التجارة الإلكترونية في القانون رقم 02 لسنة 2002، المتعلق بقانون المعاملات والتجارة الإلكترونية؛ بأنها: " المعاملات التجارية التي تنبأش بواسطة المراسلات الإلكترونية والمقصود بالمراسلات الإلكترونية هي عملية إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية التي تتمّ إلّا من خلال مواقع عبر الحواسيب ومن خلال الأنترنت." (الكسواني، 2008، ص 51).

والملاحظ على هذا التعريف أنه قريب جداً من التعريف الوارد في القانون التونسي، إذ أنه استبدل فقط مصطلح " المبادلات الإلكترونية " بمصطلح " المراسلات الإلكترونية "، كما أنه حذا حذوه في عدم تحديد الوسيلة الإلكترونية التي تتمّ من خلالها المراسلات (بومحرث، 2019، ص 50).

- تعريف التجارة الإلكترونية على مستوى تشريع المملكة الأردنية: فقد عرّف قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية الأردني التجارة الإلكترونية بأنها: " كل معاملة تجارية تتمّ عن بُعد باستخدام وسيلة إلكترونية." (طنطاوي، 2016، ص 31)

* **تعريف التجارة الإلكترونية على مستوى التشريع الجزائري:** بالرجوع إلى القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية؛ نجد المشرع الجزائري عرّف التجارة الإلكترونية في المادة 06 فقرة أ بأنها: " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بُعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية." (قانون رقم 18-05 ، 2018)

يُلاحظ من خلال هذا التعريف أنّ المشرع الجزائري جعل أي نشاط يكون عبر وسيلة اتصال إلكترونية سواء بتوفير سلع أو خدمات لمستهلك إلكتروني يعتبر تجارة ولو كان الغرض منه ليس تحقيق الربح. والمورد لا يمارس هذا النشاط بصفة دائمة كمفهوم التاجر في القانون التجاري الجزائري- والذي بموجب المادة الأولى منه يعدّ تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة له-، بالرغم من أنه اشترط على المورد الإلكتروني أن يكون مسجلا في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية (قانون رقم 18-05 ، 2018، المادة 80) ، أي أنّ المشرع خرج عن المفهوم التقليدي للتجارة الذي يحدّد طبيعة النشاط بالرجوع إلى صفة التاجر، وجعل للتجارة الإلكترونية طابعا خاصا.

ويُعاب على هذا التعريف أنّ التجارة الإلكترونية لا تتضمن فقط توفير بيانات المعلومات للسلعة والخدمة، وإنما تشمل كذلك عملية الدفع وإتمام المعاملة التجارية من خلال الدفع الإلكتروني، وتحديد طريقة استلام السلعة محل المعاملة التي غالبا ما تتم بعد مدة يحددها المتعاملين.

2.1.1. التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية: اختلف الفقهاء في تعريفهم للتجارة الإلكترونية باختلاف وجهات النظر إليها، فظهرت العديد من المحاولات التي قامت بتعريفها:

- يعرف صالح الحناوي التجارة الإلكترونية على أنها: " عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني، فهي تتضمن إنجاز مختلف الأعمال عن طريق الأنترنت من خلال جميع أطراف التعامل." (الحناوي، الصحن، 2004، ص159).

- يذهب بعض الباحثون في أدبيات الفكر التسويقي المعاصر أنّ مفهوم التجارة الإلكترونية هو مفهوم مشتق؛ يصف عمليات تبادل المنتجات من بيع وشراء وتبادل المعلومات بين البائعين والمشتريين عبر شبكات الحاسبات الآلية وشبكة الأنترنت، وبالتالي يُوصف مفهوم التجارة الإلكترونية بأنه مفهوم مشتق نظرا لأنه يمكن اشتقاق أكثر من تعريف له؛ وفقا للمنظور الذي يتّمس به تناول تلك الظاهرة الرقمية (طه، 2003، ص ص317-318).

- كما تعرّف التجارة الإلكترونية بأنها: " هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالصناعة والخدمات بواسطة المعطيات عبر شبكة الأنترنت." (سعداوي، 2008، ص11).

- وأيضا هي: " نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بعضهم ببعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات." (الهوش ، 2006، ص337).

- أو يقصد بها أداء الأعمال من خلال شبكة الأنترنت، وكذلك البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب (النجار، دياب، تامر النجار، 2006، ص 89).

وتجدر الإشارة إلى أنه يجب التمييز بين مصطلح التجارة الإلكترونية e-commerce ومصطلح الأعمال الإلكترونية e-business حيث أن هذا الأخير أكثر شمولاً؛ إذ يتضمّن بالإضافة إلى ما ذكر أعلاه تقديم الخدمات للزبائن والعمل التعاوني مع شركاء الأعمال، والتعليم الإلكتروني وإنجاز العمليات داخل المنظمات بشكل إلكتروني، ولكن غالباً ما يتم استخدام هذين المفهومين مكان بعضهما البعض (برهان، خطاب، 2008، ص 09).

2.1. أشكال التجارة الإلكترونية:

تصنّف أدبيات الفكر التسويقي المعاصر التجارة الإلكترونية إلى أربع أنواع رئيسية؛ وفقاً لطبيعة العلاقة السوقية بين البائع والمشتري وهي:

1.2.1. التجارة بين شركة – شركة (B2B): Business to Business: ويقصد بها تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة ومنظمات الأعمال المشتريّة عبر شبكة الأنترنت، بمعنى آخر هي كل الصفقات بيع – شراء التي تتم ما بين الشركات (نجم، 2004، ص 40).

وبدأت التجارة الإلكترونية أساساً بين المشروعات منذ سنوات خاصة في مجال خدمات التحويلات المالية بين المؤسسات المالية الكبرى، وهو ما يعرف بـ Firm to Firm Trade ثم انتشرت بين مختلف قطاعات الأعمال ومجالاته، وامتدت لتشمل حلقات الأعمال المختلفة لتقييم الروابط والعلاقات الأمامية مثل التسويق والتّحضير للأعمال مثل الموردين للموارد الأولية، ومن ثم أصبحت تعرف بـ **Business to Business (B2B)** ولاشك أن هذا التطور يعدّ ذا أهمية كبيرة بالنسبة للتعامل بين المشروعات المختلفة؛ سواء أكانت تتم في داخل الدولة الواحدة خاصة الدول المتقدمة أو بين المشروعات في دولة ما غيرها من المشروعات في دولة أخرى (السيد، 2006، ص 45).

2.2.1. التجارة بين شركة – مستهلك (B2C): Business to Consumer: تشهد التجارة الإلكترونية تطوراً سريعاً في التعاملات بين المشروعات والمستهلكين، مع تطور انتشار ما يمكن أن يطلق عليه ثقافة الأنترنت بين الأفراد في مختلف الدول؛ خاصة بين الشّباب وحديثي السن بسبب النّقد التكنولوجي للمعلومات، وانتشار الحاسبات الشخصية والتكنولوجيا الخلوية في الهاتف النقال وحاسب الجيب.

ويقصد بهذه التجارة التعاملات التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة والمستهلك أفراد مشتريين، وتعدّ أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعاً، ويحدث هذا النوع من التعامل عندما يقوم المشتري الفردي بزيارة موقع المنظمة البائعة على شبكة الأنترنت، وإجراء عمليات التسويق من خلال تصفح الصفحات الإلكترونية للموقع التي تحتوي بيانات وصور عن منتجات المنظمة وأسعارها وطرق السداد، يلي ذلك قيامه بانتقاء المنتج المرغوب بعد عمليات المقارنة والتّقييم ثم إصدار أمر الشراء للمنظمة (طه، 2003، ص 351 – 352).

3.2.1. التجارة بين مستهلك – مستهلك (C2C): Consumer to Consumer: ظهر هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية مع انتشار استخدام الأنترنت وظهور التّقنيات الحديثة، والأمثلة عن ذلك المواقع التي تنشر إعلانات المستهلكين على شبكة الأنترنت؛ ليتمكنوا من خلالها ممارسة عمليات البيع والشراء أو تقديم الخدمات إلى مستهلكين آخرين، ويعتبر النوع الرئيسي لهذا الشكل هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الرف الإلكتروني Electronic Bay، حيث يسمح الموقع للأشخاص بتقديم البضائع أو المقتنيات الشخصية أو الأثرية ذات القيمة إلى المزاد،

ويستطيع الآخرون المزايدة على الثمن، ويقوم الرف الإلكتروني بالخدمة كوسيط؛ حيث يتيح للعملاء عرض بضائعهم على الموقع الخاص بالرف الإلكتروني، وهذا الشكل ينافس التجارة الإلكترونية التي تتم بين الشركة التجارية والمستهلك (المزيني، 2018، ص ص 42-43).

2. المعوقات أو الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية

أثارت التجارة الإلكترونية جمل من الصعوبات والمشكلات القانونية التي تتطلب قوانين جديدة تعالج تلك الجوانب التي لم تتعرض لها القوانين النافذة، أو تتطلب إعادة النظر في القوانين القائمة لغرض مواكبة الطبيعة الخاصة للتجارة الإلكترونية؛ إذ تواجه التجارة الإلكترونية صعوبات من حيث اعتراف القوانين التقليدية بقانون إبرام العقد بالوسائل الإلكترونية، ومسألة الإيجاب والقبول الإلكتروني بين الأطراف المتعاقدة، ووقت انعقاد العقد وطريقة التعبير عن الإرادة؛ وما يرتبط بذلك من مسائل تتعلق بزمان ومكان انعقاد العقد الإلكتروني (الجواري، 2010، ص 10).

إنّ التغلغل المتعاطم والمتزايد لأنظمة الاتصال الإلكترونية؛ والتي يتم من خلالها إبرام العقود التجارية الإلكترونية، دفع المشرعين إلى التفكير مليا في وضع صيغ تشريعية وتنظيمية تضع الحلول المناسبة لمختلف المعوقات التي تواجه إبرام هذه العقود.

فإذا كانت الوسيلة المستخدمة في إبرام العقود التجارية هي السبب فيما تتمتع به هذه العقود من مزايا، فإنّه من الممكن أن تكون الوسيلة ذاتها هي السبب فيما يوجه إليها من نقد؛ لما تثيره من مشاكل ومخاطر تكون عائقا أمام استخدام ونمو هذا النوع من التجارة. ويمكن إجمال أهم هذه المعوقات في:

- **عدم توفر الأمن المعلوماتي:** تعتبر مسألة الأمن والثقة من أبرز عيوب التجارة الإلكترونية، إذ تزايدت عمليات الاحتيال

وسرقة أرقام بطاقات الائتمان والاختراق وتدمير المواقع الإلكترونية، وانتشار الفيروسات الإلكترونية والاستخدام غير المشروع لبيانات الطرف من جانب طرف ثالث، حيث يقوم البعض بتتبع البيانات الخاصة بالآخرين على شبكة الأنترنت بصورة غير قانونية، حتى أصبح متاحا لبعض الهواة والمحترفين النفاذ إلى مراكز المعلومات سواء الخاصة بالأفراد أو بالمراكز التجارية، أو بمراكز المعلومات العسكرية لبعض الدول (المزيني، 2018، ص 47).

وتتم عملية الاختراق الإلكتروني عن طريق تسريب البيانات الرئيسية والرموز الخاصة ببرامج شبكة الأنترنت، وذلك بصرف النظر عن الطريقة التي يتم بها التسريب. ومن صور عدم الأمان في التجارة الإلكترونية والذي يمثل خطرا؛ تخليق أرقام بطاقات الائتمان، حيث يتعارف مجرمو البطاقات على هذا الأسلوب باستخدام مصطلح Card Math والذي يعتمد بالدرجة الأولى على إجراء معادلات رياضية وإحصائية؛ بهدف تحصيل أو تخليق أرقام بطاقات ائتمانية مملوكة للغير، وهي كل ما يلزم للشراء عبر شبكة الأنترنت (طنطاوي، 2016، ص ص 46-47).

- **فقدان الثقة في التعامل عبر الأنترنت:** إنّ المعاملات التجارية قوامها الثقة إلا أنها قد تكون مهددة بعدم الصحة عبر الوسائل

الإلكترونية، مما يؤدي إلى فقدان الفرص بالنسبة للأعمال وعدم تحقيق الفوائد، فكثيرا ما يتعرض المستهلكون لمخاطر؛ لأنّ المستهلك يعهد بأمواله إلى أنظمة إلكترونية تتعرض للهجوم (مؤمن، 2007، ص 17).

- **ضعف السيادة الوطنية للدولة وعدم الحفاظ على القيم والممتلكات:** تطبق الدول أنظمتها وقوانينها داخل إقليمها على

الأفراد الطبيعيين والمعنويين، وعلى جميع التعاملات التي تتم داخل الدولة، ولكن التعامل التجاري عبر شبكة الأنترنت يتيح للبعض اللجوء إلى طرق غير مألوفة لترويج سلع أو منتجات أو خدمات محظورة في البلدان التي يقيمون على أرضها؛ وذلك لعدم قدرة الدولة على منع المواد غير الأخلاقية من صور وأفلام، والتي تروج وتعرض عن طريق المواقع الإلكترونية، وكذلك عدم قدرة الدولة على السيطرة على العمليات النقدية والتي تتم من خلال التحويلات الإلكترونية، وعدم قدرتها على تحصيل الضرائب، بالإضافة إلى عدم إمكانية حماية الملكية الفكرية للبرامج وللكتب الإلكترونية (المزني، 2018، ص 49).

- **مشكلة القانون الواجب التطبيق والمحكمة المختصة:** إن التجارة الإلكترونية لا تقتيد بحدود جغرافية معينة، لذا فإن الحجم

المتزايد من العمليات التجارية التي تتم عبر الشبكة بين الأطراف المتعاقدة يتمتعون بجنسيات مختلفة، هذا يدل على أن معظم المعاملات ترتبط بأكثر من دولة؛ مما يثير مشكلة تنازع القوانين والبحث عن القانون الواجب التطبيق على الالتزامات التعاقدية، وتحديد الاختصاص القضائي في حالة نشوب نزاع بين الأطراف المتعاقدة، وكذا ما يتعلق بتنفيذ الأحكام الأجنبية للمحاكم (مومني، 2003، ص 42).

- **التحديات الضريبية:** يصعب تتبع التسليم المادي للمنتجات الإلكترونية المباعة، إضافة إلى قصور التشريعات عن تنظيم

آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الإلكترونية، فقد تركّز الاهتمام في الماضي على سبل تعزيز وفرض الشمولية على كافة الأوعية الضريبية؛ والتي قد تكون ناتجة عن النشاطات والتجارة التقليدية، ولكن في الوقت نفسه لم تمنح معظم الدول لأنظمتها المرنة الكافية للتأقلم مع المستجدات العالمية وخصوصا التكنولوجية منها، وبالتالي لا يمكن اعتبار الأنظمة الضريبية الآن مهيأة لاستقبال ومتابعة عمليات التجارة الإلكترونية؛ سواء على المستوى الفني أم التشريعي (كارزان 2021، ص 218).

للإشارة فإنّ المشرع الجزائري لم يعالج مسألة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية؛ لذا فبعض السلع يتم تداولها عبر شبكة الأنترنت لا تمر عبر الحواجز الجمركية العادية؛ كون أن المشرع أغفل كليا وضع ضوابط تتلاءم والتطورات التقنية. مما يؤدي إلى التهرب الضريبي وبالتالي تقليص حصة الدولة من جباية الضريبة؛ وهذا ما يشجع التجار إلى تحويل الجزء الأكبر من مبيعاتهم عبر الأنترنت.

- **حجية الإثبات في العقود التجارية الإلكترونية:** إن عدم القدرة على التحقق من شخصية المتعاقدين بالطريقة التقليدية؛

يؤدي إلى الوقوع في شباك التنصت وسرقة بطاقات الائتمان لعملاء التجارة الإلكترونية والمحتالين والمتطفلين والقراصنة.

والإثبات الإلكتروني هو إقامة الدليل أو الحجة أمام القضاء باستخدام وسيلة إلكترونية، أو صيغة أو أكثر من صيغ البيانات الإلكترونية، وتنفيذ العقود التجارية الإلكترونية عند نشوء نزاع بين المتعاقدين يحوم غالبا حول إثبات هذه العلاقة التعاقدية؛ ففي معظم الحالات ينكر أحد الطرفين وجود هذه العلاقة أو ينازع في أحد بنود العقد (كارزان 2021، ص217).

هذا وإن كانت مسألة غياب المستندات الورقية تعدّ إحدى مزايا التجارة الإلكترونية من جانب، فهي من الجانب الآخر تشكل أحد مخاطرها؛ لأنّ الوثائق الإلكترونية التي تحل محل الوثائق الورقية لا تحظى بدرجة الموثوقية ذاتها التي تحظى بها هذه الأخيرة في الإثبات، فعلى الرغم من التطور الذي شهدته وتشيده تكنولوجيا المعلومات ودخولها كافة المجالات؛ فإنّ الكتابة الإلكترونية لازالت غير مساوية للكتابة الورقية أو التقليدية على الأقل على مستوى الاطمئنان النفسي، كما أنّ التوقيع الإلكتروني لازال يواجه مشكلة في اعتماده كمقابل للتوقيع اليدوي أو التقليدي (بومحرث، 2019، ص ص72-73).

• **زمان ومكان انعقاد عقد التجارة الإلكترونية:** يتميز العقد الإلكتروني بغياب التواجد المادي بين أطرافه؛ لذا قد يكون

فاصل زمني بين صدور الإيجاب واتصاله بعلم من وجه إليه، ونفس الشيء بالنسبة للقبول. لهذا يصعب تحديد زمان ومكان ارسال واستلام الرسالة الإلكترونية.

للإشارة فإنّ لمسألة تحديد زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني أهمية؛ تتجلى في تحديد الوقت الذي يحق فيه للمستهلك الرجوع عن التعاقد ومن هذه اللحظة يبدأ حساب سريان مدة التقادم، كما تبرز أهمية تحديد مكان إبرام العقد الإلكتروني في تحديد المحكمة المختصة والقانون الواجب التطبيق.

1.2. زمان انعقاد العقد: إن التعاقد عبر الأنترنت هو تعاقد بين غائبين ذو طبيعة خاصة؛ وذلك لانعدام الفارق الزمني الملموس بين صدور الإيجاب وبين تلقي القبول، لما تحققه شبكة الأنترنت من اتصال مباشر وتفاعل فوري متعاصر بين الطرفين على الرغم من أنهما غير مجتمعين في مجلس عقد واحد. ويدور الفقه التقليدي بين أربع نظريات تتناول تحديد زمان انعقاد العقد، لذا نتناول هذه النظريات من زاوية الخصوصية التي يتمتع بها التعاقد عبر الأنترنت لمعرفة لحظة الانعقاد وهي:

أ- **نظرية صدور القبول وإعلانه:** العقد ينعقد بمجرد صدور القبول ممن وجه الإيجاب إليه.
ب- **نظرية تصدير القبول:** ينعقد العقد على الشبكة بعد الضغط على أيقونة الإرسال، ومن ثم ترسل الرسالة ولا يمتلك القابل السيطرة عليها.

ج- **نظرية تسلم القبول:** ينعقد العقد عند تسلم الموجب للقبول، ويكون التسلم قرينة على العلم به.

د- **نظرية العلم بالقبول:** ينعقد العقد بعد القراءة والإطلاع على البريد الإلكتروني المتضمن القبول.

***الرأي الراجح:** الراجح فقها وقانونا أن النظرية تسلم القبول الأكثر واقعية وتعبيرا عن انعقاد العقد عبر البريد الإلكتروني، وهذا ما ذهب إليه المادة 03/02 من اتفاقية الأمم المتحدة للتجارة الإلكترونية (طنطاوي، 2016، ص ص217-221).

-موقف المشرع الجزائري : أخذ بنظرية العلم بالقبول بمقتضى المادة 67 ق.مدني(أمر رقم 75-58، 1975). وتطبيقا لهذه النظرية بشأن العقود المبرمة بالبريد الإلكتروني أو الفاكس؛ يمكن القول بأن العقد ينعقد في هذه الحالة في اللحظة التي يعلم فيها الموجب بالقبول، أي بقيامه بفتح صندوق بريده الإلكتروني والاطلاع على رسالة القابل، أو في حالة وصول الرسالة إلى جهاز الفاكس المرسل إليه والاطلاع عليها من قبل الموجب في حالة التعاقد عبر الفاكس.

2.2. مكان انعقاد العقد: اختلف الفقه كذلك في تحديد مكان انعقاد العقد؛ فمنهم من اعتبر أن العقد قد تم إبرامه في:

- مكان تصدير القبول

- محل إقامة المستهلك

- مكان علم الموجب بالقبول.

وتجدر الإشارة إلى أن قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية حدد مكان إبرام العقد(قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، المادة 15) بمقر عمل المرسل إليه؛ ما لم يتفق المنشئ والمرسل على خلاف ذلك. وإذا كان للمنشئ أو المرسل إليه أكثر من مقر عمل واحد كان مقر العمل هو المقر الذي له أوثق علاقة بالمعاملة المعنية، أو مقر العمل الرئيسي إذا لم توجد مثل تلك المعاملة، وإذا لم يكن للمنشئ أو المرسل إليه أكثر من مقر عمل يشار إلى محل إقامته المعتاد(طنطاوي، 2016، ص233).

- موقف المشرع الجزائري: التعاقد بين غائبين يتم في المكان الذي يعلم فيه الموجب بالقبول مالم يوجد اتفاق يقضي بغير ذلك؛ وفقا ما نصت عليه المادة 67 ق. مدني(أمر رقم 75-58) ؛ لكن هذه المادة تثير العديد من الإشكالات خاصة وأتينا نعلم أن الموجب بإمكانه الاطلاع على قبول الطرف الآخر في أي مكان، لذا يمكن أن يكون مكان إبرام العقد غير محل كلا المتعاقدين؛ وبالتالي يخضعان لقانون آخر غير قانون دولتهما. لذا نأمل من المشرع إدراج نص يحدد زمان ومكان برام العقد الإلكتروني.

* **التأكد من أهلية المتعاقدين:** إن عارض السلع والخدمات على شبكات الأنترنت تتوفر فيه أهلية التعاقد؛ لأنه وفقا للمادة 08 من قانون 05-18 يستوجب توافر شروط لممارسة التجارة الإلكترونية، على أن يتم الحصول على ترخيص لممارسة النشاط التجاري، بخلاف مستقبل السلع والخدمات قد تتوفر فيه أهلية التعاقد وقد يكون ناقص الأهلية أو عديمها؛ مما يؤثر على صحة العقد.

ما يلاحظ أن المشرع الجزائري لم يقم بمعالجة هذه الإشكالية، واكتفى من خلال قانون 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين(قانون 04-15، 2015). بالنص على الوسائل التي يتم من خلالها التحقق من هوية المتعاقد، ونص في المادة 03 مكرر من المرسوم التنفيذي 162-07 (مرسوم تنفيذي رقم 07-162 2007) على أن التوقيع الإلكتروني هو: " معطى ينجم عن استخدام أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و323 مكرر 01 من الأمر 75-58.."

كما عرفت المادة 07/02 من قانون 04-15 شهادة التصديق بأنها: "وثيقة في شكل إلكتروني تثبت الصلة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع."

بناء عليه يشكّل التصديق الإلكتروني الوسيلة الأكثر موثوقية لضمان هوية مصدر التوقيع الإلكتروني، وسلامة الرضا ونسبة التوقيع إلى الموقع. لذا ينبغي على مشرعو قانون التجارة الإلكترونية أن يضعوا نصوص قانونية لحماية المستهلك القاصر لأنه بحاجة إلى الحماية؛ باعتباره الطرف الضعيف في العقد، كما قد يدفعه صغر سنه إلى قبول شروط التعاقد لا يقبلها المستهلك الراشد.

الخاتمة:

للتجارة الإلكترونية الدور الكبير في تطوير النشاط التجاري؛ باعتبارها وسيلة هامة للوصول إلى أسواق العالم في أسرع وقت ممكن وبأقل مجهود؛ لما لها من مميزات أدركت الدول والمنظمات الدولية أنه لا غنى عن تدخلها على المستوى الوطني والدولي، لوضع إطار منظم لمعاملات التجارة الإلكترونية من أجل بعث الثقة وتنظيم العلاقات التي تنشأ بين أطرافها. ومن هنا تأثرت المعاملات المدنية والتجارية بهذا الواقع الجديد، هذه الأخيرة تحولت من تجارة تقليدية إلى ما يعرف بالتجارة الإلكترونية.

ولقد توصلنا في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات نردها فيما يلي:

أولاً: النتائج

- قلة حجم الأموال العربية المستثمرة في الوطن العربي لتوطين الصناعات الإلكترونية وتطبيقاتها، التي تعود أغلبها إلى السياسات المالية والنقدية المتبعة في الدول العربية، والتي لا تساعد على جذب هذه الأموال.
- لا بد من الحيلة والحذر من دخول غمار التجارة الإلكترونية، ولا يكون ذلك إلا بوضع تشريعات دولية ووطنية تنظم مختلف جوانب الحياة التجارية؛ من أسس وشروط وحماية وقضاء، وتوحيد النمط باتفاق كل الفاعلين وحتى المستفيدين من التجارة الإلكترونية، ومشاركة الجميع بآليات كفيلة بتحسين الأداء والتعامل بمصداقية وعدم التهرب من المسؤوليات، وإحداث رقابة دولية ووطنية تحمي ما تتطلبه التجارة الإلكترونية.
- إنَّ الضعف الواضح في مؤشرات التجارة الإلكترونية العربية بالمقارنة مع مؤشرات هذه التجارة في الدول المتقدمة؛ يمكن رده إلى عدّة أسباب من أهمها ضعف أو عدم وجود التشريعات والقوانين الناضجة لعمل التجارة الإلكترونية.

ثانياً: التوصيات

- زيادة ودعم الاستثمار في مجال إعداد وتطوير الموارد البشرية العربية المتعاملة مع تقنيات التجارة الإلكترونية، وفي فروع التخصصات ذات الصلة بمجالات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات؛ من خلال التعليم والتدريب وتعزيز بيئة الابتكار والابتكار، وروح المبادرة وتعزيز جهود البحث العلمي.
- تفعيل التواصل بين المستثمرين العاملين والهيئات العليا العاملة في هذا المجال؛ عن طريق عقد الندوات والدورات وتوزيع نشرات إرشادية.
- العمل على سن التشريعات القانونية وتحديد الأطر التنظيمية لحماية مستخدمي تقنية المعلومات، والحفاظ على حقوق المستهلكين والبائعين في بيئة التجارة الإلكترونية.
- إعطاء الأولوية لقطاع الاتصالات وتقنية المعلومات عند إعداد الاستراتيجيات الوطنية.

- الحاجة إلى وجود تعاون وتنسيق بين الدول العربية في مجال الصناعة الإلكترونية واستثمار المعلومات.
- تأمين وحماية المعلومات الخصوصية والتصدّي والقرصنة.

قائمة المراجع:

أولا/ الكتب:

- إبراهيم بختي(2008)، التجارة الإلكترونية - مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة-، الطبعة 02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- أبو بكر محمود الهوش(2006)، الحكومة الإلكترونية- الواقع والآفاق-، الطبعة 01، مجموعة النيل العربية، مصر.
- السيد أحمد عبد الخالق(2006)، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية - بحوث ودراسات-، مصر.
- بسمان نواف فتحي الراشدي(2014)، عقود التجارة الإلكترونية وقواعد إبرامها، الطبعة 01، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر.
- خالد ممدوح إبراهيم(2011)، إبرام العقد الإلكتروني -دراسة مقارنة-، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر.
- رأفت رضوان(1999)، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر.
- سلطان عبد الله محمود الجوّاري(2010)، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق - دراسة قانونية مقارنة، الطبعة 01، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان.
- سليم سعداوي(2008)، عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة-، الطبعة 01، دار الخلدونية للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
- شادي رمضان إبراهيم طنطاوي(2016)، النظام القانوني للتعاقد والتوقيع في إطار عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة 01، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، مصر.
- صالح الحناوي، محمد فريد الصحن(2004)، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، مصر.
- صفوان حمزة إبراهيم عيسى الهوّاري(2016)، الأحكام القانونية لعقود التجارة الإلكترونية -دراسة مقارنة-، الطبعة 03، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
- طارق طه(2003)، التسويق والتجارة الإلكترونية، الطبعة 02، منشأة المعارف، مصر.
- طاهر شوقي مؤمن(2007)، عقد البيع الإلكتروني، دار النهضة العربية، مصر.
- عامر محمود الكسواني(2008)، التجارة عبر الحاسوب، الطبعة 01، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
- غازي بن فهد بن غازي المزيني(2018)، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة تأصيلية تطبيقية مقارنة-، الطبعة 01، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الرياض.

- فريد النجار(2006)، وليد دياب، تامر النجار، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- ليندة بومحراث(2019)، تسوية منازعات التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر.
- محمد نور برهان، عز الدين خطاب(2008)، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر.
- نجم عبود نجم(2004)، الإدارة الإلكترونية - الاستراتيجية والوظائف والمشكلات-، الطبعة 01، دار المريخ للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، المملكة السعودية، الرياض.
- نضال سليم برهم(2009)، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة 01، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
- ثانيا/المقالات:**
- كارزان زين العابدين صلاح الدين(2021)، " الطبيعة القانونية لعقود التجارة الالكترونية وتحدياتها "، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 07، العدد 01، مخبر السيادة والعولمة، جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر.
- ثالثا/ الرسائل الجامعية:**
- بشار طلال أحمد مومني(2003)، مشكلات التعاقد عبر الأنترنت - دراسة مقارنة-، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر.
- رابعا/المداخلات:**
- صدقي حسن سليمان(2001)، " المستلزمات القانونية لتنظيم ونفاذ عقود التجارة الإلكترونية "، مؤتمر اقتصاديات دول مجلس التعاون الخليجي: فرص القرن الحادي والعشرين، المجلد 03، كلية العلوم الإدارية والتخطيط، جامعة الملك فيصل، السعودية.
- خامسا/ النصوص القانونية:**
- قانون 04-15 مؤرخ في 2015/02/01 يحدّد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتّصديق الإلكترونيين، جريدة رسمية عدد 06، الصادر في 10 فبراير 2015.
- قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلّق بالتجارة الإلكترونية، جريدة رسمية عدد 28، الصادر في 16 ماي 2018.
- أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمّن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، معدّل ومتمّم.
- مرسوم تنفيذي رقم 07-162 مؤرخ في 30 مايو 2007، يعدّل ويتمّم المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المؤرخ في 09 ماي 2001، والمتعلّق بنظام الاستغلال المطبّق على كل نوع من أنواع الشّبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السّلكية واللاسلكية، جريدة رسمية عدد 37، الصادر في 07 يونيو 2007