

واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر

The Reality of the Electronic Commerce Contracts in Algeria

مزهود نورالدين*¹، مقدم ياسين²¹ كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة،

noureddine.mezhoud@univ-msila.dz

مخبر الدراسات والبحوث في القانون والأسرة والتنمية الإدارية

² كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة،

elyacine.megueddem@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2022/06/20

تاريخ القبول: 2022/03/16

تاريخ الاستلام: 2022/01/26

ملخص:

تكتسي عقود التجارة الإلكترونية اليوم أهمية بالغة لدى العديد من الدول الغربية والعربية، لما تحقّقه من سرعة ومرونة في التعاملات، كما تسمح هذه العقود لأطراف العلاقة التعاقدية بإبرام التصرفات القانونية وتنفيذها دون حاجة للتواجد المادي في مكان جغرافي واحد، والجزائر بدورها تسعى إلى تطوير مثل هذه التعاملات من خلال تحديث ونشر شبكة الاتصالات في البلاد، غير أنّ هذا النوع من التجارة لم تكتمل معالمه بعد، نظرا للمعوقات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها بالشكل المطلوب.

كلمات مفتاحية: تجارة إلكترونية، عقد تجاري عن بعد، مورد إلكتروني، مستهلك، دفع إلكتروني.

Abstract:

The electronic commerce contracts today are of great importance to many Western and Arab States. Algeria, for its part, is seeking to develop such transactions through the modernization and dissemination of the country's communications network. However, this type of trade has not yet been completed, given the constraints and problems that prevent it from being implemented in the appropriate manner.

Keywords: electronic commerce; remote commercial contract; electronic supplier; electronic consumer; electronic payment.

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

أدى الاستخدام الواسع لوسائل الإعلام والاتصال الحديثة في ظل الفضاء الرقمي إلى ظهور آليات جديدة للتفاوض وإبرام العقود في إطار ما يسمى بعقود التجارة الإلكترونية، والتي أصبحت أساس المعاملات الاقتصادية العالمية.

الأمر الذي جعل الجزائر كغيرها من الدول تسعى جاهدة للالتحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية، وتعظيم الاستفادة من التقنيات الإلكترونية للاتصالات والمعلومات، وتسخير هذه التقنيات الحديثة بشكل فعال في النشاط التجاري، غير أنّ معدلات انتشار هذه التجارة الإلكترونية في الجزائر تبقى محدودة للغاية، وذلك بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور والانتشار والارتقاء إلى المستوى العالمي، ومن هذه الأسباب ما هو تقني، تجاري، اجتماعي وثقافي.

إلا أنّ هنالك أمل في التغلب على هذه المشاكل من خلال توحيد الجهود لإيجاد الآليات والحلول من أجل تفعيل النشاط التجاري الإلكتروني وتنظيم استخدامه، لاسيما بعد إصدار المشرع الجزائري - ولو متأخرا - قانونا خاصا بالتجارة الإلكترونية، القانون رقم 18-05.

وبناء على ما تقدم نطرح الإشكال الآتي: فيما تتمثل أهم عقبات تطبيق عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر، وكيف يمكن مواجهتها؟ للإجابة عن هذه الإشكالية ارتأينا تقسيم الموضوع إلى ثلاثة محاور:

- تعريف عقود التجارة الإلكترونية.

- معوقات تطبيق عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر.

- الجهود المبذولة لتطوير المعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر.

2. تعريف عقود التجارة الإلكترونية.

يعد موضوع عقود التجارة الإلكترونية من أكثر الموضوعات إثارة للجدل القانوني في وقتنا الحاضر مما يستوجب توضيح مفهومها، لاسيما إذا أخذنا بعين الاعتبار تعدد أنواع التقنيات المستخدمة في العالم الافتراضي، لذا سنحاول التطرق إلى المعنى اللغوي ثم الاصطلاحي لعقود التجارة الإلكترونية.

1.2 المعنى اللغوي لعقود التجارة الإلكترونية:

نلاحظ أنّ جملة (عقد التجارة الإلكترونية) تتألف من ثلاث كلمات، منها كلمة (عقد) وهي من العقل، عقد يعقد عقدة بمعنى شده مثل قولهم عقد الحبل أو عقد البيع أو عقد العهد، أمّا لفظ

(التجارة الإلكترونية) فهو مركب من كلمتين، الأولى كلمة التجارة من الفعل تجر تجارة وهي مضاف والكلمة الثانية أي (الإلكترونية) مضاف إليه وأصلها من اللغة الانجليزية، وقد ألحقت بها من اللغة العربية (ياء النسب وتاء التأنيث) فأصبحت خليط من العربية والانجليزية، ومعناها عند ترجمتها إلى العربية (التقنية) من الفعل أتقن ويعني الأساليب والطرق المختصة بفن أو مهنة، وبذلك نستخلص المعنى اللغوي الشامل لجملة (عقد التجارة الإلكترونية) وهو عقد التجارة بوسائل تقنية.¹

2.2 المعنى الاصطلاحي لعقود التجارة الإلكترونية:

ونتطرق من خلاله إلى تعريف هذه العقود من قبل بعض الفقهاء، وتعريفها من قبل بعض الأجهزة الدولية والإقليمية، ثم موقف المشرع الجزائري من ذلك.

1.2.2 التعريف الفقهي.

إنّ معنى عقد التجارة الإلكترونية في مفهوم فقهاء القانون قد وردت بشأنه عدة تعريفات اصطلاحية، نكتفي بذكر البعض منها:

هناك اتجاه من الفقه عرف عقد التجارة الإلكترونية بأنه: "عقد متعلق بالسلع والخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية."² كما يعرفه رأي آخر بأنه: "تعاقد بين تاجر ومستهلك دون تواجد مادي بينهما سواء في حالة الإيجاب أو القبول كون الإيجاب غير موجه لمستهلك معين."³

وفي تعريف آخر: "هو ذلك العقد الذي ينطوي على تبادل الرسائل بين البائع والمشتري والتي تكون قائمة على معلومات معدة سلفاً ومعالجة إلكترونية، وتنشئ التزامات تعاقدية."⁴ هذا وقد عرف الأستاذ حسين الماحي التجارة الإلكترونية على أنها: "تلك الأنشطة المتعلقة بتبادل السلع والخدمات التي تمارس باستخدام شبكة الانترنت الدولية، دون مراعاة كونها أنشطة تجارية أم لا وبالتالي حتى المعاملات المتعلقة بالاستعلام عن السلع أو الخدمات من قبل أحد الأطراف تدخل ضمن نطاق التجارة الإلكترونية."⁵

ومنهم من يعرفها بأنها، نوع من عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الإنترنت، وتشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات وكذا خدمات المعلومات المالية والقانونية...

الخ وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف، الانترنت والشبكات المعلوماتية.⁶

ويوجد كذلك من الفقهاء من عرفها على أنها: "تلك التجارة التي تشمل على ثلاثة أنواع مختلفة من الصفقات التي تتمثل في تقديم خدمات الانترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات أي تسليم المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية، واستخدام الانترنت كقناة لتوزيع الخدمات وعن طريقها يتم شراء السلع عبر الشبكة، ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير الالكتروني.⁷

وهناك أيضا من عرف التجارة الإلكترونية على أنها: "استخدام للوسائل التكنولوجية وشبكات المعلومات لممارسة أي نشاط تجاري، ويشمل ذلك وسائل الاتصال التي تعمل كوسيط في عمليات تصميم وإنتاج وإعلان وعرض وتوزيع وبيع للسلع والخدمات وكذلك تسوية عمليات الدفع والسداد".⁸

2.2.2 تعريف عقود التجارة الإلكترونية على المستوى الدولي والإقليمي.

- لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي: على الرغم من أنّ هذا المشروع يتعلق بالتجارة الإلكترونية إلا أنه لم ينطو على تعريف لها، واكتفى بتعريف تبادل المعلومات الإلكترونية التي تشتملها التجارة الإلكترونية فعرفها على أنها: "نقل المعلومات الكترونيا من حاسوب إلى آخر باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات".⁹ وقد رأت اللجنة أنّ التعريف يغطي كل استعمالات للمعلومات الإلكترونية في التجارة والتي يمكن أن يطلق عليها التجارة الإلكترونية ويبين كذلك الوسائل المستخدمة في إبرام العقود الإلكترونية.¹⁰
- منظمة التجارة العالمية: فقد أصدرت هذه الأخيرة دراسة في مارس 1998 عن التجارة الإلكترونية، حيث عرفت بأنها: "عبارة عن عملية إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة اتصال".¹¹، ويعاب على هذا التعريف أنّه قصر الأنشطة على المنتجات فقط دون الخدمات، في حين أنّ هذه الأخيرة تصلح لأن تكون محل نشاط عبر شبكة الاتصالات الحديثة، كالخدمات المصرفية الإلكترونية مثلا.
- التوجيه الأوروبي رقم 2011/83/UE المتعلق بحقوق المستهلكين: تمّ تعريف التعاقد عن بعد في المادة 2 الفقرة 7 منه بأنه: "كل عقد أبرم بين مهني ومستهلك في إطار تنظيمي يخص بيع السلع

أو تقديم الخدمات عن بعد، دون الحضور المادي المعاصر لهما، وباستعمال وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال عن بعد، بما في ذلك الوقت الذي يبرم فيه العقد.¹²

3.2.2 موقف المشرع الجزائري من تعريف عقود التجارة الإلكترونية.

كانت التجارة الإلكترونية موجودة في الجزائر بالموافاة مع التجارة العادية، وذلك لوجود العديد من المواقع الإلكترونية المتخصصة في التسويق الإلكتروني، إلا أنها كانت تفتقد للتنظيم والتقنين إلى غاية سنة 2018، أين أصدر المشرع الجزائري القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية،¹³ والذي كان له دور في تنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية وما تقوم عليه من أسس، حيث تضمن أربعة أبواب تنظم وتحدد القواعد العامة للتجارة الإلكترونية في الجزائر، وقد عرّف المشرع التجارة الإلكترونية في نص المادة السادسة منه على أنها: "... النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية."

وقد عمد المشرع الجزائري في هذا القانون لتبيان أطراف المعاملة التجارية الإلكترونية، وحدد الإطار القانوني والحماية اللازمة لأطرافها تماشياً مع مستحدثات ثورة المعلومات التي غيرت من طابع المعاملات التجارية الكلاسيكية، وأوجدت ما يسمى بالمعاملات الإلكترونية.

كما وضع المشرع الجزائري شروطاً لأجل تنظيم وحماية هذا النوع من التجارة، ومن بين أهم هذه

الشروط:¹⁴

- التسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية.
- إنشاء موقع إلكتروني أو صفحة الكترونية للمورد مضاف إليها com.dz.
- توفر الموقع على ما يؤكد جدية الموقع وصحته.
- إيداع اسم النطاق لدى المركز الوطني للسجل التجاري.

3. مشاكل تطبيق عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر.

رغم أنّ الانعكاسات الايجابية للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد لا تعد ولا تحصى، إلا أنّ هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر، بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور والانتشار والارتقاء إلى المستوى العالمي، وتتجلى هذه العقبات في مختلف المجالات (تقنية، تجارية، اجتماعية وثقافية).

1.3 المعوقات التقنية:

تتمثل العوائق ذات العلاقة بمجال التقنية والتكنولوجيا فيما يلي:

1.1.3 ضعف البنى التحتية التكنولوجية:

إنّ نجاح التجارة الالكترونية يتطلب إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت، وتوفير البيئة المناسبة والداعمة للتجارة الالكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية، وتبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية، أجهزة الهاتف، برمجيات، أجهزة الإعلام الآلي، أقراص صلبة ومرنة ... الخ.¹⁵

2.1.3 محدودية شبكات الاتصالات الهاتفية السلكية واللاسلكية:

إنّ من أسباب التأخر أيضا في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو عدم تعميم الخدمات الهاتفية السلكية واللاسلكية، التي تأثر بشكل مباشر على الإقبال على الانترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الانترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية، باعتبار الانترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر وهاتف، أما بالنسبة للهواتف الجواله، فإنها تعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر، وقد شهدت هذه الأخيرة تحسنا ونموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة.¹⁶

3.1.3 الانترنت:

بما أن التجارة الالكترونية تعتمد بشكل أساسي على الانترنت كأداة اتصال، فإنّ عدم التمكن من النفاذ إلى هذه الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة، فرغم تحقيق سوق مستخدمي الانترنت لمعدلات نمو من سنة إلى أخرى إلا أنه لا تزال هذه المعدلات متدنية، ومن بين أهم ما يعرقل زيادة عدد مستخدمي الانترنت والعزوف عن استخدام تقنية الإنترنت والاستفادة من تطبيقاتها التجارية هو المبالغة في التكاليف سواء بالنسبة للأفراد أو الشركات هذا من جهة، كما نجد سوء خدمة الاتصال بالإنترنت وعدم وجود خدمة عالية السرعة والجودة في معظم المناطق الجزائرية السكنية والتجارية من جهة أخرى، فشبكة الاتصالات البطيئة تضيق وقت المستعملين، حيث أن عملية التنقل بين المواقع واستغراقها وقتا طويلا للظهور يجعل من هذه العملية مملة وشاقة.¹⁷

4.1.3 ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني:

إنّ ضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبيرا في عرقلة عمليات التجارة الالكترونية الجزائرية، ذلك أنّ وسائل الدفع المستعملة في الجزائر تتميز بأنها تقليدية في أغلبها، وقد تأخرت البنوك الجزائرية كثيرا في إصدار وسائل الدفع الحديثة التي تتماشى والتطورات التكنولوجية، بحيث أعطيت إشارة انطلاق نظام الدفع الالكتروني باستعمال البطاقات البنكية نهاية سنة 2005.¹⁸ كما أنّ الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون توفر بطاقات ائتمانية يعتبر شبه مستحيل نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات مباشرة على الانترنت، غير أنّ استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر.

ويمكن تفسير ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني وتأخر البنوك في تطويرها بالعوامل التالية:¹⁹

- تخوف البنوك من إصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات بسداد الديون المستحقة عليهم.
- رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطل الموزعات والأجهزة الآلية للدفع الالكتروني.
- تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية، بالإضافة إلى انخفاض القدرة الشرائية لغالبية المواطنين.²⁰

5.1.3 ضعف حجم الصناعات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تعتبر صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الالكترونية وتوسع نطاقها وتعاني الجزائر من نقص في إنتاج السلع والخدمات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فالجزائر لا تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا، نظرا لوجود أولويات تنموية أخرى كالاهتمام بالاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة والعقارات، بالإضافة إلى ضعف القاعدة البشرية التي تستند إليها صناعة المعلومات، وصعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية.²¹

2.3 المعوقات التجارية:

لقد وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات طرق الكترونية حديثة لإجراء التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية، بغية مساعدتها على إثبات وجودها بقوة على الساحة التجارية، غير أن أغلبية المؤسسات والمشروعات الجزائرية لديها نوع من الجمود وعوامل لمقاومة التغيير، فهذه المؤسسات متشبثة بأنماط التجارة التقليدية، وتفتقر إلى قابلية التحول الجذري لمؤسسات الكترونية تعتمد على الوسائط الالكترونية في إبرام صفقاتها، ويمكن تلخيص هذه العقبات التجارية كالآتي:

1.2.3 غياب التشجيع والدعم اللازم للتحول إلى التجارة الالكترونية:

والذي تتجلى مظاهره في:²²

- محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية.
- عدم توفر شركات الوساطة التي تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المبيعة الكترونيا.
- ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية مما يضيف أعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية.
- عدم توفر عدد كبير من الباعة والمشتريين الالكترونيين.
- فقر شديد في المواقع الخاصة بتجميع ونشر قوائم السلع والخدمات التي تنتجها الشركات الجزائرية.

2.2.3 عدم توفر الإمكانيات لدى المؤسسات الجزائرية لممارسة التجارة الالكترونية:

ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الالكترونية، فلا تستطيع أغلبية الشركات الحصول على تمويل كافي لتغطية نفقات وتكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وإنشاء منصة للتجارة الالكترونية على الانترنت تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان.²³

3.3 المعوقات الاجتماعية والثقافية:

تتعلق المعوقات الاجتماعية والثقافية للتجارة الالكترونية بخصائص المجتمع الجزائري، والذي لا يزال ينتظره الكثير حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات، ويمكن تلخيص أهم المعوقات فيما يلي:

1.3.3 الأمية:

من الصعب على الجزائر التي يعاني فيها حوالي 1.1 مليون شخص من أمية الحرف أن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي وتطبيق أسلوب التجارة عبر الانترنت.

2.3.3 اللغة:

من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات للأغراض التجارية، حيث أنّ معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الانجليزية.²⁴

3.3.3 ضعف الوعي والثقافة الالكترونية:

إنّ تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية، إذ نجد فئة واسعة من الجزائريين تعاني ضعفاً في مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال، وهذا الضعف يُفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة ما يسمى بالأمية المعلوماتية، والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحواسيب الآلية والبرمجيات، فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات التكنولوجيا ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية.²⁵ ومن بين أهم الوسائل المساهمة في تعزيز ونشر الثقافة والوعي الالكتروني هي نوعية التعليم، وتشير الإحصائيات أن مدى انتشار الحواسيب الآلية في المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في الجزائر يبقى محدودا، هذا ما يؤكد غياب الوعي الالكتروني وأهمية ومكانة التجارة الالكترونية، وعدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن التحصل عليها من إدماج الانترنت في النشاطات التجارية، فاستخدام الانترنت في الجزائر هو استخدام من أجل الترفيه وليس لممارسة التجارة.²⁶

4.3.3 قصور الموارد البشرية المؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية:

إنّ العنصر غير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة والمتمثل في رأس المال الفكري، يفوق القيمة الحقيقية لموجوداتها المادية كالمعدات والتجهيزات، ولذلك فإنّ التركيز على العنصر البشري يعد السبيل المهم للوصول إلى مجتمع المعرفة والتطبيق السريع للتجارة الالكترونية، والجزائر تسجل نقصا في الكوادر البشرية والخبرات التكنولوجية الكفيلة بالتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية، والتي من المفروض أن تتولى مهمة تصميم وتطوير مواقع التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية.²⁷ ويفسر هذا النقص في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها:²⁸

- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المؤسسات والمعاهد.
- هجرة الأدمغة والكفاءات إلى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة على استقطابها.
- محدودية إمكانيات البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي.
- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب معها اللحاق بها، ويجعل خريجي المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية والتقنيات الحديثة للإعلام والاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات الإلكترونية.

5.3.3 المشكل الاجتماعي والنفسي:

إنّ من أهم عراقيل التحول إلى التجارة الإلكترونية في الجزائر، هو سلوك المستهلك الجزائري ونظرته إزاء الانفتاح على العالم الخارجي، وإبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، وقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسوق عبر وسيط إلكتروني، مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الإلكترونية ومقاومتهم لها، إذ يتميز المواطن الجزائري بخصائص نفسية واجتماعية أهمّها:²⁹

- عدم ترسخ التجارة الإلكترونية في عادات المجتمع الجزائري، فالكثير يفضلون البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها، وحتى تذوقها قبل إتمام الصفقة.
- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة.
- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الإلكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف المورد الإلكتروني حول مواصفات السلعة وأسعارها وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للطلبات أو عدم استلامها نهائيا.
- العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى الأسواق التقليدية.
- التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات الخاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.

4. الجهود المبذولة لتطوير المعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر.

تسعى الجزائر لتطوير وترقية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، من خلال وضع إستراتيجية واضحة تتضمن تشريعات وهياكل ومؤسسات لتنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية، فاستهلت بتطوير المنظومة القانونية لاسيما الإصدار الأخير للقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وذلك بهدف

سد الفراغ خاصة في مجال إبرام العقود ما بين المتعاملين الإلكترونيين، والعمل على تطوير نظام الدفع الإلكتروني، وتعميم استخدام السجل التجاري الإلكتروني.

1.4 إصدار القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية:

بموجب القانون رقم 18-05، فإنّ التجارة الإلكترونية وفق ما تملّيه المادة السادسة (06) من هذا القانون، تعني النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية،³⁰ والعقد الإلكتروني في إطار هذا القانون هو نفسه بمفهوم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،³¹ ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء الحصري لتقنية الاتصال الإلكتروني، وقد عرفت المادة السادسة (06) منه أيضاً المستهلك الإلكتروني بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقبض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي، وعرفت نفس المادة المورد الإلكتروني على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، كما حدد هذا القانون طرق الدفع الإلكتروني باعتبارها وسيلة دفع تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية.³²

كذلك من أهم ما تضمّنه القانون 18-05 هو أنّ التسجيل في السجل التجاري وتحديد موقع على شبكة الإنترنت يعتبران شرطان أساسيان لممارسة التجارة الإلكترونية، وحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني (التعريف الضريبي والعنوان ورقم الهاتف، رقم السجل التجاري، الضمان التجاري... إلخ)، كما نص هذا القانون أيضاً على المعلومات الإلزامية التي يجب احتواؤها في العقد الإلكتروني، والتزامات أطراف العقد وغيرها.

هذا ونرى أنه من السابق لأوانه الحكم على مدى تطبيق القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية واقعياً، والعمل بأحكامه من قبل الأفراد والشركات والقطاعات الحكومية، نظراً للفترة القصيرة منذ إصداره في ماي 2018، غير أنه قد بدأت تظهر بوادر صعوبة تطبيقه من قبل الأفراد والشركات حالياً لعوامل عديدة منها عدم إتباعه بمراسيم تنفيذية تشرح أحكامه من جهة، وصعوبة استخراج بطاقات

الدفع الإلكترونية من البنوك من جهة أخرى، وعليه فإنّ تفعيل هذا القانون يبقى مرهونا بمدى توفير بيئة ملائمة لتطبيقه.

2.4 تطوير نظام الدفع الإلكتروني.

شرعت الجزائر من خلال السلطات المالية والنقدية ممثلة في وزارة المالية وبنك الجزائر، منذ بداية العشرية للقرن الحالي، بإصلاحات شملت النظام البنكي ككل، من خلال عملية تحديث البنى التحتية لعصرنة وسائل الدفع في البنوك الجزائرية، بهدف تحسين جودة الخدمات البنكية المقدمة للزبائن، وكذا الرفع من أداء البنوك لضمان الصلابة المالية، وذلك بإطلاق عدة مشاريع لتحديث وسائل الدفع الإلكترونية ممثلة في البطاقات البنكية للدفع والسحب، استخدام الموزعات الآلية للأوراق النقدية، وأجهزة الدفع الإلكتروني.

فضلا على تحديث أنظمة الدفع الإلكتروني، وذلك بدخول نظامين للدفع والتسويات بداية من شهر ماي 2006 حيز التطبيق وهما نظام التسويات الإجمالية الفوري الجزائري (ART)، ونظام المقاصة الإلكترونية للمدفوعات (ATCI)، وقد جاء هذا تزامنا مع إجراءات وتوصيات الهيئات الدولية على غرار البنك الدولي وبنك التسويات.³³

ومن أشهر بطاقات الدفع على مستوى المؤسسات المالية الجزائرية:

- بطاقة CIB وهي بطاقة دفع وسحب ما بين البنوك الجزائرية داخل التراب الوطني ونجدها على نوعين، البطاقة البلاستيكية والبطاقة الذهبية، هذه الأخيرة التي تمنح للأشخاص المهمين ورجال الأعمال أصحاب الدخل المرتفع.³⁴
- البطاقة الذهبية لبريد الجزائر: أطلقتها مؤسسة بريد الجزائر سنة 2016، وهي الأكثر شعبية بين الجزائريين وتعطي دفعا قويا لخدمة الدفع الإلكتروني، أين قامت مؤسسة البريد بإبرام عقد شراكة مع شركة نفضال لإتاحة خدمة دفع ثمن تعبئة الوقود عبر البطاقة الذهبية، بالإضافة إلى تقديم تسهيلات لحائزي هذه البطاقة للاستفادة في قطاع النقل، كما شرعت بريد الجزائر في عملية تركيب 50 ألف جهاز TPE للدفع الإلكتروني عبر مختلف ولايات الوطن، وأطلقت في مارس 2018 أرضية نقدية جديدة تسمح بتعبئة وتسديد فواتير الانترنت الثابت والنقال عن طريق إبرام عقود مع اتصالات الجزائر وشركة موبيلس للاتصالات من أجل تعميم الدفع الإلكتروني، أمّا فيما

يخص الوسائل المستخدمة في توزيع هذه المنتجات البنكية فتتمثل في الموزع الآلي للأوراق DAB، الشباك الأوتوماتيكي للأوراق GAB، نهائي نقطة البيع الإلكترونية TPV.³⁵

3.4 تعميم استخدام السجل التجاري الإلكتروني Registre de commerce électronique

دعى المدير العام للمركز الوطني للسجل التجاري الشركات والمؤسسات العمومية والخاصة والتجار وجميع المهنيين المطالبين بالقيود في السجل التجاري، بطلب نسخة من السجل التجاري الإلكتروني، لحماية أنفسهم من ظاهرة السجلات التجارية المزورة، كما أكد أنّ العمل متواصل بالتعاون مع العديد من الهيئات في إطار تحسين مناخ الأعمال وتحسين ترتيب الجزائر في "دوينغ بيزنس".³⁶ من جهة أخرى فقد أقدم المركز الوطني للسجل التجاري (CNRC) على خطوة هامة لها علاقة بالتجارة الإلكترونية، وهي إدراج رمز النشاط (Code d'activité) بالتجارة الإلكترونية، وتحديث رمز جديد في قائمة مدونة النشاطات الاقتصادية الخاضعة للقيود في السجل التجاري، والذي يسمح بممارسة هذا النشاط، ورمز النشاط الذي خصص للتجارة الإلكترونية هو 607.024.³⁷

5. خاتمة:

إنّ الاهتمام بالتجارة الإلكترونية دليل على وعي اقتصادي واضح، هذه التجارة التي كانت مجرد حلم، فرضت اليوم نفسها في تحديد المستقبل الاقتصادي للدول، وأصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري، فقد نمت حجمها بسرعة خيالية في مختلف أنحاء المعمورة، بسبب المزايا العديدة التي توفرها خاصة اختصارها للزمن والمسافات واختزالها للتكاليف.

من هذا المنطلق جاء التركيز على دراسة ظاهرة عقود التجارة الإلكترونية، مع الاهتمام بتشخيص الوضع في الجزائر، وتبيين موقعها وموضعها من هذه التكنولوجيا المعاصرة، وعليه تم التوصل إلى النتائج والاقتراحات التالية:

أولاً- النتائج:

- عقد التجارة الإلكترونية هو عقد متعلق بالسلع والخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية.

- تعاني الجزائر من تأخر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتدني في نسبة استخدام التجارة الالكترونية، وذلك للأسباب السابق ذكرها، إلا أنّ هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع وأمل كبير في انطلاق التجارة الالكترونية، في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصا وأنّ هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الانترنت، بالإضافة إلى صدور قانون التجارة الالكترونية 05/18، الذي نأمل أن يتم تكريسه بإصدار النصوص التنظيمية التي تساعد على تجسيده وتطبيقه دون مشاكل.

ثانيا- الاقتراحات:

- تحويل عقود التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني، لابد أن يصاحبه بنية تحتية قوية مكونة من شبكة اتصالات ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات وتوفير تجهيزات آية، وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري ومعالجة قضايا التسعير، من خلال إعادة النظر في الأسعار لتناسب مع مستويات دخل المواطنين.
- نشر الثقافة الالكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الالكترونية، وأهمية توظيف الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني ، وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهيكل الوطنية و الأجنبية.
- الإسراع في تجسيد قانون التجارة الالكترونية الجزائري من خلال تطبيق نظام الحكومة الالكترونية التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة.
- تعميم وسائل الدفع الالكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، من خلال تشجيع النظام المصرفي وتطوير التحويل الالكتروني للأموال.
- تحرير سوق خدمات الإعلام والاتصال وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار فيها.
- تكوين تحالف رقمي مع الدول العربية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لاسيما ما يتعلق بالتجارة الالكترونية، بغية الاقتداء بالتجارب الناجحة لهذه التجارة والاستفادة منها.

6. الهوامش:

¹ حامد مصطفى التاجر المنزول، (2016) ، المشكلات القانونية في إبرام عقود التجارة الالكترونية - دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي - مجلة الشريعة والقانون، السودان، العدد28، ص251.

- ² عبد الله سلطان محمود الجوّاري، (2010)، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق، دراسة قانونية مقارنة، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص41.
- ³ فراح مناني، (2009)، العقد الإلكتروني وسيلة إثبات حديثة في القانون المدني الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ص24.
- ⁴ إبراهيم خالد ممدوح، (2009)، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية، دار التراث، الإسكندرية، ص73.
- ⁵ الماحي حسين، (2003)، نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية، أكاديمية شرطة دبي، الجزء الثالث، الإمارات العربية، ص178.
- ⁶ Alain Charles Lartinet, Ahmed Silem, (2005), "lexique de gestion", Dalloz, Lyon, P 110.
- ⁷ عبد الفتاح بيومي حجازي، (2002)، نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنيا، دار الفكر الجامعي، ط1، (د.ب.ن)، ص46.
- ⁸ Magda Ismail , (1999), E-commerce exclusive, Sammary cairo cabinet, , p16.
- ⁹ عماد الدين توكّل فادي محمد، (2010)، عقد التجارة الإلكترونية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص24.
- ¹⁰ المرجع نفسه، ص24.
- ¹¹ متوفر على الموقع الإلكتروني لمنظمة التجارة العالمية على الرابط: www.wto.org/fr/e-commerce تاريخ الإطلاع: 2012/10/11، على الساعة 13:21.
- ¹² Art 2 AL7 de la directive N°2011/83/UE, dispose que : « Tout contrat conclu entre le professionnel et le consommateur, dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de service à distance sans la présence physique simultanés du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance, jusqu'au moment, et y compris au moment, ou le contrat est conclu. »
- العيشي عبد الرحمان، (2017)، آليات التجارة الإلكترونية وأثرها في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد13، ص159.
- ¹³ القانون رقم 05/18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، بتاريخ 20 شعبان 1430 الموافق ل 16مايو سنة 2018.
- ¹⁴ معمري أسامة، عمورة جمال، (جوان 2019)، واقع ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر بين التأطير القانوني وتحديات التطبيق - دراسة تحليلية-، مجلة الأبحاث الاقتصادية، مجلد 14، العدد01، الجزائر، ص132.

- ¹⁵ سمية ديمش، (2011/2010)، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، الجزائر، ص 275.
- ¹⁶ www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/showReport
- ¹⁷ فريد كورتل، (ماي/جون 2003)، " واقع التجارة الإلكترونية بالبلدان العربية وسبل تطويرها - إشارة خاصة لحالة الجزائر"، الملتقى العلمي الدولي الأول : الشفافية ونجاعة الأداء للاندماج في الاقتصاد العالمي، الأوراسي، الجزائر.
- ¹⁸ عريوة محاد، خاوي محمد، (2017)، واقع وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، عدد 04، جامعة مسيلة، الجزائر، ص144.
- ¹⁹ سمية ديمش، مرجع سابق، ص282.
- ²⁰ Société d'automatisation des transactions interbancaire et de monétique, "Présentation des indicateurs annuels sur l'activité monétique interbancaire, www.algerie-dz.com
- ²¹ سمية ديمش، مرجع سابق، ص278.
- ²² المرجع نفسه، ص285.
- ²³ غنيم أحمد محمد، (2004)، "الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، ص96
- ²⁴ www.internetworldstats.com
- ²⁵ محمد بوزيان، بلحشر عائشة، (يومي 06-07 مارس 2007)، التجارة الإلكترونية في الجزائر، الفرص والتحديات، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة مقاصدي مراح، ورقلة، الجزائر.
- ²⁶ محمد بوزيان، بلحشر عائشة، المرجع السابق.
- ²⁷ رشيد علام، (2010/2009)، عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي - دراسة حالة الجزائر - رسالة ماجستير في إدارة الأعمال فرع تجارة الكترونية، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، المملكة المتحدة، ص153.
- ²⁸ سمية ديمش، مرجع سابق، ص279.
- ²⁹ المرجع نفسه، ص284.
- ³⁰ القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المشار إليه سابقا.
- ³¹ قانون رقم 04-02 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 41 مؤرخة في 27 يونيو 2004.

- ³² مقال منشور على موقع جريدة الخبر الجزائرية، حول " قانون التجارة الإلكترونية يدخل حيز التطبيق." المنشور في تاريخ: 2018/07/08، على الموقع الإلكتروني: <https://www.elkhabar.com/press/article/139215/>، تاريخ الاطلاع : 2021/10/26، على الساعة 14:15.
- ³³ عريوة محاد، خاوي محمد، مرجع سابق، ص 140.
- ³⁴ حمري نجاد، (2021)، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، مجلد 04، عدد 01، الجزائر، ص 15.
- ³⁵ المرجع نفسه، ص 15.
- ³⁶ بوكرواح عبد الوهاب (2017)، الحصول على السجل التجاري عبر الانترنت خلال 2017 على الشركات استعمال السجل الإلكتروني لحماية أنفسهم، مقال منشور في الموقع الإلكتروني لجريدة " الجزائر اليوم." <http://aljazairalyoum.com> تاريخ الاطلاع: 2021/10/25، على الساعة: 13:30.
- ³⁷ متوفر على موقع المركز الوطني للسجل التجاري. الرابط الإلكتروني: <https://sidjilcom.cnrc.dz>، تاريخ الاطلاع 2021/10/26، على الساعة 16:00.