

التجارة الإلكترونية: دراسة شرعية قانونية على ضوء المقاصد الشرعية

E-commerce from Islamic Law, Legal, and objective perspective

د/ أمين ماحي

Amin MAHI

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة

مخبر المخطوطات والحضارة الإسلامية في شمال إفريقيا

mahi.amin@univ-oran1.dz

تاريخ القبول: 2025/06/11

تاريخ الإرسال: 2024/12/29

الملخص:

يبرز الهدف من هذه الورقة البحثية في التعرف على حقيقة التجارة الإلكترونية وما يقاربها من مصطلحات مشابهة لها، مع بيان أهم الضوابط لاستخدام التجارة الإلكترونية وما لها من إيجابيات تنسجم بها من اتساع نطاق سوقها وانخفاض ميزانيتها مقارنة بالتجارة التقليدية. وكذا ما لها من سلبيات خاصة عند تعرضها للقرصنة والاحتيال، ثم أخيرا بيان الحماية الشرعية للتجارة الإلكترونية سواء من ناحية مواجهة الغش والتضليل الإلكتروني، أو من خلال حماية البيانات الشخصية، أما الحماية القانونية فمن خلال حماية الجنايات من المورد الإلكتروني أو من الأنشطة غير المشروعة أو من مخالفة قواعد الإشهار الإلكتروني. الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية؛ القانون؛ الشريعة؛ المورد الإلكتروني؛ الإشهار الإلكتروني.

Abstract:

The aim of this research paper is to identify the reality of e-commerce and similar terms, with a statement of the most important controls for the use of e-commerce and its advantages of the breadth of its market and low budget compared to traditional trade, as well as its negatives, especially when exposed to piracy and fraud, and then finally a statement of legitimate protection of e-commerce, whether in terms of confronting fraud and electronic misinformation, or through the protection of personal data, as for legal protection through Criminal protection from the electronic supplier or from illegal activities or from violating the rules of electronic advertising.

Key words: e-commerce; law; Sharia; e-resource; electronic advertising.

مقدمة:

لا يختلف اثنان أن ما يشهده العالم المعاصر من تطور علمي وتكنولوجي في شتى الميادين والمجالات كان له الأثر البالغ على معاملات الناس فيما بينهم مع انتشار الوسائل التقنية الحديثة واتساع استعمال شبكة الأنترنت على نطاق واسع من هذا العالم الفسيح، مما أضحت التقارب بين الناس في مختلف مناطق المعمورة أقرب إلى القرية الصغيرة، خاصة مع ظهور المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي انعكس على التعاملات التجارية بظهور تقنيات إلكترونية تنسجم بسرعة أكبر

وسهولة في التعامل بين الأفراد، سواء داخل نطاق واحد من المجتمع أو خارجه الذي قد يمتد لأي رقعة جغرافية من العالم.

أولاً: أهمية الموضوع

تبرز أهمية الموضوع في النقاط الآتية:

1. علاقة التطورات التكنولوجية والتقنيات العلمية في وسائل الاتصال التي يشهدها العالم في مختلف المجالات بموضوع التجارة الإلكترونية وأثرها في التعامل والمبادلات بين الأفراد والمؤسسات التجارية.
2. ارتباط موضوع التجارة الإلكترونية بفقه النوازل المعاصرة التي لها أبعادها الفقهية والمقاصدية والقانونية، الأمر الذي يتطلب بيان أهم الأحكام التي عالجها فقهاء الشريعة والقانون والمقاصد المرجو منها.
3. الانتشار الواسع لهذا النوع من التبادلات التجارية إلكترونياً عبر مختلف الوسائط الإلكترونية وخاصة على منصات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الهدف من الموضوع

تحدد أهداف الدراسة البحثية في النقاط الآتية:

1. ضبط التصور الحقيقي لمفهوم التجارة الإلكترونية وما يقاربها من مصطلحات.
2. تحديد ضوابط استخدام التجارة الإلكترونية شرعاً وقانوناً.
3. بيان إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية.
4. التعرف على تأثير تكنولوجية الاتصال وأثرها في مجال المعاملات التجارية بين الأفراد والمؤسسات التجارية.
5. بيان أهمية التجارة الإلكترونية ومدى حمايتها في التشريع الإسلامي والقانوني.

ثالثاً: منهج البحث

اقتضت طبيعة الموضوع دراسته وفق المنهج التحليلي منهجاً رئيسياً يقوم على التحليل والاستنباط، ثم ثانياً على المنهج الوصفي منهجاً مساعداً من خلال التعريف بمصطلحات البحث ووصفها لإزالة الغموض عنها سواء من الجانب الشرعي أو القانوني.

رابعاً: الإشكالية

تطرح الورقة البحثية للموضوع محل الدراسة إشكالا مهماً مفاده: كيف عالجت كل من أحكام الشريعة الإسلامية والقانون الجزائري موضوع التجارة الإلكترونية في ظل التطورات التقنية والتكنولوجية المتسارعة من جهة، وما تشهده المعاملات التجارية الإلكترونية من حركية واسعة وسرعة كبيرة جداً في المبادلات التجارية وسهولة التعاقد بين الأطراف من جهة أخرى، وما يمكن أن ينجر عنها من تهديد وأخطار تنعكس على سلامة وصحة هذا النوع من المعاملات الحديثة؟، ويندرج تحت هذا الإشكال جملة من التساؤلات الأخرى من أبرزها:

1. ما المقصود بمصطلح التجارة الإلكترونية شرعاً وقانوناً؟
2. ماهي أهم المصطلحات التي لها ارتباط بالتجارة الإلكترونية؟
3. ماهي ضوابط التعامل بهذا النوع من التجارة؟
4. ماهي المميزات الإيجابية والسلبية للتجارة الإلكترونية؟

5. ماهي الآليات التي تحمي التجارة الإلكترونية من المخاطر الإجرامية؟

خامسا: تقسيم الدراسة

وللإجابة على هذا الإشكال المطروح تم تقسيم الدراسة إلى الخطة الآتية:

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لمصطلحات الدراسة

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: تعريف العقد الإلكتروني.

المطلب الثالث: تعريف المستهلك الإلكتروني.

المطلب الرابع: تعريف المورد الإلكتروني.

المطلب الخامس: تعريف الإشهار الإلكتروني.

المبحث الثاني: ضوابط استخدام التجارة الإلكترونية وآثارها.

المطلب الأول: ضوابط استخدام التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: المقاصد العامة من تفعيل التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية

المبحث الثالث: الحماية الشرعية والقانونية للتجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: الحماية الشرعية للتجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية.

خاتمة: لأهم النتائج والتوصيات.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لمصطلحات الدراسة

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

من أبرز التعريفات التي ترد على مفهوم التجارة الإلكترونية نذكر الآتي:

1. تعريف فقهاء الشريعة الإسلامية: حاول المختصون في الفقه الإسلامي ضبط تصور علمي للتجارة الإلكترونية باعتباره موضوعا متداولاً في الأوساط الاقتصادية والقانونية وإضفاء الصبغة الفقهية عليها ومن التعاريف التي ذكروها قولهم: "ارتباط إيجاب بقبول على وجه يظهر أثره في المعقود عليه دون حضور مادي لطرفيه، وذلك باستخدام وسيلة إلكترونية للاتصال عن بعد كلياً أو جزئياً، فمتى حصل الارتباط والإيجاب وكان هذا الارتباط موافقاً لقواعد الشريعة مستوفياً شرائطه التي لا بد منها للارتباط وجرى الارتباط بين طرفين بواسطة إلكترونية يسمى ذلك عقداً إلكترونياً"¹.

ويلاحظ على هذا التعريف أن صاحبه حاول الجمع بين المفهوم التقليدي لعقد البيع عند الفقهاء الذي يركز أساساً على ركن الإيجاب والقبول في مجلس التعاقد بين طرفي العقد، وبين المفهوم العصري لحقيقة التجارة الإلكترونية التي تستلزم اجتماع افتراضي بين طرفي العقد عبر أحد الوسائط الإلكترونية دون إخلال بالشروط التي قررتها قواعد الشريعة الإسلامية لإبرام العقود بين البائع والمشتري.

2. تعريف القانون الجزائري: عرف المقتن الجزائري التجارة الإلكترونية بموجب القانون رقم

05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، في نص المادة (6) على أنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

وبناء على هذا التعريف الذي قدمه المقنن الجزائري فإنه يلاحظ عليه أنه يركز في ضبط التعريف على الجانب الذي تتم به عملية التعاقد والمتمثلة أساسا في تلك الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تكون بين طرفين أحدهما بائع والآخر مشتري، متصلين افتراضيا أثناء جريان المعاملة التجارية بينهما عبر شبكة الأنترنت، يضمن فيها البائع ما يطلبه المشتري وهو (المستهلك الإلكتروني).

أما من حيث المقارنة بين التعريفين الشرعي والقانوني فإنه يلاحظ على كلا التعريفين بأنهما يتفقان في وسيلة الارتباط بين الأطراف المتعاقدة (البائع والمشتري مثلا) عند إبرام العقد، والتي تكون عبر وسائل إلكترونية حديثة مثل الأنترنت أو الهاتف وتطبيقات الجوال أو الفاكس... الخ.

كما يلاحظ أيضا عند المقارنة بين التعريفين أن التعريف الشرعي جاء مقيدا بضرورة الالتزام بقواعد الشريعة الإسلامية عند إبرام أي معاملة مالية بين الأطراف مستوفية الشروط المنصوص عليها شرعا لصحة العقود فيها وإلا كانت باطلة أو فاسدة، في حين أن المفهوم القانوني جاء خاليا من الإشارة إلى قواعد والشروط القانونية التي ينبغي توافرها عند الارتباط بالتعاقد الإلكتروني، واكتفى بذكر النشاط العام الذي يكون بين الطرفين إلكترونيا.

كما يلاحظ أيضا أن المفهوم الشرعي جاء مبينا لأركان العقد الإلكتروني عند مباشرة النشاط التجاري إلكترونيا، (الصيغة، والأطراف المتعاقدة عن بعد، والمعقود عليه)، في حين بالعودة إلى القانون رقم 05-18 نلاحظ أن المقنن الجزائري فرق بين مفهوم التجارة الإلكترونية ومفهوم العقد الإلكتروني والذي سنذكره لاحقا.

المطلب الثاني: تعريف العقد الإلكتروني

1. تعريف فقهاء الشريعة الإسلامية: عرف المعاصرون حقيقة العقد الإلكتروني بتعريفات متقاربة ومن أبرز ما جاء في بيان حقيقته قولهم: "ارتباط إيجاب بقبول على وجه يظهر أثره في المعقود عليه، دون حضور مادي لطرفيه، وذلك باستخدام وسيلة إلكترونية للاتصال عن بعد كلياً أو جزئياً"².

ويلاحظ على التعريف الجمع بين مفهوم العقد العادي كما نص على ذلك جمهور الفقهاء من ارتباط إيجاب وقبول بين طرفي العقد وبين إضفاء الصفة التقنية في التعاقد التي غالبا ما تكون بوسائط إلكترونية حديثة تمكن طرفي العقد من التواصل لمباشرة إجراءات التعاقد بينهما.

2. تعريف القانون الجزائري: تعريف العقد الإلكتروني في القانون الجزائري جاء بموجب القانون السابق المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث نصت المادة السادسة (6) منه على أنه: "عقد يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني"³.

ويلاحظ على التعريف الذي نص عليه المقنن الجزائري لمفهوم العقد الإلكتروني أنه يختلف شكلا ومضمونا عن التعريف التقليدي للعقد العادي، الذي يقتضي حضور المتعاقدين في مجلس واحد لمباشرة إجراءات العقد وإبرامه بين الطرفين، ولعل هذا يقودنا إلى ما قصده المقنن الجزائري من التفريق بين مفهوم التجارة الإلكترونية ومفهوم العقد الإلكتروني حتى يبين الاختلاف بين مفهوم العقد العادي والعقد الإلكتروني.

المطلب الثالث: تعريف المستهلك الإلكتروني

1. تعريف فقهاء الشريعة الإسلامية: لم يختلف المعاصرون في بيان مفهوم المستهلك خاصة وأنه من المصطلحات المعاصرة التي أصبحت تتداول، وللجمع بين حقيقة المستهلك العادي والإلكتروني وبناء على ما ذره الباحثون من تعاريف، استخلصت مفهوما يجمع بين مفهوم المستهلك العادي وربطه

بحقيقة المستهلك الإلكتروني على اعتبار أن الفارق بينهما يكمن في الوسيلة لا في الغاية، وعليه فالمستهلك الإلكتروني في معناه الفقهي الشرعي هو: "كل من يؤول إليه الشيء بطريق الشراء المعتبر شرعا باستخدام وسيلة إلكترونية بقصد الاستهلاك أو الاستعمال"⁴.

2. تعريف القانون الجزائري: لم يفت المقنن الجزائري إعطاء مفهوم خاص بالمستهلك الإلكتروني وهو ما نص عليه بموجب نص المادة السادسة (6) من أحكام القانون رقم 05-18 على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي"⁵.

يلاحظ على هذا التعريف أن المقنن الجزائري قد نص صراحة على بيان طبيعة المستهلك الإلكتروني، حتى لا يتم الخلط بينه وبين المستهلك التقليدي، بحيث يفهم من نص المادة السادسة (6) على أن الفارق الجوهرى بينهما، يكمن في تقييد المستهلك الإلكتروني بوسائل الاتصال الإلكترونية التي تكون بالضرورة عبر شبكة الأنترنت، وهذا المعيار الذي ركز عليه المقنن الجزائري في مختلف التعاريف السابقة في تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية والعقد الإلكتروني، وكأن المقنن الجزائري يريد من ذلك كله تغليب الجانب الموضوعي المتمثل في وسائل الاتصال الإلكتروني عندما يكون أمام مستهلك إلكتروني أما المستهلك التقليدي فكانت نظرتة تتمثل في تغليب الجانب الشخصي، وهذا فارق جوهري يجب انتباه له عند تحديد الفرق بين المستهلكين نتيجة التشابه الكبير وصعوبة التفريق بينهما إلا في جزئيات وتفاصيل دقيقة جداً، نبه إليها القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الرابع: تعريف المورد الإلكتروني

1. تعريف فقهاء الشريعة الإسلامية: من التعريفات الفقهية المعاصرة لمفهوم التوريد الإلكتروني ما ذكره الشيخ حسن الجواهري على أنه: "عقد بين الطرفين في توريد السلع أو المواد المعينة المحددة صفتها في مدة محددة بثمن معلوم يدفع بأقساط"⁶، ومما يلاحظ على التعريف أنه أغفل الوسيلة الإلكترونية التي يتم بها عقد التوريد بين الطرفين، إلا أنه بين حقيقته الشرعية وأخرج من عقد التوريد الإلكتروني ما قد يشكل على أنه عقد سلم الذي يكون فيه الثمن مقدم والسلعة مؤجلة، ولا يكون نسيئة التي تتقدم فيها السلعة ويتأجل الثمن، وما هنا في عقد التوريد الإلكتروني يكون فيهما الثمن معلوما والسلعة معينة في زمن مؤجل⁷.

2. تعريف القانون الجزائري: عرف المقنن الجزائري المورد الإلكتروني في نص المادة السادسة (6) من نفس القانون السابق على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁸.

يلاحظ على التعريف أن القانون الجزائري أكد في مرة أخرى في ضبط المفاهيم القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، ومن ذلك مصطلح المورد الإلكتروني على أهمية الجانب الرقمي باعتباره جوهرها فارقاً في كل المصطلحات المتعلقة بقانون التجارة الإلكترونية مقارنة بغيرها من المصطلحات التقليدية التي كانت فيها العمل التجاري بعيداً كل البعد عن المجال الرقمي نظراً لطبيعة التجارة الإلكترونية التي كانت تعتمد على الوسائل المتاحة من حيث التعاقد والتوريد والتسويق، والتي لم تكن في مستوى التطور الهائل الذي يشهده العصر الحالي من انتشار واسع لشبكة الأنترنت ومختلف الوسائط الإلكترونية من مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها التي أضحت ملاذاً حقيقياً لممارسة التجارة الإلكترونية بكل بساطة وجلب

أكبر عدد ممكن من الموردين لعرض السلع والخدمات وتسويقها بسهولة وعرضها أمام المستهلك الإلكتروني.

المطلب الخامس: تعريف الإشهار الإلكتروني

1. **التعريف الشرعي:** لا يخرج مفهوم الإشهار الإلكتروني عند الفقهاء عن معنى الترويج والدعاية والإعلان عن مختلف المنتجات والبرامج عبر الوسائط الإلكترونية الحديثة، بشرط أن يكون الترويج للسلع والخدمات والبرامج جائزة شرعاً، ومشروعية الإشهار الإلكتروني يستند على أدلة منها: استصحاب قاعدة الأصل في الأشياء الإباحة ما لم يرد دليل على المنع والحظر، والإشهار والترويج للتجارة من قبيل الأمور مباحة شرعاً، واستناداً كذلك على قاعدة التيسير ورفع الحرج على الناس في التعرف على المنتجات بسهولة دون تكلف ولا عوائق، وهذا مصداقاً لوله تعالى: ﴿يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ﴾ (البقرة: 185)، ومن السنة النبوية من حديث عائشة رضي الله تعالى عنها: "ما خير رسول الله ﷺ بين أمرين إلا أخذ أيسرهما، ما لم يكن إثماً"⁹، كما ينبغي الإشارة إلى أن موقف الشريعة الإسلامية من الإشهار الإلكتروني مقيد بضوابط يجب الالتزام بها وهي:

أ- الالتزام بالأمانة والمصادقية في عرض السلع والخدمات وأن تكون مطابقة لما تم الإعلان عنه للجمهور.

ب- توضيح العيوب للمستهلكين الإلكترونيين حتى لا يتم التدليس عليهم بما يعرض عليهم في الإعلانات.

ت- منع عرض المنتجات والخدمات المحرمة شرعاً.

2. **تعريف القانون الجزائري:** لا يختلف اثنان حول قيمة وأهمية الإشهار في مجال التجارة الإلكترونية، الأمر الذي دفع بالمقنن الجزائري إلى ضرورة وضع تعريف له هو الآخر وتفریق بين نوعين من الإشهار، التقليدي والإلكتروني وهذا ما جاء في نص المادة السادسة (6) التي أعطت تعريفاً خاصاً بالإشهار الإلكتروني على أنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"¹⁰.

وهذا التعريف كسابقيه يهدف فيه القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلى بيان الفرق بين الإشهار التقليدي الذي كان يعتمد بالأساس على وسائل تقليدية للترويج للسلع والخدمات التي أضحت نتائجها لا تحقق الأهداف التجارية المرجوة منها، عكس النتائج التي تكون بواسطة تقنيات الإشهار الإلكتروني، الذي يمتاز بخصائص جد فعالة ومغرية للترويج للسلع والخدمات، الأمر الذي ساهم في دخول عدد كبير من التجار والمؤسسات التجارية من ولوج مجال الإشهار الرقمي خاصة مع ما يشهده العالم من انتشار واسع لمواقع التواصل الاجتماعي، التي سهلت بدورها عملية الإعلانات وترويجها للجمهور من أي مكان كان من هذا العالم.

المبحث الثاني: ضوابط استخدام التجارة الإلكترونية ومقاصدها

المطلب الأول: ضوابط استخدام التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: تحقيق المنفعة لطرفي المعاملة

الأصل في المعاملات التجارية المشروعة بنوعيتها التقليدية والإلكترونية في الشريعة الإسلامية أنها قائمة على تحقيق المنفعة المتبادلة بين مختلف الأطراف، والمنفعة المقصودة هنا هي كل ما دلت النصوص على جوازه وإباحته للناس، ويخرج عن ذلك الخبائث التي نص الشرع على تحريمها مثل: التعامل في المشروبات الكحولية، والمخدرات والحبوب المهلوسة... الخ¹¹ والأدلة في هذا الباب كثيرة منها

ما جاء في حديث عائشة رضي الله تعالى عنها، قالت: "لَمَّا نَزَلَتْ الْآيَاتُ مِنْ آخِرِ سُورَةِ الْبَقَرَةِ، خَرَجَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ فَاقْتَرَأَهُنَّ عَلَى النَّاسِ، ثُمَّ نَهَى عَنِ التَّجَارَةِ فِي الْخَمْرِ"¹²، أما ما نص الشرع على إباحته وجواز التعامل به فهو من باب تحقيق المنفعة المتبادلة بين الناس قال تعالى: ﴿قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ﴾ (الأعراف: 32).

ولما كانت الوسائط الإلكترونية التي تتم عن طريقها عقد المبادلات التجارية من الوسائل المشروعة التي أباحتها الشريعة استصحاباً لقاعدة الوسائل تأخذ حكم المقاصد، وتحقيقاً لمقصد التيسير والرواج ورفع الحرج بين المتعاملين، كان ذلك من باب تحقيق المنفعة المعنوية، وعليه نستخلص أن كل وسيلة مباحة شرعاً التي تعود على صاحبها بالمنفعة الحسية أو المعنوية، لا حرج فيها ولا ضير من استخدامها، بل الشريعة الإسلامية تحث على استخدام الوسائل المشروعة التي تعود على مستخدميها بالمصالح وتحقيق المنفعة المرجوة منها، سواء كان ذلك من قبيل الوسائل التقليدية المعروفة قديماً كالرسائل أو عن طريق التجارة التي تكون بتلك الوسائط الإلكترونية الحديثة، وكلاهما هي من قبيل المصالح التي راعتها الشريعة ودعت إلى استثمارها في المبادلات والمعاملات التجارية، تحقيقاً لمقصد الرواج وتيسير طرق التعامل بين الأفراد والمؤسسات.

الفرع الثاني: التراضي

الأصل في المعاملات التجارية أن تكون مبنية على توافر القصد والإرادة الحرة في التعاقد بين طرفي العقد، قال الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ﴾ (النساء: 29)، والأدلة على هذا الضابط كثيرة ومبسوطة في المصنفات الفقهية، التي ذكرها عامة الفقهاء على اختلاف مذاهبهم الفقهية، وعليه نستخلص من ذلك أن كل معاملة تجارية سواء كانت تقليدية أو إلكترونية، لا بد لها وأن تكون مبنية على ضابط وركن جوهري عند التعاقد وهو توفر مبدأ الرضائية، فمتى وقع التراضي ووجدت الإرادة الحرة في تعاقد عبر الوسائط الإلكترونية وكانت خالية من كل أنواع عيوب الإرادة التي تدفع المتعاقد الإلكتروني إلى إبرام العقد، فهي تجارة إلكترونية مباحة شرعاً وقانوناً¹³.

الفرع الثالث: المعلوماتية

من الضوابط المقررة شرعاً وقانوناً التي وجب مراعاتها ضابط المعلوماتية، ومعنى ذلك أن يتم إجراء عقود التجارة الإلكترونية على وجه يتسم بالبيان والصدق والوضوح في جميع أجزاء العقد ومراحلها، وكذلك أن تكون شروط العقد الإلكتروني معلومة للطرفين، فكل عقد تجاري إلكتروني قائم على الجهالة أو الغرر الفاحش أو الغبن والغش، الذي يؤدي إلى حصول الخصومة والنزاع وأكل أموال الناس بالباطل فهو ممنوع شرعاً وقانوناً¹⁴، سواء كان ذلك في محل العقد (الثمن والعوض)، وهو معرفة المبيع والقدر المعلوم من الثمن، دفعا للمفسدة التي قد تحصل من الوقوع في الغرر، لحديث أبي هريرة رضي الله عنه، أن النبي ﷺ: "نهى عن بيع الغرر"¹⁵، خاصة إذا تعلق الأمر بالمعاملات التجارية التي تجرى إلكترونياً وعن بعد. ومثال ذلك في عمليات التوريد الإلكتروني الذي اشترط فيه الفقهاء أن يكون التوريد الإلكتروني خالياً من الغش والتدليس والخداع، لحديث أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله ﷺ قَالَ: "مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا"¹⁶، وكذا تحريم كل المعاملات الربوية التي قد ترد عليها في حالة عدم التقيد بضابط المعلوماتية في الثمن والمثمن إذا تم تأجيل أحدهما عن الآخر نسيئة، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً﴾ (آل عمران: 130).

الفرع الرابع: تحقيق العدل

الأصل في المعاملات التجارية أن تنسم المعاملات التجارية بتحقيق مبدأ العدل بين مختلف أطراف العقد، بل وشددت الشريعة الإسلامية على ضرورة تحقيق هذا الضابط بين الأطراف المتعاقدة في هذا النوع من المعاملات التجارية الإلكترونية، لما يشهده الواقع من خروقات كثيرة تؤدي أحيانا إلى وقوع تجاوزات شرعية وقانونية ينجم عنه وقوع ضرر على أحد المتعاقدين، ولهذا منعت الشريعة الإسلامية وقواعدها العامة المتصرفين فيها من تعاطي كل ما يفسد عقودها، والحث على ضرورة الالتزام بمقتضيات تلك العقود وشروطها، ودعت الأطراف المتعاقدة إلى الموازنة بين المأخوذ والمدفوع منها إقامة للقسط بين الناس، وتحقيقا لمقصد العدل فيها¹⁷، مصدقا لقوله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ﴾ (النحل: 90)، وبالنظر في كلام أهل العلم فإن الآية الكريمة تشمل جميع المعاملات التجارية بنوعيتها التقليدية والإلكترونية، فمن مقتضى العدل في عقود البيع والشراء وسائر المعاوزات، أن تتم بإيفاء جميع الالتزامات والحقوق، فلا يخس طرف حق طرف آخر، فصارت هذه الآية جامعة لجميع المأمورات والمنهيات لم يبق شيء إلا دخل فيها، فهذه قاعدة ترجع إليها سائر الجزئيات¹⁸.

المطلب الثاني: المقاصد العامة من تفعيل التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: جلب المنفعة بتوسيع نطاق السوق التجاري

مما لا شك فيه أن مقاصد التشريع الإسلامي قائمة على جلب المصالح ورفع الحرج عن الناس متى أمكن ذلك، ولما كان ذلك ممكنا في مجال العمل بالتجارة الإلكترونية التي تتيح إمكانية فتح سوق افتراضي واسع النطاق يتخطى الحدود الجغرافية، ويصل لأكبر عدد ممكن من الناس، قصد تلبية حاجاتهم الضرورية منها والكمالية، وبها تتحقق المنفعة المرجوة شرعا سواء من حيث أثر ذلك على حصول الجودة، ووفرة السلع والخدمات في السوق التجارية، أو من حيث القضاء على مشكلة الاحتكار والمضاربة في السلع وتحقيق زيادة كبيرة في المبيعات، نظرا للحرية الكبيرة التي تمنحها السوق الإلكترونية للزوار من أجل الولوج إليها، الأمر الذي يترتب عليه زيادة في تحقيق الأرباح للمتعاملين التجاريين وهذا من باب المنفعة المقصودة شرعا، الأمر الذي دفع بالعديد من الدول والبلدان إلى تفعيل العمل بهذا النوع من التجارة وتنظيم أحكامها القانونية، وهذا المقصد العام الذي أخذ به المقتن الجزائري بإصداره للقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

الفرع الثاني: توفير التكاليف

توفير عبء الكلفة مقصود شرعا من عدة أوجه، قصدها الشارع الكريم، سواء كان ذلك من جهة الجهد البدني للإنسان الذي يقتضيه العمل التجاري، والشريعة الإسلامية إنما جاءت تراعي حفظ النفس من الهلاك أو ما قد يلحقها من ضرر، خاصة إذا كانت هذه التجارة قد يترتب عليها مفسدة مما لا يطيق أو مما قد يتعرض له من خطر التنقل أو التعرض للسرقة في طريق تجارته قال اله تعالى: ﴿وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ﴾ (البقرة: 195)، وعليه تعد التجارة الإلكترونية خير بديل عما هو معمول به في الجهد المبذول مقارنة بالتجارة التقليدية، أما من الجهة الأخرى توفير الوقت في أقل مدة زمنية مهما تباعدت المسافات بين المتعاقدين، والشريعة إنما جاءت للتيسير والتسهيل على الناس، قال تعالى: ﴿يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ﴾ (البقرة: 185)، خاصة فيما يدور بينهم من معاملات، وعليه فالتجارة الإلكترونية تحقق المقصد الشرعي من ذلك مقارنة بنظيرتها في التجارة التقليدية، وثالثا من جهة توفير النفقات المالية بحيث يكون حجم الإنفاق في التجارة الإلكترونية أقل إنفاقا من نظيرتها في التجارة التقليدية التي تتطلب دفع

مستحقات العمال وتوفير المخازن والمحالات التجارية ودفع أقساط الكراء... إلخ، أما في المقابل الآخر فإن مجال الإنفاق في التجارة الإلكترونية لا يستدعي سوى إنشاء متجر إلكتروني في مختلف الفضاءات على الشبكة العنكبوتية التي تتيح خفض مستوى الإنفاق، بحيث لا يكلف إنشاء متجر تجاري إلكتروني سوى ميزانية بسيطة وفي ظرف قياسي من الزمن يتم فيه عرض السلع والخدمات والتسوق على ما دار الأسبوع وعلى (24) ساعة من الزمن يوميا، والمحافظة على المال بتقليل النفقات مقصود شرعا، قال الله تعالى: ﴿وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيرًا﴾ (الإسراء: 26)، وقال أيضا: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾ (الفرقان: 67)، وعليه نستخلص من ذلك كله أن التجارة الإلكترونية خير وسيلة بديلة لحفظ النفس والمال معا ومقصدا للتيسير على الناس، توفيراً للجهد والوقت والمال.

الفرع الثالث: التخفيف من عبء التنقل للمستهلك

من المقاصد العامة الإيجابية التي تمتاز بها التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك هو عدم تحمل عبء التنقل إلى الأسواق كما هو الحال بالنسبة للتجارة التقليدية، تحقيقا لمقصد التيسير ورفع الكلفة والمشقة عن الناس، وبذلك تتحقق مصالحهم من خلال سهولة التعامل والتعاقد والاقتناء، ذلك أن التسوق الإلكتروني يتم عبر التجول في أسواق افتراضية تتيح للمستهلكين البحث عن السلع والخدمات التي يحتاجونها عبر الوسائط الإلكترونية التي يستعملونها، خاصة مع الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع: (فايسبوك) الذي أصبح يوفر عملية التسوق والتواصل المباشر بين التاجر والمستهلك، ومواقع أخرى في الجزائر مثل: (ouedkniss.com) و (Foorshop.com) على الأنترنت الذي يستقطب عددا كبيرا جدا من المتسوقين في الجزائر.

الفرع الرابع: المنافسة التجارية

لا يكاد يخلو سوق تجاري إلا وكانت فيه المنافسة في عرض السلع وجلب الزبائن لتحقيق الغاية الأولى من التجارة وهو تحقيق الربح التجاري، إلا أن الشريعة الإسلامية تفرق بين نوعين من المنافسة فما كان منها مشروعا يقوم على ضابط العدل والصدق والأمانة وعدم المضاربة واحتكار السلع، فهو مما أباحته الشريعة ودعت إليه وشجعت التجار على المبادرة إليه تحقيقا لمنفعة سواء بما خفض الأسعار أو تقديم الجوائز المشروعة شرعا للجمهور قصد جلب عدد كبير من الزبائن أو تقديم بعض المنتجات مجانا للجمهور مقابل الإقبال على شراء السلع أو بالعمل على خفض الأسعار عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، والترويج لها بين الزبائن والمستهلكين على مختلف الفضاءات والمنصات الإشهارية، لتسهيل حرية البحث والوصول إلى المنتجات بكل أريحية، والمنافسة التجارية وفق هذا المنظور مشروعة ومباحة في الشريعة الإسلامية قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ﴾ (النساء: 29)، والمنافسة المشروعة في تجارة هي من قبيل التجارة التي يلتزم فيها المنافس بمبدأ الإسلام وأحكامه وألا يتعدى على منافسيه بالكذب والتدليس والخداع والغش. وهذا كله من قبيل أكل مال الناس بالباطل، خاصة مع انتشار وسائل التدليس والغش الإلكترونية التي تعرض السلع والخدمات على عكس ماهي عليه في الحقيقة.

أما القوانين الوضعية فهي بدورها جاءت بإصدار قوانين خاصة لحماية المستهلك، وقمع المضاربة واحتكار السلع والاحتيايل على المواصفات والمقاييس والخدمات الوهمية أو المزورة التي تعرض ويروج لها في المنصات والمتاجر الإلكترونية، وهو ما أكدته التشريع الجزائري من خلال القانون رقم 09-18 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 هجرية الموافق 10 يونيو سنة 2018 ميلادية، يعدل ويتم القانون

رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 هجرية الموافق 25 فبراير سنة 2009 ميلادية والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية

بالرغم مما توفره التجارة الإلكترونية من ميزات إيجابية تدفع الكثير إلى ولوج هذه التقنية المعاصرة إلا أنه هناك أخطار قد تنجم عن استخدام تقنية التجارة الإلكترونية التي تشكل هاجسا حقيقيا لمستخدميها بل وتعتبر عائقا في انتشارها بصورة كبيرة ومن ذلك:

الفرع الأول: قرصنة المواقع التجارية

القرصنة بوجه عام وقرصنة المواقع التجارية على وجه الخصوص محرمة شرعا قال تعالى في كتابه العزيز: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحَرَّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ﴾ (المائدة: 87)، وقال أيضا: ﴿وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ﴾ (الأنعام: 151)، والقرصنة الإلكترونية هي من أشد أنواع الفساد والعدوان على أملاك الناس وخصوصياتهم وبياناتهم، حيث أصبحت القرصنة من الأفعال التي تورق هاجس المتعاملين في التجارة الإلكترونية خشية التعرض إلى خطر اختراق المواقع التجارية من طرف عصابات الأنترنت أو من طرف المنافسين غير شرعيين، الأمر الذي يسبب خسائر كبيرة في الأرباح والربائ، وهذا الخطر الإلكتروني وصل إلى درجة اختراق مواقع عالمية مثل: اختراق موقع شركة مايكروسفت ذاتها في عام (2023) وما ترتب على ذلك من خسائر مادية ضخمة¹⁹، ونظرا لخطورة مثل هذه الأفعال أصدر المشرع الجزائري قانون رقم 06-18 مكافحة الجريمة المعلوماتية، وبناء على ما تقدم نستخلص أن المقصد العام من تحريم القرصنة شرعا وتجريمه قانونا إنما هو لحفظ أموال الناس وحفظ خصوصياتهم من الاعتداء عليها بغير وجه حق.

الفرع الثاني: الاحتيال الإلكتروني

تقع جرائم الاحتيال في التجارة الإلكترونية عندما يستخدم شخص ما معلومات مسروقة أو مزيفة لإجراء عملية شراء عبر الأنترنت، ومن صور الاحتيال الإلكتروني أن تتم إما عن طريق الاستيلاء على الحساب التجاري، أو الاحتيال على بطاقة الائتمان، أو الإشهار الإلكتروني الكاذب للسلع والخدمات غير متوفرة حقيقة، أو أنه يتخذ أسلوب الغش والتمويه بواسطة حسابات إلكترونية تجارية وهمية، وهذه الصور وغيرها من الاحتيال الإلكتروني كيفه الفقهاء على أنه من باب الغش المحرم شرعا بإجماع المسلمين ونصوص في ذلك كثيرة منها ما جاء من حديث أبي هريرة رضي الله تعالى عنه، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ: "مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَي يَرَاهُ النَّاسُ، مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي"²⁰، وعلى ذلك كان الاحتيال من قبيل الغش المنهي عنه شرعا، إذ هو من قبيل الضرر بحقوق الناس في أموالهم وممتلكاتهم وخصوصياتهم الشخصية والبيانات السرية التي تتضمنها حساباتهم الإلكترونية على المواقع التجارية وغيرها.

المبحث الثالث: الحماية الشرعية والقانونية للتجارة الإلكترونية

المطلب الأول: الحماية الشرعية للتجارة الإلكترونية

الفرع الأول: تحريم الغش والتضليل والنصب الإلكتروني

ومن الأدلة الشرعية على تحريم الغش في التجارة الإلكترونية، قوله تعالى: ﴿وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ (البقرة: 188). والغش والتحايل في التجارة الإلكترونية هو من قبيل أكل أموال الناس بالباطل، ومن السنة النبوية ما أخرجه مسلم في صحيحه من حديث أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله ﷺ قال: "من غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا"²¹، وهذه الأدلة الشرعية في هذا الباب كثيرة جداً، تدل على حرمة الغش والتضليل سواء كانت معاملة تجارية تقليدية أو معاملة تجارية إلكترونية، فالأصل في المعاملات التجارية أنها مبنية على الصدق والأمانة والثقة المتبادلة بين المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني، وهذا مقصد تتفق فيه الشريعة الإسلامية ومضمون أحكام القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يهدف لحماية التعاملات التجارية الإلكترونية من كل أنواع الغش والتدليس والتضليل الإلكتروني بمختلف صورته محرمة شرعاً ومجرمة قانوناً.

الفرع الثاني: حماية البيانات الإلكترونية

من المقرر شرعاً أن قواعد الشريعة الإسلامية وأحكامها صالحة لكل الأزمنة وفي أي مكان وتتعامل مع النوازل بمقتضى تلکم الأحكام والقواعد العامة مع مراعاة مقاصد التشريع منها، ومن ذلك حماية البيانات الإلكترونية، وتمنع منعاً قاطعاً أي شكل من أشكال القرصنة للبيانات الشخصية المرتبطة بالأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين على حد سواء أو القيام بأي وسيلة كانت تؤدي إلى عملية الاحتيال على خصوصية المستهلكين الإلكترونيين، طبقاً لقاعدة "الوسائل تأخذ حكم المقاصد"، فكل ما يتوصل به إلى حرام فهو حرام، وطبقاً لقاعدة "الضرر يزال"، فكل ما يؤدي إلى إلحاق الضرر بالبيانات الإلكترونية الخاصة بالتعاملات التجارية الإلكترونية أو التعرض لها بالقرصنة أو ما شابه ذلك من محاولات إيقاع الضرر تمنعه أحكام الشريعة الإسلامية، وتقرر عليها عقوبات حدية أو تعزيرية إذا انطبق عليها وصف الشرعي على اعتبارها جريمة الحدود كما هو الحال في جريمة السرقة الإلكترونية وما يتفرع عنها من جرائم الاحتيال الإلكتروني وتزوير التوقيعات الإلكترونية وتسريب سرية المعلومات الشخصية، فإذا تعرضت على سبيل المثال: المواقع التجارية أو الحسابات التجارية أو وسائل الدفع الإلكتروني إلى عملية السطو والاحتيال، سواء كان ذلك عن طريق بطاقات الائتمان الإلكترونية أو عملية تحويل الأموال عن طريق سرقة البيانات أو اختراق سرية المعلومات الشخصية الإلكترونية وغيرها من تلکم الجرائم الإلكترونية، وانطبق عليها وصف جريمة السرقة كما هو مقرر عند فقهاء الشريعة الإسلامية، وتشكلت معها أركان جريمة السرقة بركنيها المادي والمعنوي، وجب حينئذ شرعاً تسليط العقوبة الحدية على الجاني، ويمكن للقاضي أن يصدر في حق الجاني عقوبة تعزيرية إضافية على العقوبة الأصلية، أما في حال لم ينطبق الوصف على اعتبارها جريمة حدية كاملة الشروط والأركان، كان للقاضي الشرعي السلطة التقديرية على إصدار أحكام عقابية تعزيرية في حق الجاني.

المطلب الثاني: الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

طبقاً لأحكام القانون رقم: 05_18 وما جاء في مضمون نص المادة (01) منه نستنتج أن المقنن الجزائري كفل بموجب أحكام هذا القانون تحديد القواعد العامة التي تنظم ممارسة التجارة الإلكترونية

للسلع والخدمات، الأمر الذي يقتضي توفير حماية تقنية للمعاملات التجارية القائمة على الوسائط الإلكترونية وحماية جنائية من خلال فرض أحكام عقابية صارمة لكل من يخالف النصوص القانونية المنظمة لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر.

الفرع الأول: الحماية الجنائية من الأنشطة غير المشروعة

نص المقتن الجزائري من خلال نص المادة (3) من القانون 05-18 على منع ممارسة الأنشطة التجارية إلكترونياً وحددها على سبيل الحصر بنصه: "تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي:

- ✓ لعب القمار والرهان واليانصيب
 - ✓ المشروبات الكحولية والتبغ
 - ✓ المنتجات الصيدلانية
 - ✓ المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية
 - ✓ كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به
 - ✓ كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.
- بتحليل نص المادة يكون المقتن الجزائري قد أحسن، إذ منع أي نشاط إلكتروني له علاقة بالقمار وكذا الرهان واليانصيب والمشروبات الكحولية وكل أنواع التبغ وذلك لأسباب منها:
- ✓ الأصل في هذه المعاملات أنها محرمة شرعاً، سواء كانت عن طريق إلكتروني أو غير إلكتروني والقانون رقم 05-18 لما منع من المتاجرة بها عبر الوسائط الإلكترونية يكون قد ضيق من مجال التعامل بمثل هكذا معاملات محظورة شرعاً.
 - ✓ التساهل في إباحة التعامل الإلكتروني بمثل هكذا أنشطة خطيرة يؤدي حتماً إلى توسع نطاق استهلاكها وانتشارها في المحيط الاجتماعي، وهذا الأمر مآله ارتفاع نسبة الجريمة والآفات الاجتماعية، وهذا ما يخالف المقصد من استخدام التجارة الإلكترونية.
- أما فيما يخص التعامل بالمنتجات الصيدلانية فجاء المنع لأسباب منها:
- ✓ الخصوصية التي تميز هذا النوع من المنتجات، سواء من حيث مكوناتها أو من حيث الشروط التي ينبغي أن تكون على هذه المنتجات واحتوائها على قسيمة قبل تسويقها، كما أن بيعها لا يكون إلا عن طريق وصفة ممضية من طبيب معتمد وفي الأماكن المخصص لها قانوناً تفادياً للأنشطة غير مشروعة التي تستغل المنتجات الصيدلانية في الأعمال التي يعاقب عليها القانون.
 - ✓ حماية المستهلك من مخاطر المواد الصيدلانية والأضرار التي يمكن أن تنجم عنها في حالة الاستخدام غير الصحيح لها.
- ✓ خضوع المنتجات الصيدلانية لأحكام قانونية خاصة تنظم عملية تداول الأدوية بموجب أحكام القانون 11-18 من قانون الصحة.
- أما المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية فالمنع جاء بدوره لأسباب منها:
- ✓ حماية المستهلك الإلكتروني من المنتجات المقلدة التي يسوق لها عبر الوسائط الإلكترونية.
 - ✓ حماية حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية من كل أنواع الاعتداء غير المشروع إما بالاعتداء على براءات الاختراع أو العلامات أو تسميات المنشأ أو النماذج الصناعية أو التصميم أو المصنفات الأدبية والعلمية.

أما حظر السلع أو الخدمات المحظورة بموجب التشريع الجزائري فهي تأكيد على أن كل ما منعه القانون من المعاملات أو أنشطة خارج ما نص عليه قانون رقم 18-05، فهو محظور بدوره من التعامل في هذا القانون.

أما فيما يخص منع التجارة الإلكترونية بالسلع والخدمات التي تتطلب عقود شكلية (الرسمية) فهذا من باب حماية المشتري الإلكتروني من مخاطر هذا النوع من المعاملات خاصة وأن القانون ينص على أنه يقع تحت طائلة البطلان المعاملات العقارية التي تتم خارج الجهات الرسمية التي نص عليها القانون. أما المادة (5) من نفس القانون فقد منعت التعاملات الإلكترونية في المنتجات والتجهيزات السياسية، حيث أحالت المادة إلى التنظيم إلى تحديدها وتعدادها، كما يطل الحظر كل السلع و/أو الخدمات التي تمس الأمن والنظام العام سواء ما تعلق بالتجارة بالأسلحة أو الذخيرة وما شابه²². وفي حالة ممارسة الأنشطة التجارية المحظورة المنصوص عليها في نص المادة (3) فرض المقتن الجزائري غرامة مالية شديدة نصت عليها المادة (37) بنصها على أنه: "يعاقب بغرامة من 200000 دج إلى 1000000 دج، كل من يعرض للبيع أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني، المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 3 من هذا القانون".

وأضافت الفقرة الثانية من نفس المادة من القانون على أنه يمكن للقاضي تبعا لسلطته التقديرية أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر (1) إلى ستة (6) أشهر. وفي حالة ممارسة الأنشطة التجارية المحظورة المنصوص عليها في نص المادة (5) فرض المقتن الجزائري غرامة مالية أشد من سابقتها نصت عليها المادة (38) على أنه: "يعاقب بغرامة من 500000 دج إلى 2000000 دج كل من يخالف أحكام المادة (5) من هذا القانون".

الفرع الثاني: الحماية الجنائية من المورد الإلكتروني

نص المقتن الجزائري حماية جنائية من المورد الإلكتروني في حال عدم التزامه بأحكام القانون رقم: 18-05، بحيث جاء من خلال استقراء نص المادة (39) على فرض غرامة مالية تقدر ما بين (50000 دج) إلى (500000 دج) دج كل مورد إلكتروني لا يقدم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، وقد أفادت المادة (11) من نفس القانون على سبيل المثال لا الحصر أهم المعلومات التي يجب أن يتضمنها العرض التجاري الإلكتروني من رقم التعريف الجبائي، رقم السجل التجاري، طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات، الشروط العامة للبيع... الخ.

كما نصت نفس المادة (39) على فرض غرامة مالية من 50000 دج إلى 500000 دج كل مورد إلكتروني لا يلتزم بأحكام المادة (12) التي تحدد المراحل الإلزامية الثلاث التي يجب أن تمر بها طلبية منتوج أو خدمة وهي:

✓ وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة.

✓ التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات المطلوبة والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية، وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.

✓ تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.

كما نصت المادة (41) على فرض غرامة مالية من 20000 دج إلى 200000 دج كل مورد إلكتروني لا يلتزم بأحكام المادة (25) التي تفرض على كل مورد إلكتروني بوجوب حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري. ومن خلال هذه النصوص القانونية يتضح لنا مدى الحرص الشديد والأهمية التي أولاها المقتن الجزائري لضرورة الالتزام والتقيّد بأحكام القانون في مجال التوريد الإلكتروني.

الفرع الثالث: الحماية الجنائية من مخالفة قواعد الإشهار الإلكتروني

تبعاً لأحكام القانون رقم: 18-05: نصت المادة (40) على فرض غرامة مالية من 50000 دج إلى 500000 دج على مخالفة القواعد الإشهار الإلكتروني التي حددها القانون في المادة (30).

كما نصت المادة (31) تبعاً لذلك على أنه: "يمنع الاستبيان المباشر اعتماداً على إرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الإلكترونية باستعمال معلومات شخص طبيعي، بأي شكل من الأشكال، لم يبد موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الإلكتروني.

كما نصت المادة (32) على أنه يجب على المورد الإلكتروني أن يضع منظومة إلكترونية يسمح من خلالها لكل شخص بالتعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية دون مصاريف أو مبررات.

كما نصت المادة (34) على منع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الإلكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الإلكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما.

خاتمة:

جاءت دراسة الورقة البحثية تركز في مضمونها حول طبيعة التجارة الإلكترونية من خلال الكشف حول حقيقتها وما يقاربها من مصطلحات ذات صلة، ثم عرض لأهم الآثار التي تنجر عن استخدام تقنية التجارة الإلكترونية من خلال مختلف الوسائط الإلكترونية المنتشرة في العالم الافتراضي وبيان إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية على العملاء والمستهلكين ثم بيان مدى حماية هذا النوع من التجارة شرعاً وقانوناً.

أولاً: النتائج

1. تتميز التجارة الإلكترونية في طبيعتها أنها ذات خاصية تقنية تتم عبر مختلف الوسائط التكنولوجية التي تتم عبر مواقع العالم الافتراضي.
2. يرتبط مصطلح التجارة الإلكترونية بمصطلحات ارتباطاً وثيقاً، منها: المورد الإلكتروني؛ المستهلك الإلكتروني؛ الإشهار الإلكتروني... الخ، وهي من المصطلحات الحادثة نتيجة التطور التقني الذي يشهده العالم والسرعة في المعاملات التجارية الإلكترونية، فكل ما كان منها موافق للضوابط الشرعية ويحقق مصالح الناس ويدفع المشقة عنهم فهو من الأمور التي أباحها الشريعة وشجعت الناس عليها والتعامل بها لما فيه مصالحهم وتوفير حاجياتهم.
3. من إيجابيات التجارة الإلكترونية أنها ذات امتداد واسع تتخطى المجال الجغرافي للدولة لتصل لمختلف المستهلكين في العالم، الأمر الذي يترتب عنه توسيع نطاق السوق وامتداده، الأمر الذي يؤدي إلى احتدام المنافسة وتوفير سبل الاختيار بطرق سهلة ويسيرة، وفي متناول القدرة الشرائية للمستهلك ما كان ذلك

- في حدود ما أباحته الشريعة من معاملات، وكل ما خالفها كان محرماً مثل المنافسة غير مشروعة التي تكون عن طريق الغش والتضليل المحرم شرعاً ومجرم في نصوص القانون.
4. من سلبيات التجارة الإلكترونية أنها عرضة للقرصنة والاحتيال للبيانات الشخصية للموردين والمستهلكين المتعاملين، وكل ما كان من قبيل هذه الصور فهو محرم شرعاً ومجرم قانوناً.
5. التجارة الإلكترونية معتبرة شرعاً وأي جرائم تقع على هذا النوع من المعاملات هي محرمة في الشريعة الإسلامية وهي تدخل في باب الغش والتدليس على المسلمين.
6. نص المقتن الجزائري أحكام التجارة الإلكترونية ضمن أحكام القانون رقم: 05-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439هـ الموافق 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية على عدة قواعد قانونية لحماية سيرورة التجارة الإلكترونية وديمومتها واستمرارها وفق أحكام عقابية صارمة لكل من يخالفها.

ثانياً: التوصيات

1. الدعوة إلى عقد المؤتمرات والملتقيات في مجال التجارة الإلكترونية والبحث قصد العمل على تفعيل سبل حمايتها بمزيد من الإجراءات والقوانين، لما يشهده العالم من تطور تكنولوجي رهيب مما يزيد معه خطر الجرائم الإلكترونية المتعلقة بالتجارة وما في ذلك من خطر على العملاء والمستهلكين الإلكترونيين.
2. دعوة المختصين في مجال الدراسات الإسلامية إلى مزيد من الأبحاث الشرعية حول أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي والعمل على بيان كل المسائل الجزئية المتعلقة بها بما يحقق المقاصد الشرعية من استخدام تقنيات التجارة الإلكترونية.
3. دعوة المقتن الجزائري إلى تحقيق مزيد من الحماية الجنائية في حق المخالفين لقواعد التجارة الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بالبيانات الشخصية للعملاء والمستهلكين عبر الوسائط الإلكترونية.

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

أولاً: الكتب

- 1- أبو عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري الجعفي، صحيح البخاري، ت: مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، دار اليمامة، دمشق، ط5، 1414هـ.
- 2- أبو الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري، الجامع الصحيح «صحيح مسلم»، دار الطباعة العامرة، تركيا، 1334هـ.
- 3- تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، عبد الرحمن السعدي، ط1، مؤسسة الرسالة، لبنان 1420هـ - 2000م.
- 4- رمضان علي السيد الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي-دراسة مقارنة- مطبعة الأمانة القاهرة، 1984م.
- 5- عز الدين بن زغبية، مقاصد الشريعة الخاصة بالتصرفات المالية، مركز جمعية المساجد للثقافة والتراث، 1422هـ - 2001م.
- 6- محمد أحمد أبو القاسم، التسويق عبر الأنترنت، دار الأمين، مصر، ط1، 2000م.

ثانياً: الرسائل والأطروحات الجامعية

- 7- علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه وأصوله، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، 2006/2005م.

ثالثاً: المقالات

- 8- عدنان مريزق وبوقلاشي عماد، الأمن المعلوماتي في ظل التجارة الإلكترونية إشارة إلى حالتي تونس والجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد جامعة خميس مليانة م (1)، ع (2)، 2010م.

- 9- نادية والي، حماية الجزائية للتجارة الإلكترونية في ظل قانون رقم 18-05، مقال منشور بمجلة السياسة العالمية، جامعة احمد بوقرة بومرداس، م (3)، ع (1)، بتاريخ: 2019/06/01.
- 10- عقد التوريد المناقصات، حسن الجواهري، مقال منشور بمجلة الفقه الإسلامي، ع (12)، بتاريخ: (سبتمبر 2000م).
- رابعاً: المواقع الإلكترونية
- 11- إيمان مبروك، لمنافسة تحتدم بين مواقع التسوق والمتاجر الفعلية... فمن سيربح الزبون؟، مقال منشور بتاريخ: 19 مارس 2020 م - 25 رجب 1441 هـ موقع الشرق الأوسط على الرابط: <https://aawsat.com/home/article/2187526>

الهوامش:

- ¹- بن محمود الجهني، التجارة الإلكترونية في ميزان الشريعة الإسلامية، بحث حر منشور على شبكة الأنترنت، ص16.
- ²- علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه وأصوله، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت 2006/2005م، ص59.
- ³- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، متعلق بالتجارة الإلكترونية.
- ⁴- ينظر: رمضان علي السيد الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي-دراسة مقارنة- مطبعة الأمانة، القاهرة، 1984م، ص25.
- ⁵- المرجع نفسه.
- ⁶- حسن الجواهري، عقد التوريد المناقصات، مجلة الفقه الإسلامي، ع (12)، بتاريخ: (سبتمبر 2000م) ص432.
- ⁷- المرجع نفسه، ص432.
- ⁸- المرجع نفسه.
- ⁹- رواه البخاري في صحيحه، كتاب المناقب، باب صفة النبي ﷺ، الحديث رقم: (2367) 1306/3، ومسلم في صحيحه، كتاب الفضائل، باب مبادئه ﷺ لأنام واختياره من المباح، الحديث رقم (2327)، 80/7.
- ¹⁰- ينظر: رمضان علي السيد الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي-دراسة مقارنة- مطبعة الأمانة، القاهرة، 1984م، ص25.
- ¹¹- علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه وأصوله، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت 2006/2005م، ص42.
- ¹²- رواه البخاري، كتاب تفسير القرآن، باب وأحل الله البيع وحرم الربا، الحديث رقم: (4266)، 1651/4 ورواه مسلم، كتاب البيوع، باب تحريم بيع الخمر، الحديث رقم: (1580)، 1206/3.
- ¹³- ينظر: علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي المرجع السابق ص43.
- ¹⁴- ينظر: المرجع نفسه، ص43-44.
- ¹⁵- رواه مسلم، كتاب البيوع، باب بطلان بيع الحصاة، والبيع الذي فيه غرر، الحديث رقم: (1513) 1153/3.
- ¹⁶- رواه مسلم، كتاب الإيمان، باب قول النبي صلى الله تعالى عليه وسلم " من غشنا فليس منا"، الحديث رقم: (101)، 99/1.
- ¹⁷- عز الدين بن زغبية، مقاصد الشريعة الخاصة بالتصرفات المالية، مركز جمعية المساجد للثقافة والتراث، 1422هـ/2001م، ص4.
- ¹⁸- ينظر: تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، عبد الرحمان السعدي، ط1، مؤسسة الرسالة، لبنان (1420هـ - 2000م)، ص447.
- ¹⁹- ينظر: عدنان مريزق وبوقلاشي عماد، الأمن المعلوماتي في ظل التجارة الإلكترونية إشارة إلى حالي تونس والجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد جامعة خميس مليانة م (1)، ع (2)، 2010م ص10.
- ²⁰- رواه مسلم، كتاب الإيمان، باب قول النبي ﷺ: "من غشنا فليس منا"، الحديث رقم: (101)، 99/1.
- ²¹- أبو الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري، الجامع الصحيح «صحيح مسلم»، دار الطباعة العامرة، تركيا، 1334هـ، 69/1.
- ²²- نادية والي، حماية الجزائية للتجارة الإلكترونية في ظل قانون رقم 18-05، مقال منشور بمجلة السياسة العالمية، جامعة احمد بوقرة بومرداس، م (3)، ع (1)، بتاريخ: 2019/06/01، ص65.