وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

محاضرات
في قانون التجارة الإلكترونية

مطبوعة بيداغوجية موجهة إلى طلبة السنة ثانية ماستر
تخصص قانون الأعمال
لغرض الترقية لرتبة أستاذ التعليم العالي

مقدمة من طرف الدكتور
بركات عماد الدين
أستاذ محاضر –أ-

الموسم الجامعي 2022-2023

مصادق عليها من طرف المجلس العلمي للكلية، بموجب محضر الدورة العادية رقم 14 المؤرخ في 2023/07/13

السداسي: الثالث
اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة: قانون التجارة الالكترونية
الرصيد:06
المعامل:03

أهداف التعليم:

نظراً للتطور التكنولوجي وظهور أشكال جديدة في المعاملات التجارية، يجب على الطالب التعرف على قواعد وأحكام التجارة الالكترونية.

المعارف المسبقة المطلوبة:

قانون العقود والقانون التجاري.

محتوى المادة:

الفصل الأول: مفهوم التجارة الالكترونية انواعها ومزاياها

المبحث الأول: مفهوم التجارة الالكترونية

المبحث الثاني: مزايا التجارة الالكترونية وعيوبها

الفصل الثاني: النظام القانوني لانعقاد العقد الإلكتروني

المبحث الأول: أركان العقد الإلكتروني

المبحث الثاني: آثار العقد الإلكتروني

الفصل الثالث: قواعد إثبات العقد الإلكتروني

المبحث الأول: مضمون التوقيع الالكتروني وضوابطه

المبحث الثاني: أسس التصديق الإلكتروني

الفصل الرابع: وسائل الدفع الالكترونية

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكتروني

المبحث الثاني: دور وسائل الدفع الالكترونية في تفعيل التجارة الالكترونية

مقدمة

تنامى في إطار الثورة المعلوماتية استخدام الوسائل الالكترونية لتبادل المعلومات وإبرام العقود، هذا التجول الذي شهده العالم مثل منعرجاً حاسماً في تاريخ البشرية، ونقلة نوعية في سلوكيات الأفراد والجماعات، الأمر الذي جعل من المجتمع مجتمع معلومات، بخلق طرق جديدة في التعامل تنذر باقتراب انتهاء عصر المحررات الورقية، وهيمنة عصر الرقمنة الذي يكون فيه كل شيء يحمل رقماً يعرفه.

ومن هنا فقد تأثرت المعاملات المدنية والتجارية بهذا الواقع الجديد، هذه الأخيرة تحولت من تجارة تقليدية إلى ما يعرف بالتجارة الالكترونية، والتي فرضت كحقيقة واقعية في ظل بيئة رقمية، أتاحت لجميع المتعاملين فيها وسائل متطورة للإعلان عن السلع والخدمات ومن التعاقد عليها وتنفيذها، حيث أصبحت تتعادل فيها الفرص الممنوحة للشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية، وترويج السلع والخدمات دون اعطاء أهمية للحدود أهمية للحدود الجغرافية للدول، ونفس الشي بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدور كل واحد منهم الحصول على جميع احتياجاته دون عناء التنقل لإبرام معاملاته، فهي توفر الجهد والوقت والتكاليف.

ولما كانت للتجارة الالكترونية الدور الكبير في تطوير النشاط التجاري، باعتبارها وسيلة هامة للوصول إلى أسواق العالم في أسرع وقت ممكن، وبأقل جهد لما لها من مميزات أدركت الدول والمنظمات الدولية أنه لا غنى عن تدخلها على المستوى الوطني والدولي لوضع إطار منظم لمعاملات التجارة الالكترونية، من أجل بعث الثقة وتنظيم العلاقات التي تنشأ بين أطرافها.

إذ تعتبر الإنترنت من أكبر العوامل التي أثرت على المجتمع في مجال التكنولوجيا، لكونها أبرز قوة وحضوراً في حياتنا الحاضرة، والتي استطاعت أن تغير نمط الحياة

العصرية، ليغدو كل شيء يتم عبرها متعدية الحدود الجغرافية والسياسية للدول من خلال تبادل المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات، ومن أهم المعاملات التي تتم عبر الإنترنت هي إبرام العقود الإلكترونية من خلال الحصول على مكانة مهمة في تطوير العلاقات القانونية بين الشركات، وخاصة في التجارة الإلكترونية في كثير من البلدان التي يتزايد فيها استخدام العقود الإلكترونية، وهذا راجع إلى المميزات التي تقدمها الإنترنت من توفير للوقت والجهد والمصاريف في إبرام العقود واقتناء السلع.

فلا يختلف العقد الإلكتروني عن العقد التقليدي من حيث المضمون أو المجالات، غير أن وجه الاختلاف الحقيقي بينهما ينحصر في الطريقة التي ينعقد بها العقد الإلكتروني، باعتبار أنه يتم عن بعد بين طرفين، قد ينتمي كلاهما لدولة وقد لا ينتمي كل منهما لنفس الدولة، وما يميز العقد الإلكتروني أيضا أنه يقوم في بيئة افتراضية غير مادية، يعبر الأطراف المتعاقدون عن إرادتهم في التعاقد عن بعد عبر الإنترنت ما يجعل مجلس العقد غائبا، يتضمن عمليات بيع وشراء للسلع والخدمات.

ولا شك أن الثقة والأمان لدى المتعاملين عبر شبكة الإنترنت يأتيان في مقدمة الضمانات التي يتعين توافرها لازدهار التعاملات الإلكترونية، ومع التطور الهائل لوسائل التكنلوجيا الحديثة ظهر التوقيع الإلكتروني والتصديق الإلكتروني كقواعد لإثبات العقد الإلكتروني وقد اقتضت هذه التطورات على مستوى شبكات الإنترنت والمعاملات الإلكترونية، تحديث وتطوير التشريعات كي تواكب مع هذه التطورات وإيجاد نصوص قانونية لتقنين وتنظيم العقود الإلكترونية.

كما أن الاهتمام بالعقد الإلكتروني على الصعيد الدولي والإقليمي والوطني دليل على أهميته في الحياة الاقتصادية، وزيادة في التعاقد الإلكتروني على المستوى الوطني قام المشرع الجزائري بتنظيم العقد الإلكتروني في القانون رقم: 18-05 المتعلق بالتجارة

الإلكترونية[1] ونظم أحكامه من خلال القانون رقم: 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين[2]، نتيجة للتحديات القانونية العديدة التي تواجه العقد الإلكتروني من الإيجاب والقبول الإلكترونيين، بالإضافة إلى أهمية مجلس العقد الإلكتروني من حيث تحديد وقت ومكان العقد، بالإضافة إلى التوقيع الإلكتروني والجهات التي تصادق عليه.

من أجل التطرق لمختلف المحاور المتعلقة بمقياس قانون التجارة الالكترونية الموجه لطلبة السنة الثانية ماستر قانون الأعمال، تم الاعتماد في إعداد المحاضرات على عرض التكوين الخاص بالماستر تخصص قانون الأعمال بعد الموائمة، المؤهل بالقرار الوزاري رقم 835 بتاريخ 2017/07/27 المتضمن تأهيل مؤسسات التعليم العالي لضمان التكوين لنيل شهادة الليسانس والماستر بعنوان السنة الجامعية 2018/2017 بعد المواءمة، وقسمت هاته المطبوعة إلى:

- **الفصل الأول:** مفهوم التجارة الالكترونية أنواعها ومزاياها.
- **الفصل الثاني:** النظام القانوني لانعقاد العقد الإلكتروني.
- **الفصل الثالث:** قواعد إثبات العقد الإلكتروني.
- **الفصل الرابع:** وسائل الدفع الالكترونية.

[1]- القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر. ج. ج، العدد 24، الصادرة في 16 ماي 2018.

[2]- القانون 15-04 المؤرخ في 10 فيفري 2015، المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج. ر. ج. ج، العدد 06 الصادرة في فبراير 2015.

الفصل الأول

مفهوم التجارة الالكترونية انواعها ومزاياها

لم يعد البحث عن التجارة الالكترونية على أنها ظاهرة حديثة العهد يجب مسايرتها، بل أنها أصبحت احدى أساسيات الاقتصاد الوطني، اللازمة لقيام التبادل التجاري في جميع دول العالم، وينطوي مفهوم التجارة الالكترونية على أي نوع من أشكال التعاملات التجارية التي تتم الكترونياً عبر وسائل الاتصال الحديثة، وتتم هذه التعاملات بين الشركان بعضها البعض أو بين الشركات وعملائها، أو بين الشركات والحكومات.

إذ تتيح التجارة الالكترونية العديد من المزايا التي تساهم بفعالية في تغير أداء التجارة الداخلية والخارجية على حد سواء، من خلال التأثير في كل من مرحلة الانتاج ومرحلة تبادل السلع والخدمات، ومن الطبيعي أن يكون لذلك التغير في نمط التجارة بعض المخاطر التي تكون نتيجة لعدم تهيئة البيئة القانونية، بشكل يتناسب مع المعاملات الالكترونية ويحفظ حقوق البائع والمشتري.

المبحث الأول

مفهوم التجارة الالكترونية

تشهد التجارة الالكترونية تطوراً كبيراً وانتشاراً واسعاً، في هذا العصر الذي تطورت فيه تكنولوجيات الاتصال وبرامج المعلوماتية، والوسائط الاجتماعية، وشبكة الانترنت، بحيث أصبح معها العالم قرية صغيرة، يمكن التواصل مع سكانها في لحظات، الأمر الذي دفع أصحاب الشركات والمؤسسات الاقتصادية والتجارية العالمية والمحلية إلى عرض منتجاتهم وبضائعهم وخدماتهم على الشبكة العنكبوتية، وعرض الكثير من فرص التعاقد مع الزبائن والعملاء عبر العالم بطرق الكترونية سريعة ومتطورة.

رافق هذا التطور في المعاملات التجارية الالكترونية، الكثير من المفاهيم الجديدة التي لم تكن معروفة من قبل الممارسات التجارية التقليدية، الأمر الذي استلزم وضع الأحكام والقواد التي تنظم هذا النوع الجديد من العقود التجارية الالكترونية.

المطلب الأول

تعريف التجارة الالكترونية وأهميتها

وفرت الوسائل الالكترونية خدمات متنوعة ذات امكانيات متميزة، وايجاد اليات جديدة للتفاوض وابرام العقود في اطار ما يسمى التجارة الالكترونية التي انتشرت بسرعة في العالم باسره، كما اتاحت هذه الوسائل للراغبين في التعاقد من خلالها طرق متنوعة للإعلان عن السلع والخدمات، ومن ثم ابرام العقود وتنفيذها دون الحاجة الى تواجد الاطراف حضريا.

ويعتبر موضوع التجارة الالكترونية اليوم من أكثر المواضيع اثارة للجدل القانوني، وذلك كونها أخر التطورات لموضوعات تقنية المعلومات في وقتنا الحاضر، وهي جزء من منظومة الانترنت المتطورة التي تسعى الى تسهيل الاعمال والتي تعني القيام بأعمال تجارية عن طريق الانترنت.

الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية

تعتبر التجارة الالكترونية من المصطلحات الحديثة، التي تعبر عن نوع من العقود التجارية غير التقليدية، التي تتم عن بعد باستخدام وسيلة الكترونية ويسمى العقد الالكتروني نسبة للوسيلة المستخدمة في التعبير عن الايجاب والقبول بين طرفي العقد غيابياً، لأن مكان ابرام العقد غير موحد، وليس بين طرفي العقد أي جلسة وجاهية، وينتج عنها مبادلات تجارية بين أطراف العقد رغم البعد المكاني والزماني بينهما، وهو ما يطلق عليه التجارة الالكترونية، التي سوف نتعرف في العناصر القادمة.

أولاً: التعريف الفقهي للتجارة الالكترونية

لقد اكتفى جانب من الفقه بتعريف التجارة الالكترونية في مفهومها الضيق مقتصراً على الأنشطة التجارية، والتي تتم من خلال البريد الالكتروني، وعرفها البعض الآخر ضمن هذا المفهوم الضيق بأنها إجراء أعمال بطريقة مباشرة وفورية تشمل عملية شراء المنتجات من خلال خدمات مباشرة، ويتم كذلك عبر شبكة الانترنت سواء بين أصحاب الأعمال والمستهلكين أو أصحاب الأعمال أنفسهم[1].

إذ يعتبر مصطلح التجارة الالكترونية من المصطلحات الحديثة في عالم المال والأعمال، فهناك من يعرفها على أنها ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات، كما تعرف على أنها أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة[2].

جانب آخر من الفقه يعرف التجارة الالكترونية بأنها تلك التجارة التي تشتمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات، وهي تقديم خدمات الانترنت والتسليم الالكتروني للخدمات، أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الانترنت كقناة لتوزيع الخدمات، وعن طريقه يتم شراء السلع عبر الشبكة، ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير الكتروني[3].

---

[1]– ياما ابراهيم، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر "دراسة على ضوء القانون 05/18"، مجلة القانون والعلوم السياسية، المركز الجامعي بالنعامة، المجلد 05، العدد 02، 2019، ص 03.

[2]– يوسف حسين يوسف، التجارة الالكترونية وأبعادها القانونية الدولية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011، ص 11.

[3]– واقد يوسف، النظام القانوني للدفع الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخص قانون الأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 20.

أولاً: التعريف التشريعي للتجارة الالكترونية

وبالعودة إلى القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية[1] ومن خلال نص المادة 06 منه فإن المشرع الجزائري قد عرف مصطلح التجارة الالكترونية بأنها **[النشاط الذي بموجبه يقوم مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير السلع والخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية]**

أما المشرع التونسي فقد عرف التجارة الالكترونية في الفصل الثاني من قانون المبادلات التجارية الالكترونية رقم 83 لسنة 2000 على أنها [**العمليات التي تتم عبر المبادلات الالكترونية]**، كما عرف قانون إمارة دبي المعاملات التجارية الالكترونية في القانون رقم 62 لسنة 2002 في مادته لثانية " **التجارة الالكترونية هي المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الالكترونية.**

أما بالنسبة لجمهورية مصر العربية فقد عرف قانون التجارة الالكترونية في مادته الأولى بأنها " تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيط الكتروني، أي كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة الكترونية.

في فرنسا أصدر المشرع عدة قوانين ومراسيم تنظم التجارة الالكترونية، والمتمثلة أساساً في التشريع الفرنسي الصادر في 06 يناير 1978 الخاص بالمعلوماتية والحريات، وكذا القانون رقم 2000/230 المتعلق بالتوقيع الالكترونين والمرسم رقم 2001/741 المتعلق بحماية المستهلك في التعاقد عن بعد، والذي عرف التجارة الالكترونية في المادة 14 منه على أنها " **النشاط الاقتصادي على يقوم شخص بموجبه بعرض السلع والخدمات عن بعد بوسيلة الكترونية".**

[1]– القانون رقم 18–05، المؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر.ج.ج العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

تبنى هذا النص مفهوماً واسعاً للتجارة الالكترونية، بحيث يشمل التبادلات الالكترونية المتصلة بالأنشطة التجارية والثقافية والصناعية والبنكية، باعتبارها تساهم في إبرام المعاملات التجارية عن طريق أنظمة الدفع الالكتروني، وكما أعطى مفهوماً واسعاً لأطراف التجارة الالكترونية، سواء كان من يمارس هذه التجارة تجار مقيدين في السجل التجاري أو المهنيين أم أشخاص عاديين[1].

الفرع الثاني: أهمية التجارة الالكترونية

أولاً: الخدمة مستمرة

مكنت التجارة الالكترونية المستهلك من الإبحار عبر شبكة الحاسوب والتسوق وإجراء التعاملات التي يشاء على مدى 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع، ومن أي مكان، ويرجع الفضل في ذلك إلى أن الأسواق والمتاجر الالكترونية تعمل باستمرار ودون انقطاع، على عكس التجارة التقليدية التي تتقيد بمواعيد مضبوطة ومحددة للعمل والنشاط والغلق، بينما المستهلك في التجارة الالكترونية له كامل الخرية في اختيار الموعد الذي يتناسب مع رغبته[2].

ثانياً: انخفاض أسعار المنتجات

في ظل التجارة الالكترونية زادت فرصة المستهلكين في الحصول على منتجات وخدمات أقل ثمناً، فهذه التجارة تسمح لهم بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة، ومفاضلات بين السلع والخدمات المعروضة، مما يمكن العملاء من الاستفادة من فروق الأسعار، فإذا قارن العميل بين المنتجات المعروضة عبر الانترنت ونفس المنتجات

[1]– بهلولي فاتح، التظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص 28.

[2]– د. المختار بن قوية، التجارة الالكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطرة، مجلة معارف، جامعة الوادي، المجلد 16، العدد 02، ديسمبر 2021، ص 296.

المعروضة في المتاجر التقليدية فسيجد أن السعر منخفض في الأولى مقارنة مع الثانية، وذلك لأن التجارة الالكترونية خفضت العديد من التكاليف منها تكاليف النقل من المصنع إلى قنوات التوزيع، وكذلك تكاليف الإعلان التي تمثل نسبة كبيرة من إجمالي التكاليف في ظل المنافسة الشديدة، وأيضاً تكاليف الانتاج وغيرها من التكاليف الأخرى[1].

ثالثاً: انخفاض تكلفة تسويق السلع والخدمات

يرجع اساسا انخفاض تكلفة نقل البضاعة من المصنع عبر شبكات التوزيع التقليدية (من المصنع إلى المستورد إلى تاجر الجملة الى تاجر التجزئة إلى منافذ التوزيع الى المستهلك) وانخفاض تكاليف الاعلان والاشهار.

رابعاً: الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الانشطة التقليدية

تتمتع التجارة الالكترونية بالصفة العالمية، أدى إلى الغاء الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية العالمية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن مكان تواجدهم دون الحاجة إلى معاهدات ومفاوضات، كما يمكن أن تتيح التجارة الالكترونية إمكانية انشاء أسواق أكثر تخصصاً على نحو لم يكن ممكناً عبر التجارة التقليدية.

خامساً: التواصل والتفاعل بين الشركاء والعملاء

يتحقق ذلك من خلال الشفافية التي تتيح سهولة في الحصول على معلومات دقيقة وكاملة، مما يوفر طريقة فاعلة لتبادل المعلومات حتى مع الشركاء، وهذ يوفر أيضاً فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من شركة أخرى بين الشركات فيما بينهم.

[1]– ديمش سمية، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة 01، 2011، ص 56.

سادساً: تلبية طلبات المستهلك بيسر وسهولة

تمكن التجارة الالكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها واتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا ما يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن.

المطلب الثاني

أنواع التجارة الإلكترونية

فتحت التجارة الالكترونية المجال أمام الدول لرفع استثماراتها المالي وتوسيع أسواقها المحلية والدولية، وفق ما يوفره العمل التجاري الالكتروني من سهولة في التنفيط والتسويق الدفع، والقدرة على الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين وبأقل التكاليف، إذ يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق الكتروني بتقابل فيه الموردون والمستهلكون والوسطاء، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صورة رقمية أو افتراضية.

الفرع الأول: التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال أو (منشأة تجارية) ووحدة أعمال أخرى

يتمثل هذا النوع من التجارة الالكترونية في تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات بين المنشآت التجارية أو وحدات الأعمال بعضها ببعض، وهي غالباً ما تستعمل على المستوى الدولي، خاصة في عمليات التصدير والاستيراد، وذلك باستخدام شبكة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، حيث يعتبر البريد الالكتروني من بين أهم وسائل الاتصال المستعملة في هذا النوع من التجارة الالكترونية، ومن أمثلة هذا النوع من التجارة الالكترونية التعاملات القائمة بين موردي الخدمات السياحية والشركات السياحية، والتعاملات القائمة بين الشركات السياحية بعضها ببعض، والمتمثلة في التعاملات بين شركات الطيران، والفنادق، وشركات النقل السياحي، وبين الشركات السياحية، من خلال ابرام العقود وحجز الأماكن، وتأكيد الحجوزات، والمعاملات المالية فيما بينهم[1].

[1]– فطناسي عبد الرحمن، فنديس أحمد، مفهوم التجارة الالكترونية، تقديرها وبيان مدى أهميتها، مداخلة القيت في الملتقى الوطني حول الاطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 18-05، بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 08 أكتوبر 2019، ص 54.

يعتبر هذا النوع من التجارة الالكترونية أكثر الأنواع شيوعاً سواء تعلق الأمر بداخل الدولة نفسها، أو فيما بين الدول بعضها ببعض، يتم استعماله من أجل التقليل من التكاليف والرفع من فعالية العملية التجارية، وبلوغ معدل أعلى من الأرباح.

الفرع الثاني: التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال والمستهلكين

وتسمى أيضاً التسوق الالكتروني، أو تجارة التجزئة الإلكترونية، لأنها تتم مع المستهلك مباشرة عن طريق الويب من خلال مراكز التسوق على الانترنت، وهي تقدم كافة السلع والخدمات[1].

انتشر هذا النوع بشكل كبير وواسع مع ظهور المراكز التجارية الافتراضية، والأسواق الالكترونية على شبكة الانترنت، لهذا ازداد التعامل به نتيجة لإدراك القائمة على المشروعات أهمية استخدام الوسائل الإلكترونية في الاتصال بالعملاء والمستهلكين وتوظيفها في هذا الإطار.

من ثم أصحبت وحدات الأعمال تروج لمشروعاتها من خلال الانترنت وغيره من الوسائل الالكترونية، حيث تضم هذه المراكز التجارية الافتراضية كافة أنواع السلع والخدمات في إطار المنافسة المسموحة بين المشروعات والشركات ككسب المنافسة، ليس فقط داخل الاقتصاد الواحد، بل بين العديد من الاقتصاديات، خاصة المتقدمة منها والتي تعول كثيراً على هذا النوع من التجارة لكسر حلقات الركود التي تعانيها، والتي تسمح أيضاً للمستهلك باستعراض السلع المتاحة وتنفيذ عمليات الشراء وتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعاً عن طريق استخدام بطاقات الائتمان أو الشبكات الالكترونية أو نقداً عن طريق التسليم، أو بأي طريقة أخرى.

[1]–د المختار بن قوية، المرجع السابق، ص 292.

الفرع الثالث: التجارة الالكترونية بين الحكومة ووحدات الأعمال

هو التفاعل غير التجاري عبر الانترنت بين الحكومة وقطاع الأعمال التجارية، وليس الأفراد، كأن يتيح موقع الكتروني حكومي أفضل المعلومات للشركات[1].

وهي تتضمن جميع التعاملات التي تتم بين الشركات والحكومة، وكذلك بين الأفراد والإدارات الحكومية المختلفة، باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة شبكة الانترنت، وهي تشمل عرض الإدارات الحكومية والإجراءات، واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الانترنت، بحث تستطيع الشركات وكذلك الأفراد من الاطلاع عليها والقيام بإجراء المعاملة الكترونياً دون الحاجة إلى التعامل مع مكتب حكومي[2].

كما أنها قد تشمل تنفيذ بعض المعاملات المالية أيضاً بصورة إلكترونية مثل دفع الضرائب أو تسديد رسوم أحد الخدمات الحكومية باستخدام شبكة الإنترنت، ومثال ذلك قيام الشركات بتسوية ضرائبها عبر الانترنت، وكذلك قيام الحكومة بنشر تفاصيل مشترياتها عبر الانترنت ما يمكن للشركات من الاستجابة لها الكترونياً.

المبحث الثالث

مزايا التجارة الالكترونية وعيوبها

لعل أكثر المجالات تأثراً بظهور شبكة الإنترنت، تلك المتعلقة بالتعاملات بين الأشخاص في إطار التجارة الإلكترونية، من خلال إبرام العقود بمختلف أنواعها، أزالت فيه تقنية الاتصال الحدود بين الدول وسادت فيه ثقافة العولمة، في مجالات عديدة للأنشطة الاقتصادية، وخلقت بيئة جديدة أتاحت للمتعاملين وسائل متطورة للإعلان عن السلع

[1]–عبد الكامل بالحبيب، يوسف مدوكي، عادل زقرير، التجارة الالكترونية في الجزائر(العقبات ومتطلبات التطوير، مع الإشارة إلى جائحة كوفيد 19)، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الوادي، المجلد 02، العدد 01، 2021، ص 15.

[2]– خالد ممدوح ابراهيم، التوقيع الإلكتروني، ط 1، الدار الجامعية، مصر، 2010، ص 62.

والخدمات وثم التعاقد عليها، وتنفيذها أحياناً عبر النقل الآلي للبيانات المجسدة للأداءات محل الالتزام.

ذلك كله دون حاجة التواجد المادي أو الشخصي في موقع الحدث، وعلى أثر ذلك فقد غير الإنترنت عالم التجارة وما شملته من تعاقدات، ولم يقتصر دوره على تبادل المعلومات والبيانات، بل أصبح سوقاً تجارياً كبيراً لتبادل جميع المنتجات والخدمات على اختلاف أنواعها وأشكالها، فهي تحقق العديد من المزاياً وفي الوقت نفسه لا تخلو من العيوب.

المطلب الأول

مزايا التجارة الالكترونية

تتيح التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي تساهم بفعالية في تغير أداء التجارة الداخلية والخارجية على حدا سواء، من خلال التأثير في كل من مرحلة الإنتاج ومرحلة تبادل السلع والخدمات، ومن الطبيعي أن يكون لذلك التغير في نمط التجارة بعض المخاطر التي تكون نتيجة لعدم تهيئة البيئة القانونية، بشكل يتناسب مع المعاملات الإلكترونية ويحفظ الحقوق للبائع والمشتري، كما أن انتشار شبكة الانترنت عبر العالم أدى إلى تغيرات وتحديات مختلفة، كان لها صدى كبير على النظام القانوني المحلي والدولي، وهذا ما يظهر من خلال مجموع المزايا التي تتميز بها التجارة الإلكترونية.

الفرع الأول: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للأفراد

1. توفير الجهد والوقت

إن المواقع والأسواق الالكترونية تفتح 07 أيام و24 ساعة في اليوم، مما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو لشراء منتج معين، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر

على المنتج وإدخال بعض المعلومات، من البطاقة الائتمانية أو استعمال طرق أخرى للدفع مثل التسديد عن الاستلام أو استخدام النقود الالكترونية[1].

2. الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية

إن الصفة العالمية للتجارة الالكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات ومفاوضات[2].

3. حرية الاختيار

أصبحت أسواق العالم بين يدي المستهلك الالكتروني بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة مع كل تفاصيلها ومواصفاتها، وللعميل أن يختار بينها بكل حرية مما يعطيه فرصة للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات.

4. انخفاض أسعار المنتجات

هذه التجارة تسمح بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة ومفاضلات بين السع والخدمات المعروضة، مما يمكن العملاء من الاستفادة من فروق الأسعار، فإذا قارن العميل بين المنتجات المعروضة عبر الانترنت ونفس المنتجات المعروضة في المتاجر التقليدية فسيجد أن السعر منخفض في الأولى مقارنة مع الثانية[3].

---

[1]– أمين فرج يوسف، التجارة الالكترونية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2008، ص 25.

[2]– بريشي عبد الكريم، آليات تطبيق التجارة الالكترونية ومزاياها على الاقتصاد الجزائري –اشكالية الاعتماد– مداخلة القيت في اليوم الدراسي حول التجارة الالكترونية في الجزائر الواقع والأفاق، كلية العلوم الإنسانية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2007، ص 08.

[3]– منير محمد الجنبيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 84.

5. التواصل والتفاعل بين الشركاء والعملاء

يتحقق ذلك من خلال الشفافية التي تتيح سهولة في الحصول على معلومات دقيقة وكاملة، مما يوفر طريقة فاعلة لتبادل المعلومات حتى مع الشركاء، وهذ يوفر أيضاً فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من شركة أخرى بين الشركات فيما بينهم.

الفرع الثاني: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات

1. توفير فرص للمنتجين

فهي تجارة لا تحدها حدود جغرافية أو وطنية، وبما أن معظم شبكاتها تتسم بالعالمية فهمي تمكن حتى المنتجين الصغار من تحقيق فرصة الحضور العالمي لعرض منتجاتهم، كما أنها تساعدهم على تحسين أوضاعهم التنافسية من خلال اتصالهم المباشر بالعميل ومعرفة احتياجاته بالضبط ومحاولة تلبيتها بالكفاءة والسرعة المطلوبة، وبالتالي تقديم سلع وخدمات تلبي توقعات العملاء بأسعار تنافسية خاصة وأن التجارة الالكترونية تتيح إمكانية تقليص أو إلغاء سلاسل التوريد التقليدية التي تعتمد على الوسطاء وتجار الجملة وتجار التجزئة[1].

2. تسويق أكثر فعالية وأكثر أرباحاً

يتيح اعتماد المؤسسات على الانترنت في التسويق عرض منتجاتها في مختف بقاع العالم دون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة، مما يوفر الفرصة لتحصيل أكبر قدر من الأرباح والوصول إلى المزيد من الزبائن.

[1]– بن وراث حكيمة، دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة (مع الاشارة للعالم العربي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مناجمنت المؤسسة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2008، ص 77.

3. وفرة المعلومة

إن تبني التجارة الالكترونية من طرف الشركة يؤدي إلى تحسين ملحوظ في عملية الاستخبارات السوقية والتخطيط الاستراتيجي حيث تستطيع الحصول على جميع المعلومات المتعلقة بسوق أو شريك أو منافس ما، كل ذلك بواسطة الأنظمة المعلوماتية[1].

4. الحد مصارف الشركات والمؤسسات

تعد عملية اعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية على الويب أقل تكلفة من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، ولا تحتاج الشركات إلى الانفاق الكبير على الأمور الترويجية، أو تركيب تجهيزات باهضة الثمن تستخدم لخدمة الزبائن، ولا تحتاج إلى استخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والأعمال الإدارية، فقواعد البيانات على الإنترنت تحتفظ بكل العمليات وتواريخها وأسماء الزبائن، وبإمكان شخص واحد استرجاعها وتفحصها بسهولة تامة[2].

الفرع الثالث: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمجتمع

تتمثل أهم المكاسب التي تعود على المجتمع من خلال تطبيق التجارة الالكترونية في أنها تؤدي إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي من خلال تسويق السلع والخدمات عالمياً وبتكلفة محدودة إلى خاصية سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، والقدرة على تحليل الأسواق وبالتالي الاستجابة إلى جميع المتطلبات، مما يوفر زيادة معدلات الصادرات.

كما تسمح التجارة الالكترونية إلى تحقيق الرفاهية وفتح أفاق جديدة، إذ تمكن الأفراد من تلبية احتياجاتهم المتعددة بأقل الأسعار، في المقابل هذه السلع والخدمات تعتبر في نظر

---

[1]– صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014، ص 201.

[2]– د. المختار بن قوية، المرجع السابق، ص 297.

شعوب العالم الثالث طريفة للانفتاح على مهارات ورؤية جديدة لم يكونوا ليعلموا أنها تساعدهم في مسايرة النهج المتقدم ولو ببطء.

المطلب الثاني

عيوب التجارة الالكترونية

على الرغم من مزايا التجارة الالكترونية غير المحدودة، إلا أنه هناك من المخاطر والعوائق ما يهدد هذا النوع من التجارة، تنبع مخاطرها وبشكل رئيسي من مخاطر شبكة الانترنت، فباعتبارها تكنولوجيا حديثة ورغم ايجابياتها، إلا سلبياتها كثيرة وخطيرة جداً، ففي حالة عدم التمكن من السيطرة على تلك السلبيات، ستكون النتائج وخيمة وقد يتم الاستغناء عن هذه التكنولوجيا الحديثة، وبالتالي تضييع أرباح وفوائد كبيرة ومن المخاطر الشائعة لهذه التجارة ما يلي:

1. صعوبة المحافظة على سرية البيانات الشخصية

المخاطر التي قد يتعرض لها الفرد وتتمثل خاصة في خطر الاطلاع على خصوصياته سواء تعلق الأمر بمعلوماته الشخصية كالاسم والعنوان، ورقم حسابه البنكي، ورقم بطاقة الائتمان، أو المعلومات الخاصة بالمعاملة التجارية التي أجراها في حد ذاتها مثل ما الذي اشتراه، ومن أي جهة، وكيف سدد ثمنه...الخ، فضلاً عن الأخطاء غير المعتمدة التي قد يرتكبها العميل أثناء إجراء المعاملة[1].

2. ضعف الهيكلة التحتية

ان غياب البنى التحتية للاتصالات في الدولة وعدم قدرتها على مواكبة متطلبات تقنيات المعلومات التي تشمل على الاتصالات وما يرتبط بها من تجهيزات وبرامج وأنظمة،

[1]– بن وراث حكيمة، المرجع السابق، ص 81.

سوف يحد من أمن الشبكة المالية، ويعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى فشل في إقامة التجارة الالكترونية[1].

3. صعوبة الوثوق في هوية المتعاقدين وتوقيعاتهم الالكترونية

من الطبيعي أن تكون التجارة محاطة بالثقة عند ابرام العمل التجاري لتسهيل التحقق من هوية الأطراف ومدى حجيتها، إلا أن هذه الثقة قد تكون محدودة أو مهددة بعدم الصحة عبر الوسائل الالكترونية، الأمر الذي قد يتشكك منه المستهلك، فيلجأ إلى البحث عن كل حماية للطمأنينة بشأن مدى إمكانية تنفيذ الطرف الآخر لالتزامه القانوني، ومدى قدرة أمن الاتصالات الالكترونية في تحقيق المصداقية، ومن أهم سبل الوصول إلى هذه المصداقية موثوقية التوقيعات الالكترونية لكافة الأطراف.

4. عدم جدية التعاملات

في الغالب تتم تعاملات التجارة الالكترونية بين أطراف لا يعرفون بعضهم البعض، دون الحاجة إلى اتصال مباشر فيما بينهم، وهو ما قد يخلق احتمال عدم جدية التعاملات من حيث بث معلومات غير صحيحة من طرف البائع، أو المستهلك الالكتروني، فهذه التعاملات ما هي إلا بيانات الكترونية، تم تبادلها بين الأطراف مما يصعب التحقق من صحتها أو من شخصية الأطراف.

فقد يحصل المستهلك على سلعة أو خدمة غير مطابقة لتوقعاته أو مخالفة للمواصفات المعلن عليها من خلال الموقع الالكتروني، كما قد لا تصل السلعة في الوقت المحدد، من جهة أخرى قد يتعرض المورد الالكتروني لعمليات نصب من قبل المستهلكين، الذي يصرحون بمعلومات غير صحيحة[2].

---

[1]– بريشي عبد الكريم، المرجع السابق، ص 08.

[2]– منير محمد الجنبيهي، المرجع السابق، ص 17.

5. صعوبة اثبات حجية المستندات الالكترونية

يُعدُ اثبات المستندات الالكترونية من أهم المعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية، وذلك لاختلاف طبيعة المحرر الالكتروني عن مثيله التقليدي، فمن المعلوم أن قواعد الاثبات هي قواعد موضوعية وقواعد شكلية إجرائية، فإما قواعد الاثبات الإجرائية فإنها تعتبر من النظام العام لأنها تتعلق بنظام التقاضي، وأما قواعد الاثبات الموضوعية فبعضها يتعلق بالنظام العام، بينما غالبية تلك القواعد ليست من النظام العام، لأنها موضوعة أصلاً لحماية المتخاصمين، ولهذا يجور الاتفاق مقدماً على مخالفتها، ولا يجوز للمحكمة أن تقضي بها من تلقاء نفسها.

لذلك فقد تم في كثير من التشريعات بحجية المحررات الالكترونية ومساواتها بالمحررات التقليدية في الإثبات، من خلال مبدأ التناظر الوظيفي الذي يقصد به المساواة في الحجية ما بين الكتابة الالكترونية والكتابة التقليدية، وهو ما تبناه المشرع الجزائري في نصوص القانون المدني، خاصة بعد تعديل سنة 2005.

الفصل الثاني

النظام القانوني لانعقاد العقد الإلكتروني

إن أية فكرة قانونية عموماً هي من صنع الظروف الاجتماعية والتاريخية المعبرة عن أوجه النشاط المختلفة، فضلاً عن أن لهذه الفكرة القانونية كياناً مستقلاً في عالم القانون يتمركز في مفهومها الذاتي من خلال الفن التشريعي أو النصاعة التي تشكل الاصطلاح القانوني، وهو أن تكون لكل فكرة لفظ يبرز في دقة وأحكام مدلولها القانوني ويكون اللفظ بمثابة حيز لها عما سواها في عالم القانون، لذلك فإن العقد الإلكتروني يعد من العقود المهمة التي وقف عندها التشريع والفقه لدراسة ومعرفه تفاصيله.

فللعقد الإلكتروني مفهوم تقني دخل مجال القانون، وهو من أهم نواتج الثورة المعلوماتية التي نجمت عن الاندماج بين التطور في مجال المعلوماتية والتطور في مجال تقنيات الاتصال عن بعد، حيث شهد نمواً متزايداً وبات يمثل نسبة هائلة من حجم التجارة الدولية والداخلية ويرجع السبب في ذلك إلى سهولة وسرعة إبرام هذه العقود .

يُعَدُ هذا العقد نوعاً جديداً من العقود التي ظهرت مع ظهور عصر المعلومات إلا أنه لا يختلف من حيث أركانه عن الأركان العامة للعقد سوى من الآلية التي يبرم من خلالها (الوسائل الالكترونية)، وهو ما سنتعرف عليه من خلال هذا الفصل.

المبحث الأول

أركان العقد الإلكتروني

يتساوى العقد الإلكتروني مع العقد التقليدي بقيامه على مبدأ الرضا، بحيث يلزم لانعقاده ارتباط الايجاب بالقبول وتوافقهما على انعقاد العقد. كما يجب أن يتوافر في العقد

ركنا المحل والسبب فالمحل هو ما انصب عليه العقد من خدمة او سلعة، أما السبب فهو الغرض المباشر المقصود من العقد[1].

فأهمية العقد الإلكتروني تجعل منه واقعاً لا يمكن إغفاله، نظراً لما يوفره من جهد مال وربح للوقت، ولما كان الأمر كذلك فالعقد الإلكتروني يعتبر تعاقد عن بعد لوجود تباعد مكاني بين طرفي العقد، لأن تبادل الإرادات بين المتعاقدين يتم عبر وسيط إلكتروني، ورغم الخصوصيات التي يتميز بها العقد الإلكتروني، إلا أنه يجتمع مع العقد التقليدي في الأركان التي يتطلبها أي عقد، وهي التراضي والمحل والسبب، وتكاد تنحصر خصوصيات إبرام العقد الإلكتروني بركن التراضي، وما يعتريه من شكلية معنية، يتعذر انجازها الكترونياً، أما بالنسبة لركني السبب والمحل فتنعدم فيها خصوصيات هذا العقد[2].

المطلب الأول

الرضا في العقد الالكتروني

ينشأ العقد كقاعدة عامة متى توصل طرفاه إلى اتفاق بشأن أحكامه الأساسية، وهو ما يُعَبَرُ عنه في الغالب بالتقاء الإيجاب والقبول دون الاخلال بالنصوص القانونية وفقاً لنص المادة 59 من القانون المدني الجزائري.

نصت المادة 60 من القانون المدني الجزائري على الطرق المختلفة للتعبير عن الارادة اثناء التعاقد، بقوله **[التعبير عن الارادة يكون باللفظ، وبالكتابة، أو بالإشارة المتداولة عرفا، كما يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالته على مقصود صاحبه]**

[1]– ابراهيم نضال سليم، "أحكام عقود التجارة الإلكترونية"، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن، 2009، ص 50.

[2]– بن سعيد لزهر، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 69.

الملاحظ أنّ المشرع الجزائري لم يواكب التطورات الحديثة في مسألة التعبير عن الإرادة فهناك طرق جديدة ظهرت لابد من الاعتراف بها، من بينها مثلاً تقنية النقر على الزر المعتمدة في مجال الإعلام الآلي، ومثل هذه التقنية نجدها معتمدة كثيراً في مجال العقد الإلكتروني[1].

إذاً فالتعبير عن الارادة يكون من خلال: الإيجاب الإلكتروني (الفرع الأول) والقبول الإلكتروني (الفرع الثاني) ولابد من الوقوف عند مجلس العقد الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الاول: الإيجاب في العقد الإلكتروني

يعتبر الإيجاب هو الخطوة الأولى لإبرام العقد الإلكتروني فهو الإرادة الأولى التي تظهر في العقد، ويجب أن يكون الإيجاب متضمنا لكافة العناصر الأساسية الخاصة به ليتم إصدار قبول كامل لا يحتوي أي خلل يمكن أن يؤدي لإحداث أية اشكالات في المستقبل[2].

أولاً: مفهوم الإيجاب الإلكتروني

1- تعريف الإيجاب الإلكتروني

اختلف الفقهاء والتشريعات في ايجاد تعريف شامل للإيجاب الإلكتروني.

أ- التعريف الفقهي للإيجاب الإلكتروني

يُعَرَفُ الإيجاب بأنه التعبير البات الصادر من أحد المتعاقدين والموجه إلى الطرف الاخر بقصد إحداث أثر قانوني[3]، ويعرفه جانب من الفقه بأنه: تعبير عن إرادة الراغب في التعاقد عن بعد حيث يتم من خلال شبكة دولية للاتصالات مسموعة مرئية، ويتضمن كل

---

[1]- مخلوف باهية، خصوصيات التراضي الإلكتروني في ظل قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المجلة الاكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، العدد 01، 2022، ص 1459.

[2]- إبراهيم خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني(دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص 314.

[3]- الشريفات محمود عبد الرحيم، التراضي في تكوين العقد عبر الانترنت (دراسة مقارنة)، ط 2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 128.

العناصر اللازمة لإبرام العقد، بحيث يستطيع من يوجه إليه أن يقبل التعاقد مباشرة[1]، أو هو الإيجاب الموجه إلى شخص واحد هو إيجاب غير ملزم ما لم يلتزم الموجب بالعرض خلال فترة معينة للتذكير به طوال تلك الفترة".

ومن التعريفات الفقهية السابقة نستنتج بأن الإيجاب الإلكتروني يجب أن يكون محدداً وكاملاً، ويتضمن كافة العناصر اللازمة للعقد المراد ابرامه، كتحديد المبيع والثمن في عقد البيع مع اتصال الإيجاب بعلم من وجه إليه.

ب- التعريف التشريعي للإيجاب الإلكتروني

عرفه التوجيه الأوروبي في شأن حماية المستهلك بأنه " كل اتصال عن بعد يتضمن كافة العناصر اللازمة لتمكين المرسل إليه الإيجاب من أن يقبل التعاقد مباشرة ويستبعد من هذا النطاق مجرد الاعلان"[2]، ونص العقد النموذجي الخاص بالمعاملات الإلكترونية والملحق بقانون الأونسيترال النموذجي في المادة 03 فقرة 02 على أنه: " تمثل الرسالة ايجاباً لإبرام عقد مرسل إلى شخص واحد أو عدة أشخاص، ما داموا معروفين على نحو كافي، وكانت تشير إلى نية مرسل الإيجاب أن يلتزم في حالة القبول، ولا يعتبر إيجاباً الرسائل المتاحة إلكترونيا بوجه عام ما لم يشر إلى ذلك".[3]

كما عرفته اتفاقية الأمم المتحدة 2011 بشأن البيع لدولي للبضائع في المادة 14 منها على أنه. " **يعتبر ايجاباً أي عرض لإبرام عقد إذا كان موجها لشخص أو عدة أشخاص معينين، وكان محدداً بشكل كاف وتبين منه اتجاه إرادة الموجب الالتزام به في حالة**

[1]- عبد الدائم أحمد ومنصور عبد السلام الصرايرة، التعاقد بطريق الحاسوب (دراسة في التشريع السوري والأردني)، مؤتة للبحوث والدراسات، الأردن، العدد 05، 2008، ص 312.

[2]- الشريفات محمود عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 128.

[3]- بوحملة صلاح الدين، خصوصية الايجاب والقبول في العقد الالكتروني، مجلة العلوم الانسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الاخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائر، العدد 03، ديسمبر ،2019، ص 307.

القبول، ويكون العرض الذي محددا بشكل كاف إذا عين البضائع وتضمن صراحة أو ضمناً تحديداً للكمية والثمن أو بيانات يمكن بموجبها تحديدهما.

ولا يعتبر العرض الذي يوجه لشخص أو لأشخاص غير معنيين إلا دعوة للإيجاب ما لم يكن الشخص الذي صدر منه العرض قد بات بوضوح عن إرادته إلى خلاف ذلك"[1].

ج- موقف المشرع الجزائري من الإيجاب الإلكتروني

وبالرجوع إلى القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نستنتج بأن الإيجاب الإلكتروني يتمثل في العرض الذي يتقدم به المورد الإلكتروني (الطرف الموجب) باقتراح أو ضمان توفير سلعة أو خدمة عن بعد لفائدة المستهلك الإلكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية، فالملاحظ أن المشرع الجزائري في هذا القانون يستعمل مصطلح العرض التجاري للدلالة على الإيجاب[2].

المشرع الجزائري لم ينص صراحة على الايجاب الالكتروني وإنما اقتصر على تعريف العقد الالكتروني في المادة 06 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية **[... يتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني]**[3].

2- خصائص الإيجاب الإلكتروني

من خلال التعريفات السابقة أعلاه يتضح بأن العقد يتميز بمجموعة من الخصائص تميزه عن غيره من العقود التي تبرم بين متعاقدين يجمعها مجلس واحد وهي كما يلي:

---

[1]- اتفاقية الأمم المتحدة بشأن عقود البيع الدولي للبضائع، الأمم المتحدة، نيويورك، 2011، ص 05.

[2]- مخلوف باهية، المرجع السابق، ص 1459.

[3]- القانون رقم 18-05، السالف الذكر.

أ- الإيجاب الإلكتروني يتم عن بعد

باعتبار أن العقد الالكتروني من العقود التي تبرم عن بعد دون الحضور المادي والمعاصر للأطراف لحظة تبادل الرضا بينهم[1]، فالإيجاب الالكتروني ينتمي إلى تلك الطائفة وعلى هذا الأساس فهو بذلك يخضع للقواعد الخاصة بحماية المستهلك في العقود المبرمة عن بعد[2]، التي تُلَزِمُ المورد أو مقدم الخدمة بمجموعة من القيود والواجبات اتجاه المستهلك والتي تتعلق بالسلعة محل العرض، كيفية تنفيذ العقد ووسائل الدفع.

ب-الإيجاب الإلكتروني يتم عبر وسيط الكتروني

يتطلب الايجاب الالكتروني وجود وسيط الكتروني هو مقدم خدمة الانترنت، فهو يتم من خلال الشبكة وباستخدام وسيلة مسموعة مرئية، وبالتالي فإن الوجود الفعلي للإيجاب يكون منذ اللحظة التي يتم إطلاق الايجاب من خلال شبكة الانترنت، وليس هناك ما يحول دون أن يكون الموجب هو نفسه مقدم خدمة الانترنت[3]، كما يضمن الإيجاب الالكتروني استمراراً معيناً، بحيث أن الموجب له يستطيع دائماً أن يعود ليقرأه مرة أخرى مثل الكتالوج أو الإعلان الموجود على الموقع الالكتروني المرسل إليه عبر البريد الالكتروني.[4]

ج-الإيجاب الإلكتروني ايجاب ذو طابع دولي في الغالب

يتصف الايجاب الالكتروني بالصفة الدولية ويرجع ذلك إلى الصفة العالمية التي تتصف بها شبكة الاتصال العالمية (الانترنت)،[5] لذلك فهو لا يتقيد بحدود الدول السياسية

---

[1]- مخلوف باهية، المرجع السابق، ص 1459.

[2]-بوشناقة جمال، خصوصية التراضي في العقود الالكترونية، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور يحي فارس المدية، العدد 10، 2018، ص 132.

[3]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص ص 81، 82.

[4]- لزعر وسيلة، التراضي في العقود الإلكترونية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019، ص 133.

[5]- بوحملة صلاح الدين، المرجع السابق، ص 308.

والجغرافية، ويكون الايجاب الالكتروني تبعاً لذلك إيجاباً دولياً نظراً لما تتسم به شبكة الانترنت من الانفتاح والعالمية.[1]

إلا أنه لا يوجد ما يمنع من أن يقتصر الإيجاب على منظمة إقليمية محلية محددة كأن يكون الايجاب مقتصراً على المناطق الجغرافية التي حددها الموجب لتوافر إمكانية الترويج بأكبر قدر ممكن في هذه المناطق الجغرافية، ولتوافق المنتوج مع هذه المنطقة دون غيرها لتناسبه مع الأعراف والتقاليد الخاصة لهذه المنطقة،[2] والجدير بالإشارة أن المشرع الجزائري نظم في الفصل الأول من الباب الثاني من قانون رقم 18-05 المعاملات التجارية العابرة للحدود.[3]

ثانياً: صور الإيجاب الإلكتروني وتمييزه عما يشابهه

1- صور الإيجاب الإلكتروني

يُعرف الإيجاب أنه العرض الذي يتقدم به الشخص ليعبر به على وجه الجزم عن إرادته في إبرام عقد معين، فينعقد العقد بمجرد صدور القبول والإيجاب عبر شبكة الانترنت لا يخرج عن ثلاث أنواع :

أ- الإيجاب عبر البريد الإلكتروني

الإيجاب عن طريق البريد الإلكتروني يمثل نظاماً لا تفاعلياً بحيث تكون الرسالة في اتجاه واحد في اللحظة الواحدة، حيث أن البائع يرسل ايجابه إلى جهات محددة أفراد كانت أم

[1]- إبراهيم خالد ممدوح، ابرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص 232.

[2]- حمودي محمد الناصر، عقد البيع الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 630.

[3]- مخلوف باهية، المرجع السابق، ص 1460.

مؤسسات،[1] تسري عليه قواعد الإيجاب التقليدي من حيث قيامه وسقوطه وإمكانية الرجوع عنه عبر الطريقة نفسها.[2]

الإيجاب في هذه الحالة قد يكون غير متزامن مع القبول، ويكون إرسال رسالة Email مثلاً، فالموجب يحتاج مثلاً لفترة زمنية لاستلام الإجابة، ولا يكون الموجب ملزماً بالبقاء على إيجابه لأجل مفتوح، إذا عين أجل القبول أو كانت طبيعة التعامل تقتضي ذلك وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 63 من القانون المدني[3].

ب-الايجاب عبر شبكة المواقع

هذا النوع من الإيجاب لا يختلف كثيراً عن الإيجاب الذي يصدر عبر الصحف والتلفاز، مما يجعله ايجاباً مستمراً على مدار الساعة، لأنه عادة لا يكون مقيداً بزمن معين بل بنفاذ الكمية،[4] فهذا الإيجاب لا يكون موجهاً إلى جهات محددة وإنما يكون موجهاً لكل من يطلع على الموقع.[5]

يرى جانب من الفقه أن مثل هذا الإيجاب لا يُعدُ في حقيقة الأمر سوى دعوة للتعاقد وليس إيجاباً، في حين يرى جانب آخر من أن الإعلان عن السلع والخدمات عبر الانترنت هي إيجاب غير ملزم، إلا إذا نص العقد على خلاف ذلك، وهو ما ذهب إليه قانون الأونسيترال[6]، كما قد يكون مجرد دعوة للتفاوض بالرغم من تضمنه للشروط الجوهرية

---

[1]- ابراهيم نضال سليم، المرجع السابق، ص ص 57، 58.

[2]- حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، ط 01، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 180.

[3]- المادة 63 من القانون المدني الجزائري: [**إذا عين أجل للقبول، التزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى انقضاء هذا الأجل. وقد يستخلص الأجل من ظروف الحال، أو من طبيعة المعاملة**].

[4]- حمودي محمد الناصر، المرجع السابق، ص 180.

[5]- ابراهيم نضال سليم، المرجع السابق، ص 59.

[6]- بوعيس يوسف، بوعيس يوسف، التراضي في العقود الالكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر، العدد 01، 2019، ص 155.

اللازمة لانعقاد العقد، إذا كانت شخصية المُوجِبَ محل اعتبار، وقد يتضمن الإيجاب حق المُوجِبَ في تعديل الثمن تِبعاً لتغير الأسعار في السوق أو البورصة، ويكون الإيجاب في هذه الحالة معلقاً على شرط عدم تغير الأسعار[1].

إن عرض البضائع على الموقع إذا ما اقترن ببيان السعر والمواصفات وتحديد طريقة الدفع يُعدُ إيجاباً موجهاً للجمهور[2].

ج- الإيجاب عبر المحادثة أو المشاهدة المباشرة

يمكننا القول في هذه الحالة أن الانترنت تتحول إلى شبكة هاتف أو تلفزيون مرئي تجعلنا أمام مجلس عقد افتراضي، يقترب كثيراً من مجلس العقد الحقيقي،[3] وينطبق في هذه الحالة ما ينطبق في التعاقد بين حاضرين زماناً، وهو ما تشير إليه المادة 64 من القانون المدني، فيكون الإيجاب غير ملزم إذا لم يحصل قبول فوري في المجلس، وللموجب الحق في العدول عن إيجابه، وإذا عدل عن إيجابه وصدر قبول من الطرف الأخر فلا يُعدُ قبولاً وإنما يعد إيجاباً جديداً، وهذا ما نصت عليه المادة 64 من القانون المدني[4].

2- تمييز الإيجاب الإلكتروني عما يشابهه

أ-تمييز الإيجاب الإلكتروني عن الدعوة للتفاوض أو التعاقد

يُقصدُ بالدعوة إلى التعاقد العرض الذي يتقدم به شخص للتعاقد دون أن يحدد عناصره وشروطه، أما الإيجاب فهو التعبير عن إرادة باتة ويتضمن جميع عناصر العقد الأساسية[5].

---

[1]- حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، المرجع السابق، ص 180.

[2]- ابراهيم نضال سليم، المرجع السابق، ص 59.

[3]- حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، المرجع السابق، ص 181.

[4]- بوعيس يوسف، المرجع السابق، ص 156.

[5]- إبراهيم خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص 328.

يرى البعض بأن العرض أو الاعلان الموجه للجمهور عبر صفحات الويب في العادة يُعدُ مجرد الدخول في المفاوضات لا يرقى قانوناً لمرتبة الإيجاب[1]، ويتضح من خلال تعريف الاعلان في القواعد الأوروبية المتعلقة بالتلفاز العابر للحدود الصادر سنة 1997 بأن الإعلان يهدف إلى دعوة الزبون إلى التعاقد وليس إيجاباً يتم به العقد،[2] ويصعب التمييز في الإعلانات عبر شبكة الإنترنت بين ما إذا كان هذا الإعلان إيجاباً بالمعنى القانوني للكلمة، أو مجرد دعوة للتعاقد والتفاوض، وهو ما يثير التساؤل حول معيار الإيجاب الإلكتروني، والتفاوض.[3]

يذهب جانب من الفقه إلى أن الفارق بين الإيجاب والدعوة للتفاوض هو فارق وظيفي، فوظيفة الثانية مجرد الإعلان من صاحبها عن رغبة في التعاقد بقصد اكتشاف من تكون لديه رغبة مقابلة، بينما يرمي الإيجاب إلى صياغة مشروع محدد المعالم قابل للتحول إلى عقد متكامل الأركان بمجرد إعلان من يوجه إليه عن قبوله، كذلك إذا كان التعبير الصادر من طرف إلى آخر مجرد دعوة إلى التفاوض، لا تتوافر فيها مقومات الإيجاب فإن الاستجابة لهذه الدعوة لا تمثل قبولا ينعقد به العقد وإنما تمثل قبولا للتفاوض عليه[4].

وعموماً يمكننا القول بأن العرض الموجه للجمهور عبر الانترنت وإن لم يحدد فيه الثمن والعناصر الجوهرية للعقد، يُعَدُ مجرد دعوة للتعاقد.

ب-تمييز الإيجاب الإلكتروني عن الاعلان والإشهار

يهدف الإشهار إلى الدعاية والإعلان لترويج السلع والخدمات المختلفة من قبل التجار والمنتجين، فقد أصبح وسيلة ضرورية للموجب لترويج مختلف منتوجاته عبر المواقع

---

[1]- حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، المرجع السابق، ص 184.

[2]- ابراهيم نضال سليم، المرجع السابق، ص 60.

[3]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 76.

[4]- إبراهيم خالد ممدوح، المرجع السابق، ص ص 328، 329.

الالكترونية قصد التواصل مع المشتري، إذ يُعَرَفُ البعض الاعلان بأنه جذب الانتباه إلى إعطاء معلومات عامة عن المميزات المدعي بها.[1]

عرفه أيضاً المشرع الجزائري في نص المادة 06 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: [**الاشهار الإلكتروني كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية**][2]، وعرفه في نص المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بأنه: [**كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة**][3].

لقد اختلف الفقهاء في اعتبار الاشهار ايجاب أم مجرد دعوة للتعاقد ويستندون في ذلك إلى الشروط الواجب توافرها في الإيجاب المتمثلة في وجوب تعيين الشخص المقصود بالإيجاب وكذلك الجزم على إبرام العقد إذا قابل الإيجاب قبولا غير متوفر في الاعلان.

يرى آخرون أن الاعلان الموجه إلى الجمهور عبر تقنيات الاتصال عن بعد يعد إيجابا طالما أنه تضمن العناصر الأساسية للعقد المراد إبرامه وكان يتضمن تحديد السلطة أو الخدمة تحديدا نافيا للجهالة،[4] وإلا فإن العرض يبقى مجرد دعوة للتعاقد.[5]

---

[1]– دناي نور الدين، الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، المركز الجامعي تندوف، العدد 2، 2017، ص 95.

[2]– القانون رقم 18-05 السالف الذكر.

[3]– القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر. ج. ج، العدد 41، الصادر في 27 جوان 2004.

[4]– مخلوف باهية، المرجع السابق، ص 1460.

[5]– دناي نور الدين، المرجع السابق ، ص ص 95، 96.

ثالثاً: الشروط الواجب توافرها في الإيجاب الإلكتروني:

يجب أن يستجمع الإيجاب الإلكتروني شأنه شأن الإيجاب التقليدي جملة من الشروط التي تجعل منه إرادة يعتد بها قانوناً،[1] كما ينبغي أيضا أن تتوفر فيه تلك الشروط الخاصة الوارد ذكرها في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية والمتمثلة في:

1- وضوح الإيجاب الإلكتروني

أن يكون العرض التجاري الالكتروني المقدم من المورد الالكتروني مرئيا ومقروءا ومفهوما لا يدع أي لبس في ذهن من وجه إليه.[2]

إذ تؤكد المادة 11 من نفس القانون على وضوح العرض الإلكتروني بنصها: يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر.[3]

يتضح من خلال المادتين سالفتي الذكر يجب أن يكون العرض الالكتروني باتا وواضحا وبطريقة لا تثير أية شكوك،[4] فإذا لم يحترم المورد الالكتروني الالتزام الملقى عليه بموجب المادة 10 من قانون التجارة الإلكترونية فإن المادة 14 من القانون نفسه تمنح للمستهلك الإلكتروني الحق في إبطال العقد مع إمكانية طلب التعويض عن أي ضرر يلحق به[5].

---

[1]- عقوني محمد، الإيجاب والقبول في العقد الإلكتروني"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 7، د. ت. ن، ص 99.

[2]- حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، مر المرجع السابق، ص 190.

[3]- القانون 18-05 سالف الذكر. (أنظر المادة 11 من نفس القانون تتضمن المعلومات الواجب توافرها في العرض التجاري الإلكتروني).

[4]- حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، المرجع السابق، ص 190.

[5]- مخلوف باهية، المرجع السابق، 1460.

2- تضمين الإيجاب الإلكتروني بمجموعة من البيانات

يجب أن يتضمن الإيجاب الإلكتروني مجموعة من البيانات[1] والتي نص عليها المشرع الجزائري في القانون 18-05 في المادة 11 حيث ذكر مجموعة من البيانات على سبيل المثال وليس الحصر.[2]

3- أن يكون الإيجاب الإلكتروني جازماً وباتاً

هو الشرط الذي يقصد به أن تتجه نية الموجب في الالتزام بالعرض بشكل كامل ومحدد وذلك بأن تكون عبارات الايجاب دالة على العزم والتصميم النهائي على إتمام التعاقد[3]، إذا ما صادفت قبولا من الطرف الاخر الذي وجه إليه، شريطة أن يصل إلى علمه حتى ينتج أثره، بحيث أن قبول الإيجاب من قبل من وجه إليه يكون كافيا لانعقاد العقد دون الحاجة إلى أي إجراء آخر، فلا يعد إيجابا إذا ما اشترط الموجب بأنه غير ملزم بما عرضه في حال القبول، فهذا لا يعدو كونه مجرد الدعوة إلى التفاوض أو الإعلان.

الفرع الثاني: القبول في العقد الإلكتروني

القبول هو الإرادة الثانية في العقد الصادرة ممن وجه إليه الإيجاب، ويجب أن يتضمن النية القاطعة في التعاقد، وفق الشروط التي حدده الموجب وذلك من خلال استعمال احدى تقنيات الاتصال الإلكترونية.[4]

أولاً: مفهوم القبول الإلكتروني

1- تعريف القبول الإلكتروني

تعددت التعاريف للقبول الإلكتروني من قبل التشريعات والفقهاء.

---

[1]– ناصيف إلياس، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، ط 01، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص 94.

[2]– مخلوف باهية، المرجع السابق، ص ص 1460، 1461.

[3]– حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، المرجع السابق، ص 190.

[4]– مخلوف باهية، المرجع السابق، ص 1461.

أ- التعريف الفقهي للقبول الإلكتروني

عرفه الدكتور لزهر بن سعيد بقوله "القبول هو التعبير البات إلا باتفاق إرادتين"[1]، وعرفه بعض الفقه بأنه: " التعبير عن رضا الموجب له بإبرام العقد بالشروط التي عينها الموجب"[2]، وعرف أيضا بأنه: "تعبير عن إرادة الطرف الاخر الذي تلقى الإيجاب يطلقه نحو الموجب ليعلمه بموافقته على الإيجاب، فهو الإيجابية بالموافقة على عرض الموجب التي تؤدي إلى إبرام العقد"[3]، "القبول هو الوصية الثانية في العقد التي يتم فرض رسوم على المعروض عليه"

ب- التعريف التشريعي للقبول الإلكتروني:

لو يورد قانون لجنة الأمم المتحدة للتجارة الامريكية (اليونسترال) أي تعريف للقبول في المعاملات الالكترونية [4]وإنما نص عن كيفية استخدامه وماذا تسبب إرادته.

نصت المادة 11 من قانون اليونسترال النموذجي المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: «**يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن القبول، وأن العقد لا يفقد صحته، أو قابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسائل بيانات لهذا الغرض**"، كما نصت المادة 13-01 من نفس القانون النموذجي على أنه [**تتسبب إرادة القبول إلى المتعاقد إذا كان هو الذي أرسلها عبر تقنيات الاتصال الحديثة سواء بنفسه أو بواسطة نائب عنه. ويعتبر القبول الإلكتروني قد تم إذا تسلم مرسل الإيجاب قبول غير مشروط للإيجاب خلال التوقيت المحدد]**[5].

---

[1]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 84.

[2]- عقوني محمد، المرجع السابق، ص 100.

[3]- دناي نور الدين، المرجع السابق، ص 96.

[4]- الشريفات محمود عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 143.

[5]- بوشناقة جمال، المرجع السابق، ص 135.

تعرف المادة 18-01 من اتفاقية الأمم المتحدة المتعلقة بالبيع الدولي للبضائع، القبول على الوجه الآتي: [**يعتبر قبولا أي بيان أو أي تصرف اخر صادر عن المخاطب يفيد الموافقة على الإيجاب**][1].

ج- موقف المشرع الجزائري من القبول الإلكتروني

بالرجوع إلى القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نستنتج أن المشرع الجزائري لم يعرف القبول الإلكتروني وإنما استعمل مصطلح الطلبية للدلالة على القبول الإلكتروني وهذا ما جاء به في نص المادة 12 من نفس القانون[2].

من خلال ما سبق يتضح أن القبول الإلكتروني لا يختلف عن القبول في العقود التقليدية إلا في الوسيلة التي يتم بها والتي تكون عبر الوسائط الإلكترونية،[3] ولا يشترط صدوره في شكل خاص أو وضع معين[4]، فالقبول الإلكتروني قد يكون قبولاً صريحاً أو قبولاً ضمنياً أو بالوسائل الأخرى كإرسال رسالة بالقبول عبر البريد الإلكتروني أو بتدوين العميل طلب الشراء على شاشة الكمبيوتر وإرساله عبر الانترنت إلى البائع[5].

2- صور القبول الإلكتروني

يتم التعبير عن القبول الإلكتروني من خلال عدة صور وتتمثل فيما يلي:

أ-القبول عبر البريد الإلكتروني

يمكن للقابل أو يوجه قبوله عبر البريد الالكتروني، سيما إذا كان ق تلقى الايجاب بالطريقة نفسها، فهنا حتما تعتبر رسالته الإلكترونية قبولا صريحا للإيجاب الموجه اليه، سواء

---

[1]- اتفاقية الأمم المتحدة بشأن البيع الدولي للبضائع.

[2]- المادة 12 من قانون تجارة إلكترونية: " **تمر طلبية منتوج أو خدمة ... تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد** ..."

[3]- عقوني محمد، المرجع السابق ، ص 101.

[4]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق ، ص 86.

[5]- شيروف نهى، الآليات القانونية في إبرام العقد الإلكتروني في ضوء التشريع الجزائري: بين النص والترجمة، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الذي نظمته كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة قالمة، الموسوم بعنوان: الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء ق 18-05، يومي 02-03 أكتوبر 2018، ص 19.

كان هذا الايجاب موجها إليه عبر البريد الإلكتروني أو كان معروضاً على موقع الواب ووجه هو قبوله عبر البريد الالكتروني، إضافة إلى أن المادة 60 من ق.م نصت عن حرية التعبير عن الإرادة وصدورها من خلال الكتابة مهما كان نوعها تقليدية أو الكترونية خاصة أن المشرع الجزائري تبنى الكتابة الإلكترونية كحجة في الاثبات طبقا للمادة 323 مكرر 1 من القانون المدني التي جاء فيها أنه [**يعتبر الاثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها**][1]، يمكننا القول بأن القبول عن طريق البريد الإلكتروني يمكننا اعتباره إرادة بينة وواضحة غير مشكوك فيها.

ب-القبول الإلكتروني عبر الموقع

من أساليب القبول في العقد الإلكتروني أن يتم عبر موقع إلكتروني وذلك عن طريق الضغط على زر القبول الموجود بلوح مفاتيح جهاز الكمبيوتر أو بالنقر على الفأرة، سواء مرة واحدة أو نقرا مزدوجا[2].

ويذهب الرأي الراجح في الفقه بأنه يجب الضغط على الأيقونة مرتين من أجل تأكيد القبول وتفادي الوقوع في الخطأ، باعتباره قد يكون عن طريق السهو أو الخطأ، كما يمكن أن يكون قد قام به الغير، وبهذا قد يلجأ الموجب بهذه الطريقة للتأكد من موافقة القابل على التعاقد، وحتى لا يدعي القابل بأن النقرة الأولى كانت عن طريق الخطأ أو السهو، فالنقر مرتين دليل على موافقة القابل على إبرام العقد.

يتم القبول بمجرد أن ينقر المرسل إليه على مفتاح القبول على الكمبيوتر أو عن طريق الضغط على المؤشر الموجود على الخلية المحددة لقبول العقد، فمواقع الويب باللغة الانجليزية تستخدم عبارة " I Agree" أو " OK".

---

[1]- الأمر رقم 58-75 سالف الذكر.

[2]- بوشناقة جمال، المرجع السابق، ص 136.

ج-القبول الإلكتروني عبر المحادثة

القبول الإلكتروني عبر المحادثة يقصد به هو جهة اتصال مباشرة عبر الإنترنت بحيث يسمعون أو يرون بعضهم البعض مباشرة حيث لا يوجد فاصل زمني بين الإيجاب والقبول وفي ظل التطور التكنلوجي ووسائل الاتصال يمكن أن يتم القبول الإلكتروني من خلال استعمال الوسائل الاتية: WeChat, Skype, ViiV, WhaTsapp، وبذلك نكون أمام مجلس عقد افتراضي يتعاقد من خلاله المنتج والمورد بطريقة عادية.

ثانياً: شروط القبول الإلكتروني والعدول عنه

1- شروط القبول الإلكتروني

اشترط المشرع الجزائري لصحة القبول الإلكتروني مجموعة من الشروط وهي كما يلي:

أ-أن يكون القبول الإلكتروني صريحاً وواضحاً

يشترط في القبول عموما حتى وإن كان موجها بالطرق الإلكترونية، أن يكون تعبيراً عن إرادة واضحة وصريحة صادرة عن وعي وإدراك قائم على بينة وعلم كاملين بشروط العقد،[1] وهذا أمر مفروغ منه بحكم أ، الالة الالكترونية المستعملة لا تعبر من تلقاء نفسها عن إرادة المستهلك الإلكتروني وإنما تأمر بأوامر هذا الاخير.[2]هذا ما نستشفه من نص المادة 11 من قانون 18-05 ق. ت. إ.[3] ولا يشترط في القبول أن يكون بلغة معينة مادام المتعاقد الثاني يعرفها.

[1]- حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، المرجع السابق، ص 206.

[2]- مخلوف باهية، المرجع السابق ، ص 1462.

[3]- أنظر المادة 11 من قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

ب-أن يكون الإيجاب مازال قائما

أكد المشرع الجزائري بأنه إذا عين أجل للقبول التزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى أن ينقضي هذا الأجل ويحدد الأجل في ظروف الحال أو من طبيعة المعاملة،[1] فإذا صدر القبول في وقت يكون فيه الإيجاب قائماً ومطابقاً له ولا يتضمن أي تحفظات أبرم العقد، وإذا لم يتلاقى القبول بالإيجاب ضمن المدة المعينة وجاء متأخراً، فلا يمكن القول بتوافر القبول عبر الانترنت[2].

ج-أن يكون القبول مطابقا للإيجاب الإلكتروني

أوجب المشرع الجزائري في قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية ألا يتضمن القبول تغييرا من الإيجاب وتوجيها له،[3] كما نص ق. م. على أن القبول الذي يغير من الإيجاب يعتبر إيجابا جديدا، وبالتالي لا ينعقد العقد إلا إذا كان القبول مطابق للإيجاب وكما تنص المادة 66 من القانون المدني على ما يلي: [**لا يعتبر القبول الذي يغير الإيجاب إلا إيجاباً جديداً]**، و قد أعطى المشرع الجزائري في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية مثالاً، حالة أن القبول يتضمن ملء خانات من قبل المستهلك الإلكتروني.[4]

2- العدول عن القبول الإلكتروني

نظراً لأن المستهلك لا تتوافر له الإمكانية الفعلية أو الحقيقية بمعاينة السلع أو التحقق من الأداء المناسب للخدمات، فحق العدول من الوسائل التي لجأت إليها التشريعات الحديثة لحماية رضا المستهلك الإلكتروني، حيث نصت العديد من التشريعات الدولية والوطنية على حق الرجوع عن القبول في العقود المبرمة عن بعد، وذلك من أجل توفير الحماية الكافية

[1]- عقوني محمد، المرجع السابق، ص 102.

[2]- لزهر بن سعيد، المرجع السابق، ص 87.

[3]- ماني عبد الحق، "التنظيم القانوني لقيام التراضي في العقود الإلكترونية على ضوء مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، العدد 02، 2018، ص 145.

[4]- ماني عبد الحق عبد، المرجع السابق، ص 145.

للقابل وهو بصدد إجراءات المعاملات الإلكترونية[1] ويجب أن يرتبط هذا العدول بمدة محددة تختلف من تشريع لأخر.[2]

نص المجلس الأوروبي رقم 07-97 في 20 مايو 1997 في نص المادة 6-1 على أن: [**كل عقد عن بعد يجب أن ينص فيه على أحقية المستهلك في العدول خلال مدة لا تقل عن سبعة أيام تبدأ من تاريخ الاستلام بالنسبة للمنتجات والسلع، أما بالنسبة للخدمات فإن مهلة سبعة أيام تبدأ من تاريخ كتابة المورد الإقرار الخطي، وتصل المدة إلى ثلاثة أشهر إذا تخلف المورد عن القيام بالتزامه بإرسال اقرار مكتوب يتضمن العناصر الرئيسية للعقد**][3].

ولقد نص المشرع الجزائري في المادة 22 من قانون التجارة الإلكترونية بأنه:[**في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني إعادة إرسال المنتوج على حالته في أجل أقصاه أربعة (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر.**

وفي هذه الحالة، يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج، خلال أجل خمسة عشر (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتوج].

ثالثاً: صلاحيات السكوت للتعبير عن الإرادة

الأصل في القواعد العامة أن مجرد سكوت من وجه إليه الإيجاب لا يُعدُ قبولاً على أساس: قاعدة "لا ينسب لساكت قولا"، وبالرجوع إلى القواعد العامة التي نظمها القانون المدني تدل على أن الموجب لم يكن ينتظر تصريحاً بالقبول، فإن العقد قد تم إذا لم يرفض

---

[1]– بوشناقة جمال، المرجع السابق، ص 137.

[2]– دناي نور الدين، المرجع السابق، ص 98.

[3]– إبراهيم خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني –دراسة مقارنة–، المرجع السابق، ص ص 348، 349.

الإيجاب في وقت مناسب ويعتبر السكوت في الرد قبولاً، يكن إذا اتخذ السكوت موقف سلبي لا يدل على إرادة معينة، ولا يعتبر قبولاً إلا إذا لابسته ظروف معينة تدل على أن الموجب لم يكن ينتظر رداً على إيجابه.

إذ يعتبر السكوت عن الرد قبولا، إذا اتصل الإيجاب بتعامل سابق بين المتعاقدين أو إذا كان الإيجاب لمصلحة من وجه إليه.[1] وبالرجوع إلى صلاحية السكوت ليكون قبولاً إلكترونياً ظهرت 03 أراء وهي كما يلي:

1- صلاحية السكوت ليكون قبولا إلكترونياً

يرى أصحاب هذا الرأي أنه إذا كان هناك تعامل إلكتروني سابق بين طرفين ووجه أحدهما إيجاباً ولم يرد عليه الاخر كأن يكون في مصلحته، عد هذا السكوت قبولاً إلكترونياً.

2- عدم صلاحية السكوت ليكون قبولاً إلكترونياً

يرى أصحاب هذا الاتجاه بأن السكوت لا يجوز أن يعبر عن قبول أياً كان الأمر لكونه يستحيل تصور سكوت على إيجاب دولي منشور على مستوى عالمي، فهذا الاتجاه يميل لحماية الأطراف المتعاقدة.[2]

وفي حالة ما تسلم الرسالة الإلكترونية عبر الانترنت تتضمن إيجابا وتنتهي بعبارة "إذا لم يصل الرد خلال مدة معينة يعتبر ذلك قبولا"، فالراجح أنه لا يمكننا اعتبار ذلك قبولا في العقود الإلكترونية.

3- موقف وسط

يرى أنصار هذا الاتجاه بأن هناك حالات استثنائية يجوز اعتبار السكوت فيها قبولاً إلكترونياً، مثل حالة العرف الذي يلعب دوراً كبيراً في بيئة الإنترنت الحديثة مثلما عليه الشأن

---

[1]- الأمر رقم 75-58 السالف الذكر.

[2]- حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، المرجع السابق، ص 204.

في التعاقد التقليدي، ويجب الاعتداد بالسكوت في الحاقة التي يكون فيها هناك اتفاق صريح بين المتعاملين سواء كان هذا الاتفاق صريحاً أو ضمنياً.

الفرع الثالث: صحة التراضي في العقد الإلكتروني

أولاً: مجلس العقد الإلكتروني

1- تعريف مجلس العقد

يتم العقد الإلكتروني من خلال شبكة اتصال الكترونية والتي تتمثل في الإنترنت،[1] بين طرفين تفصل بينهما مسافة بعيدة فيعد مجلس العقد مرحلة هامة في ابرام العقد الإلكتروني، ويعرف بأنه: " المكان والزمان الذي ينصرف فيه المتعاقدان للتعاقد الكترونياً عبر شبكة الإنترنت، والذي يبدأ بالإيجاب الالكتروني البات أيا كانت صورته، وينتهي بانتهاء الانشغال بالتعاقد"[2]، وتتمثل الحكمة في مجلس العقد الإلكتروني الحفاظ على استقرار المعاملات القانونية وحماية مصالح المتعاقدين.

يقوم مجلس العقد الإلكتروني على ركنين وهما:

أ- **الركن المادي:** ويقصد به الحيز المكاني الذي ينشغل فيه المتعاقدان بالعقد ويقاس بمعيار المدى السمعي ومعيار المدى السمعي والبصري Cyber Space الفضاء الإلكتروني.

ب-**الركن المعنوي:** يتمثل في الحيز الزماني الذي ينشغل فيه المتعاقدان بإبرام العقد الإلكتروني.

2- الطبيعة القانونية لمجلس العقد الإلكتروني

اختلفت الآراء حول طبيعة مجلس العقد الإلكتروني فيما إذا كان بين غائبين أو بين حاضرين، إذا كان مجلس العقد الإلكتروني بين حاضرين يعتبر مجلس العقد حقيقي أما إذا كان بين غائبين يعتبر مجلس عقد حكمي[3].

---

[1]- خالد ممدوح ابراهيم، إبرام العقد الإلكتروني -دراسة مقارنة-، المرجع السابق، ص 60.

[2]- لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص ص 181، 182.

[3]- الفواعير علاء محمد، المرجع السابق، ص 147.

بالرجوع إلى تعريف العقد الإلكتروني في نص المادة 05 من قانون التجارة الإلكترونية نجد أن المشرع الجزائري اعتبر مجلس العقد الإلكتروني هو مجلس عقد حكمي، ينعقد فيه بعلم الموجب بقبول القابل، مما يفهم بأنه نقل الإيجاب من طرف الوسيط الإلكتروني ما هو إلا وسيلة، ومنه ينشأ للمستهلك حق الرجوع عن التعاقد وفقا للشروط المنصوص عليها في القانون.[1]

ثانياً: زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني

1- زمان إبرام العقد الإلكتروني

تبرز الصعوبة في مجال زمان انعقاد العقد الإلكتروني في الفاصل الزمني الذي يبين صدور القبول وعلم الموجب[2].

بهذا الصدد ظهرت 03 نظريات محاولة تقديم زمان ابرام العقد الإلكتروني وهي كما يلي:

أ-نظرية اعلان القبول

لحظة ابرام العقد الإلكتروني وفقا لهذه النظرية يكون في اللحظة التي يحرر فيها القابل رسالة إلكترونية تتضمن القبول، أو عند النقر على زر القبول، دون تصديره بحيث أن القبول يبقى تحت سلطة القابل[3]. فحسب هذه النظيرة أن العقد يتم لحظة تحرير الرسالة الإلكترونية من طرف القابل حتى دون إرسالها، وهذا يستبعد منطقياً في مجال التجارة الالكترونية[4].

[1]- ماني عبد الحق، المرجع السابق، ص 153.

[2]- الفواعير علاء محمد، المرجع السابق، ص 151.

[3]- لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص 196.

[4]- ماني عبد الحق، مرجع سابق، ص 153.

ب- نظرية تصدير القبول

حسب هذه النظرية فإن زمان الانعقاد يكون بعد أن يرسل أو يصدر القابل قبوله، أي عندما يضغط على زر الإرسال Send تخرج الرسالة عن سيطرته ويصبح غير قابل للتراجع[1]، أو بالضغط على خانة القبول في العقود المعروضة على موقع الويب[2].

ج-نظرية تسلم القبول

وفقا لهذه النظرية القبول لا يكون نهائيا إلا إذا وصل إلى الموجب سواء علم الموجب أو لم يعلم به[3]، فالعبرة تكمن في التقرير الذي يتم إبلاغه إلى القابل بأن الرسالة قد تم إرسالها للموجب وأنها وصلت إليه، أو الموقع الذي تم الإرسال إليه.

2- مكان إبرام العقد الإلكتروني

يثير تحديد مكان انعقاد العقد الإلكتروني صعوبة سواء تم التعاقد عن طريق البريد الإلكتروني، الموقع الالكتروني أو عبر المحادثة والمشاهدة، حيث اختلفت التشريعات والفقهاء في اعتبار مكان الموجب أو القابل هو المكان الذي يعتد به. بالرجوع إلى المادة 67 من القانون المدني يتضح بأن مكان إبرام العقد الإلكتروني يكون في المكان الذي يعلم فيه الموجب بالقبول ما لم يوجد اتفاق أو نص قانوني يقضي بغير ذلك، وعند سكوت الطرفين عن القواعد التي تطبق على صحة التعاقد أو تفسيره يجب الرجوع إلى مكان الارسال الذي انطلقت منه مبادرة التعاقد.

ثالثاً: صحة التراضي في العقد الإلكتروني

يلزم في القواعد العامة لكي ينعقد العقد صحيحا لا يكفي التعبير عن الإرادة بل يجب أن يكون التراضي صحيحاً، اضافة إلى شرطين أساسيين هما: أن تصدر الإرادة من شخص متمتع بأهلية للتعاقد أو أن تكون الإرادة سليمة خالية من العيوب.

---

[1]- بوعيس يوسف، مرجع سابق، ص 160.

[2]- لزعر وسيلة، مرجع سابق، ص 198.

[3]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 113.

1- الأهلية في العقد الإلكتروني

الأهلية هي صلاحية الشخص لكسب الحقوق وتحمل الالتزامات ومباشرة التصرفات القانونية[1]، والأهلية القانونية نوعان أهلية وجوب والتي تعرف بأنها صلاحية الإنسان لوجوب الحقوق المشروعة له وما عليه وتثبت للشخص بمجرد ولادته[2]، أما النوع الثاني وهي أهلية الأداء ويقصد بها صلاحية الشخص في أن يباشر بنفسه كل التصرفات القانونية سواء تعلقت بالحق أو بالواجب ومناطها هو التميز والإدراك القائم على كمال الأهلية بسلامة العقل وحرية الإرادة[3].

لكون التعاقد الإلكتروني يجري عن بعد مما لا يسنح بالتحقق من شخصية كلا المتعاقدين ولا من الهوية الحقيقية والأهلية اللازمة، مما تثور العديد من الإشكالات مثال ذلك طفل يستعمل حساب والده لشراء سلعة ما، بحث اختلفت التشريعات والقوانين بإلزام التحقق من هويات الأفراد بما في ذلك الأهلية القانونية وتحديد كافة العناصر الواجب توافرها[4].

لكن بالرجوع إلى قانون 18-05 نجد بأنه لم ينظم المشرع الجزائري أحكام أهلية المتعاقدين في مجال التصرفات المبرمة عبر شبكة الانترنت، إلا أنه وبالنسبة للمورد الإلكتروني يمكن استخلاص ما يدل على الأهلية المتطلبة فيه وذلك بمقتضى المادة 05 من نفس القانون والمادة 08 فقرة 1 ومن خلال المادتين سالفتي الذكر فإن الأهلية المتطلبة في المورد الإلكتروني هي وجوب توفر الأهلية الكاملة.

---

[1]– بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 93.

[2]– الفواعير علاء محمد ، المرجع السابق، ص ص 162، 163.

[3]– لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص 73.

[4]– بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص ص 95، 96.

نظرا لخصوصية العقد الإلكتروني فإن ناقص الأهلية إذا أبرم عقدا واتخذ هذا الأخير مظهر البالغ والكامل الأهلية، وكان من يتعاقد معه عبر الانترنت غير عالم بذلك، فإنه ينبغي حماية المتعاقد حسن النية[1].

2- سلامة الإرادة من العيوب

لا تختلف عيوب الإرادة عن التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الحديثة عن عيوب الإرادة عن التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الحديثة عن عيوب الإرادة في النظريات التقليدية، وهذه العيوب هي كما يلي:

أ- عيب الغلط

يُعرفُ الغلط بأنه وهم يولد في ذهن التعاقد فيصور له العقد من غير حقيقته، فالغلط الذي يعيب الإرادة هو الغلط الجوهري وليس الغلط المانع الذي يعدم أصلا الإرادة[2]. كثيراً ما يقع الغلط في العقد الإلكتروني بسبب العرض الناقص للمنتوجات والخدمات، إلا أن الادعاء بالوقوع في الغلط من الصعب إثباته لأنه يتم عبر الواب، فمن الممكن أن يقوم أحد من الغير بتغييره وتعديله بدون أن يترك ذلك أثرا ماديا لأنه يتو بوسيلة الكترونية، وللتغلب على هذه الصعوبات ينصح بتسجيل مثل هذه البيانات على دعامة الكترونية بحفظها واسترجاعها عند الضرورة أو الاستعانة بوسيط الكتروني معتمد لتوثيق هذه المعاملات[3].

ب-عيب التدليس

وهو استعمال أحد المتعاقدين لطرق احتيالية بهدف تغليط الطرف الاخر وإظهار العقد على غير حقيقته، وبحكم أن العقد الإلكتروني له خصوصية التعاقد عن بعد فإن المستهلك الإلكتروني يمكن أن يتعرض للتدليس من قبل المورد الإلكتروني باعتبار أنه لا يمكنه معاينة

[1]- لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص 79.

[2]- مخلوف باهية، المرجع السابق، ص 1466.

[3]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 101.

المبيع وليس له حق الرؤية وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 36 من قانون التجارة الإلكترونية من خلال منح صلاحية البحث والتحري عن الممارسات التدليسية، كما نظم المشرع أيضا الإشهار الإلكتروني ووضع له أحكام تهدف إلى وضوحه وتفادي البيانات المضللة التي قد يهدف المورد الالكتروني التدليس على المستهلك الالكتروني[1].

ج-عيب الإكراه

يُعرَفُ الإكراه بأنه: " ضغط غير مشروع يوجه إلى إرادة شخص فتتأثر به فيندفع صاحبها إلى التعاقد بسبب الرهبة في نفسه التي تحمله على التعاقد"[2]. والإكراه نوعان: إكراه مادي وهو الذي يعدم الإرادة نهائياً، أما الإكراه المعنوي لا يُعدم الرضا ولكنه يفسده فقط، إلا أنه في العقود الإلكترونية قل ما توجد بعض التطبيقات الخاصة بالإكراه[3].

لكن المشرع الجزائري حاول التصدي لأي عامل قد يكون سبباً في الضغط على إرادة المستهلك الإلكتروني وذلك عندما منع إدراج أي معطيات ضمن الخانات المعدة للملء من هذا الطرف يكون الهدف منها توجيه اختياره في قانون التجارة الإلكترونية[4].

د-عيب الاستغلال والغبن

يعرف الغبن بأنه: " عدم التعادل بين ما يعطيه العاقد وما يأخذه"[5]. ويُعَرَفُ الاستغلال بأنه: " انتهاز حالة ضعف لدى شخص، وجعله يبرم عقداً فيه غبن فاحش له، ما كان ليقبله لولا وجود هذا الضعف واستغلاله من قبل المتعاقد الآخر".

---

[1]- مخلوف باهية، المرجع السابق، ص 1468.

[2]- ناصيف إلياس، المرجع السابق، ص 134.

[3]- لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص 102.

[4]- مخلوف باهية، المرجع السابق، ص 1467.

[5]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 105.

فالاستغلال أساسه أن نفسية المتعاقد قد شابها عيب أدى إلى الإخلال الفادح بين ما أعطى وما تلقى، وقد يكون لقلة الخبرة أو الولوع الشديد بالشيء مما تجعله يندفع لإبرام العقد فيؤثر على إرادته فيعيبها دون أن يعدمها.

المطلب الثاني

ركني المحل والسبب في العقد الإلكتروني

ركني المحل والسبب ركنيين أساسيين وهامين تتحد بهما صحة العقد.

الفرع الأول: المحل في العقد الإلكتروني

1- تعريف المحل في العقد الإلكتروني

محل العقد هو الالتزام الناشئ عنه، حيث يتمثل في العملية القانونية التي تراضا الطرفان على تحقيقها أي ما وقع عليه التعاقد[1]، ويشترط في العقد بصفة عامة أن يكون مشروعاً، وأن يكون موجوداً وممكناً وقابلاً للتعيين، في العقد الإلكتروني المبرم عبر الانترنت يحاول المتعاقدين إلى أن يكون محل عقدهم موجوداً فعلاً وقت التعاقد لا أن يكون ممكن الوجود في المستقبل مثل إبرام عقد لشراء برنامج حاسب من نوع (Windows XP) الذي قد يكون متوافر لدى شركة مايكروسوفت مسبقا ويتم بيعه من خلال شبكات الانترنت وبالوسائل التقليدية.

إلا أن محل العقد يمكن أن يكون موجودا في المستقبل مثل التعاقد على توفير إمكانية استخدام شبكة الانترنت للمستفيد فهذا العقد يتم على محل لا يتوافر وقت العقد وإنما يمكن

[1] – عصمت عبد المجيد، نظرية العقد في الفقه الإسلامي (دراسة مقارنة مع الفقه القانوني والقوانين المعاصرة)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2009، ص 246.

توافره مستقبلا فالمستفيد هنا لا يتمتع بخصوصية استخدام الشبكة الخاصة به فيبرم العقد لمنحه استخدام الشبكة في المستقبل وهذا العقد يكون صحيحاً ونافذاً[1].

2- شروط ركن محل في العقد الإلكتروني

وفقا للقواعد العامة يشترط في محل العقد الإلكتروني ثلاثة شروط وهي أن تكون:

أ-أن يكون المحل موجوداً أو قابلاً للوجود

يشترط في السلعة أو الخدمة التي يتم الاتفاق عليها أن تكون موجودة فعلاً أثناء الاتفاق أو قابلة للوجود فيما بعد، فإذا كان التعاقد عن طريق الإنترنت فيكفي عرض السلعة أو الخدمة على الشبكة أو عرض صورة السلعة مع تجنب الدعايات والاعلانات الخادعة أو المظللة[2].

ب-أن يكون المحل معيناً أو قابلاً للتعيين

إذا لم يكن محل الالتزام معيناً بذاته، وجب أن يكون معيناً بنوعه ومقداره وإلا كان باطلاً، ويجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً، وَيُعتَبَرُ العلم كافياً متى اشتمل على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بياناً يمكن من خلاله التعرف عليه.[3]

ج-أن يكون محل العقد الإلكتروني مشروعاً

لا يختلف العقد الإلكتروني عن نظيره في العقد التقليدي، وهذا يعني ضرورة أن يكون محل العقد مشروعاً، فلا يكون مخالفاً للنظام العام والآداب العامة، أو لنص قانوني يمنع التعامل فيه، وإلا كان العقد باطلاً،[4] ويجب التأكيد على هذه المسألة بشكل أكثر حرصاً نظراً لكثرة المواقع التي يتم استثمارها في ممارسة التجارة غير المشروعة كنشر الصور الاباحية

---

[1]- الفيل ندى زهير، المرجع السابق، ص 20.

[2]- شيروف نهى، المرجع السابق، ص 22

[3]- شيروف نهى، المرجع نفسه، ص 22.

[4]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 125.

وممارسة ألعاب القمار عبر الانترنت وتبييض الأموال واقتحام مواقع الآخرين وهذه التصرفات تكون باطلة بطلاناً مطلق بقوة القانون لأنها تنافي النظام العام والآداب العامة.[1]

3- صور ركن المحل في العقد الإلكتروني

يأخذ محل العقد الالكتروني صورتين وهي كما يلي:

أ-السلع

يقصد بها التجارة التي محلها السلع والبضائع وكلمة البضائع استقر الفقه على أنها تشمل المنقولات المادية وغير المادية على سواء، حيث تتعدد أنواع البضائع محل العقد الإلكتروني فمنها السلع الاستهلاكية مثل المنتجات الغذائية أو الملابس، ومواد التجميل، وهناك السلع ذات القيمة المالية الكبيرة مثل السيارات والمجوهرات كما أن هناك سلعا ثقافية: مثل الأفلام والأقراص الموسيقية والألعاب وما إلى ذلك.[2]

ب-الخدمات

وهي أي نشاط أو منفعة يستطيع طرف ما تقديمها للأخر وتكون غير ملموسة أي غير مادية[3]، فالخدمات تعتمد على الفكر والمؤهلات العلمية ومثال ذلك بيع برامج، مواقع، منصات...إلخ، ولقد نص المشرع الجزائري في قانون التجارة الالكترونية 18-05 في المادة 03 عن المعاملات التي تمنع القيام بها عن طريق الاتصالات الالكترونية:

- لعب القمار والرهان واليانصيب.
- المشروبان الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

---

[1]- شيروف نهى، المرجع السابق، ص 23.

[2]- بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 123.

[3]- مازن عبد الرحمان الهيتي، المرجع الالكتروني للمعلوماتية، almerja.net/reading.php

- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي[1].

الفرع الثاني: ركن السبب في العقد الإلكتروني

يُعَرَفُ السبب بأنه الغرض المباشر الذي يقصد الملتزم الوصول إليه من وراء التزامه، وبأنه الغرض الذي يسعى إليه المتعاقدان. ويُعَرَفُ أيضاً بأنه الغاية أو الباعث الدافع للتعاقد ويقصد غاية الملتزم من إلزامه، ويشترط أغلب الفقه أن يكون السبب صحيحاً بمعنى ألا يكون وهمياً أو صورياً إذ يكون العقد باطلاً ويجب لصحة السبب أن يكون موجوداً كما يشترط أن يكون مشروعاً.[2]

العقود التي تبرم عبر وسائل الاتصال الإلكترونية كشبكة الانترنت إذا كانت تتضمن أفعالا منافية للآداب العامة يكون مصيرها البطلان لعدم مشروعية سببها.[3]

كما نجد الفقه يفرق بين السبب والمحل بالقول بأن المحل هو موضوع الالتزام، ويتضمن الإجابة عن سؤال: بم التزم المدين؟ أما السبب فهو الغاية المباشرة من الالتزام ويتضمن الاجابة عن سؤال: لماذا التزم المدين ؟ غير أن الإشكال الذي يقع هنا هو ما يُعَدُ من النظام العام والآداب العامة في دولة قد لا يُعَدُ كذلك في دولة أخرى، الأمر الذي يطرح إشكالات كبيرة لفكرة مشروعية السبب في العقد الإلكتروني خاصة في ظل التحرر الذي تعرفه شبكات الانترنت وعدم خضوعها لرقابة معينة، وفي رأينا فإن العقد الالكتروني يظل خاضع في هذا الجانب للقانون الوطني لكل طرف.[4]

---

[1]– القانون رقم 18-05 سالف الذكر.

[2]– شيروف نهى، المرجع السابق، ص 23.

[3]– الفيل ندى زهير، المرجع السابق، ص 21.

[4]–حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع لدولي للبضائع، المرجع السابق، ص 231.

المبحث الثاني

آثار العقد الإلكتروني

من خلال المعاملات الإلكترونية بين المستهلك الالكتروني والمورد الإلكتروني والآثار التي تنتج عنها إذ تتعلق بالتزام البائع بتسليم المبيع والتزام المشتري بدفع الثمن إضافة إلى الالتزامات الأخرى التي تقع على عاتق كل واحد منهم، ارتأى المشرع الجزائري تنظيم العلاقة التقاعدية بين المستهلك الإلكتروني والمورد الإلكتروني وسنتناول في هذا المبحث واجبات المورد الالكتروني في المطلب الأول وهي التزامات موضوعية والتزامات إجرائية، أما المطلب الثاني فتناول والتزامات المستهلك الإلكتروني حيث يقع على عاتقه الالتزام بالدفع الإلكتروني والالتزام بتسلم المبيع.

المطلب الأول

واجبات المورد الالكتروني

تتنوع التزامات المورد الإلكتروني بين التزامات موضوعية والتزامات اجرائية

الفرع الأول: الالتزامات الموضوعية للمورد الإلكتروني

عرف المشرع الجزائري في نص المادة 06 فقرة 04 من قانون تجارة إلكترونية على أنه: [**كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية**][1]، ولقد أدرج المشرع الجزائري مجموعة من الالتزامات التي تقع على عاتق المورد الإلكتروني تجاه المستهلك الإلكتروني وهي كما يلي[2]:

أولاً: التزام المورد الإلكتروني بالإعلام المستهلك الالكتروني

هو التزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني باعتباره محترفاً، يلتزم بالإدلاء بالمعلومات الجوهرية عن محل التقاعد بكل صدق ووضوح، حتى تستنير ارادته ويقبل على التعاقد بإرادة

[1]- القانون رقم 18-05 السالف الذكر.

[2]- عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص 148.

واعية[1]، وقد نصت المادة 4 من المرسوم التنفيذي 13-378 المتعلق بكفية إعلام المستهلك بأنه: [**يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع بالعلامة أو الإعلان أو أي وسيلة اخرى مناسبة عند وضع المنتوج للاستهلاك ويجب أن يقدم الخصائص الاساسية للمنتوج طبقا لأحكام هذا المرسوم]**[2].

بالرجوع الى نص المادة 11 من قانون التجارة الإلكترونية ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني عن طريق تقديم العرض الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة واجب أن بتضمنها بغض المعلومات الواردة في المادة 11، كما يجب وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه بعلم ودراية تامة[3].

ثانياً: التزام المورد الإلكتروني بتسليم محل التعاقد

الزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بوجوب تسليم منتوج صالح للعرض الذي أعد له، وأن يكون مطابق قانوناً وقياساً، حيث وجب الالتزام بالتسليم في العقود الإلكترونية التي يكون محلها منتج أو سلعة مثل البيع أو الايجار الإلكتروني، أو إنجاز مشروع معين مثل تصميم أو إقامة برامج ومنشئات معلومات، ويُعَدُ الالتزام بالتسليم التزاماً بتحقيق نتيجة خاصة بالنسبة للمستهلك إذ بتنفيذ هذا الالتزام يتمكن من الانتفاع بالمبيع.

يُعَتَبَرُ التسليم التزاما أساسياَ يقع على عاتق المورد الإلكتروني بعد التعاقد ويتخذ إحدى الصورتين فإما أن يكون وفقا للقواعد العامة (التسليم التقليدي لمحل التعاقد الذي يكون مادياً

---

[1]– قالية فيروز، التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18–05 يتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة القانون والمجتمع، جامعة أحمد دراية، أدرار، العدد 02، 2020، ص 390 .

[2]– المرسوم تنفيذي رقم 13–378، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المتعلق بكيفية إعلام المستهلك، ج. ر. ج. ج، العدد 58، الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

[3]– حمزة هبة وبن قادة محمود امين، الاليات القانونية لحماية المستهلك وفق القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة القانون الدولي والتنمية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، العدد 01، 2020، ص200.

يدا بيد حتى لو أبرم العقد إلكترونيا)، وإما أن يتم الكترونيا (مثال ذلك أن يتم عن طريق تنزيل المنتج على جهاز الكمبيوتر الخاص بالمستهلك وهو ما يعرف بالتسليم المعنوي، يتناسب مع طبيعة محل التعاقد)[1].

وبناء عليه فان المورد الالكتروني ملزم بتسليم المنتوج المحدد في العقد بحيث يكون مطابق في ذاتيه بدون أي زيادة أو نقصان[2].

ثالثاً: التزام المورد الإلكتروني بالضمان

لا يقل الالتزام بالضمان أهمية عن غيره من الالتزامات لأنه يساهم في تمكين المستهلك من الانتفاع بمحل التعاقد، إذ يمتنع المورد عن القيام بأي عمل من شأنه أن يؤدي إلى عرقلة انتفاع المستهلك بالمنتج وفقاً للغاية المرجوة منه، كما يضمن أن لا يعيق الغير انتفاعه، ولا يقتصر الالتزام بالضمان على ذلك فقط بل يضمن المورد أيضا خلو المبيع من العيوب الخفية التي لا يمكن اكتشافها بعناية الرجل العادي[3].

لهذا الزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بضمان تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد الإلكتروني وفق المادة 18 من قانون التجارة الإلكترونية، حيث يشمل هذا الضمان نوعين:[4]

1- ضمان المورد الإلكتروني التعرض والاستحقاق

يعرف ضمان التعرض بأنه: "ضمان البائع كل فعل صادر من نفسه أو من غيره، ويكون من شأنه المساس بحق المشتري في التمتع بملكية المبيع كله أو بعضه"، فإما أن يقع

---

[1]– قالية فيروز، المرجع السابق، ص ص 391،392.

[2]– بغلي مريم، التزام المورد الالكتروني بالتسليم المطابق، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني المنظم بكلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء قانون 18-05، يومي 02 و03 أكتوبر 2018، ص 315.

[3]– قالية فيروز، المرجع السابق، ص 394.

[4]– حمزة هبة وبن قادة محمود امين، المرجع السابق، ص 202.

التعرض من المورد الإلكتروني نفسه أو أن يقع من الغير وفي كلتا الحالتين يلتزم المورد بالضمان[1].

2- ضمان المورد الإلكتروني للعيوب الخفية

العيب الخفي هو كل ما يطرأ على الشيء من أمر يفوت أو ينقص المدفعة المرجوة منه، بحيث يؤدي ذلك الى نقصان قيمته، وكان الغالب في أمثال الشيء عدم وجوده، وتقوم مسؤولية المورد الالكتروني بضمان العيوب الخفية يجب أن لا يعلم المستهلك بوجوده وإنما تم اكتشافه بعد تفحصه للمنتج بعد ابرام العقد، ليقوم حينئذ وخلال مدة معقولة أو فور ظهوره بإخطار المورد الالكتروني لتنفيذ التزامه بالضمان، وإلا اعتبر سكوته قبولاً منه للمنتج بحالته[2].

رابعاً: التزام المورد الإلكتروني من حقه في العدول عن التعاقد

عرفه د. ممدوح محمد علي مبروك بأنه: "وسيلة قانونية اعطاها المشرع للمستهلك يستطيع بمقتضاها اعادة القطر في العقد الذي ساهم بإرادته في ابرامه عن طريق الرجوع فيه بإرادته المنفردة دون أدني مسؤولية تقع على عاتقه "[3]، لكن بالرجوع إلى قانون التجارة الإلكترونية لم ينظم المشرع الجزائري العدول وإنما أشار إليه في نص المادة 11 ضمن المعلومات التي يجب الإدلاء بها للمستهلك الإلكتروني ومنها شروط وآجال العدول فهو بذلك أقر بكونه حقاً للمستهلك، ولكن بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش بموجب

---

[1]– قالية فيروز، المرجع السابق، ص 394.

[2]– قالية فيروز، المرجع السابق، ص394.

[3]– مدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك (دراسة تحليلية في القانون المدني وقانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 ولائحته التنفيذية وبعض القوانين الاجنبية)، دار النهضة العربية، مصر، 2008، ص 154

المادة 19 المعدلة فتم النص على حق العدول[1]، ومن هنا يُعَرَفُ حق العدول على أنه خيار يقرره قانون المستهلك الإلكتروني أو يتم الاتفاق عليه في العقد من خلال إعلان المستهلك اعلان رغبته في التراجع عن التعاقد خلال مدة معينة بعد ابرام العقد[2].

يحمي الحق في العدول عن التعاقد المستهلك من أي تلاعب أو تقرير أو خداع قد يمارس من قبل المورد الإلكتروني، فإذا رغب المستهلك في العدول عن التعاقد فيلتزم بإعادة السلعة الى المورد الإلكتروني، وإذا تعلق العقد بخدمة فيتوقف عن توريدها والاستفادة منها، حتى يرتب التزام هذا الأخير بإعادة الثمن أو المقابل الذي تحصل عليه خلال مدة زمنية محددة في التشريع، ولا يحق للمورد الإلكتروني فرض أي مصاريف أو غرامات على المستهلك وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 19 من قانون 09-03 المعدل والمتمم[3].

الفرع الثاني: الالتزامات الاجرائية للمورد الإلكتروني

بمجرد إبرام العقد الإلكتروني يلتزم المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد، إضافة إلى توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتوج أو أية خدمة اخرى، كما تقع أيضاً على عاتق المورد الالكتروني مجموعة من الالتزامات الاجرائية وتتمثل في:

أولاً: التزام المورد الإلكتروني بتقديم الفاتورة للمستهلك الإلكتروني

أقر المشرع الجزائري على ضرورة التعامل بالفاتورة نظرا لأهميتها ويظهر ذلك في عدة نصوص قانونية حيث تعتبر الفاتورة وسيلة فعالة لضمان شفافية المعاملة التجارية التي تمت

[1]– القانون رقم 18–09، مؤرخ في 10جوان 2018 المعدل المتمم لقانون رقم 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر. ج. ج. العدد 35، الصادرة بتاريخ 13 جوان 2018.

[2]– حمزة هبة وبن قادة محمود أمين، المرجع السابق، ص203.

[3]– حمزة هبة وبن قادة محمود أمين، المرجع نفسه، ص 397.

بين المورد والمستهلك سواء أخذت الشكل الورقي أو الإلكتروني، وذلك لما تحويه من بيانات ومعلومات تفصيلية تثبت التعامل التجاري[1].

نظم المشرع الجزائري التعامل بالفاتورة محددا شروطها الشكلية والموضوعية وتتمثل الشروط الشكلية في التصريح المسبق أمام إدارة الضرائب باستعمال المعلوماتية في إنشاء وارسال الفواتير وحفظها إلكترونياً، مع التقيد بكتابة كافة المعلومات الضرورية، أما بالرجوع للشروط الموضوعية نجدها تتعلق أساساً بأطراف المعاملة إذ يجب أن تحدد بدقة شخصية البائع و المستهلك بذكر كافة المعلومات الشخصية والخاصة بالاتصال، أما الجانب الثاني للشروط الموضوعية فيتعلق بالمنتوج أو الخدمة محل التعاقد من خلال تحديدها بدقة[2].

ويتطلب تنفيذ الالتزام التعاقدي من بيع منتوج أو تأدية خدمة التزام المورد الإلكتروني بإعداد فاتورة إلكترونية وتسليمها للمستهلك الالكتروني، كما يمكن تسليمها في شكل ورقي، وهذا وفق نص المادة 20 من قانون التجارة الإلكترونية التي تنص على أنه [**يترتب على كل بيع لمنتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني، تسلم للمستهلك الإلكتروني...]**.

ثانياً: حفظ مقتضيات المعاملة الإلكترونية

يخضع المورد الإلكتروني لبعض الشروط التي تفرضها الدولة لمتابعة ومراقبة الأعمال التي يقوم بها المورد الإلكتروني ويظهر ذلك من خلال إلزامه بحفظ سجلات المعاملة الإلكترونية التي يقوم بها، فيعد مسك السجلات التجارية من أهم التزامات التاجر لأنها تبين حقيقة المركز المالي للتاجر كما يمكن تقييم الضريبة على أساسها، ومع التطور التكنلوجي الحاصل في مجال تكنلوجيا الإعلام والاتصال عمدت وزارة التجارة إلى عصرنة خدمات

[1]– القانون رقم 04-02 السالف الذكر.

[2]– حمزة هبة وبن قادة محمود أمين، المرجع السابق، ص ص 399، 400.

المركز الوطني للسجل التجاري باستحداث السجل التجاري الالكتروني الذي يسهل النشاط التجاري خاصة في مجال التجارة الإلكترونية[1].

وفي هذا الصدد نصت المادة 25 من قانون التجارة الإلكترونية على ما يلي: [**يجب على كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتوريخها وإرسالها إلكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري**][2]، كما يلتزم المورد الالكتروني بحفظ المعطيات ذات لطابع الشخصي للمستهلك، حيث يصادف المستهلك الإلكتروني الاجابة على بعض الأسئلة والتي تحتوي على معلومات شخصية، أو أن يقوم بملء استمارة معدة مسبقاً، ويكون الغرض من هذه الأسئلة والاستمارة تجارياً بحتاً، لذلك يجب مراعاتها وحفظ خصوصيتها[3].

بالرجوع إلى المادة 03 من القانون رقم 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي عرفت المعطيات ذات الطابع الشخصي بأنها: [**كل معلومة بغض النظر عن دعامتها بخص معرف أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه أدناه –الشخص المعنوي– بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيو مترية أو النفسية ...**][4]، حيث يلتزم المورد الذي قام بجمع البيانات ولمعطيات الشخصية للمستهلك بأن يجعلها غير متوفرة بطريقة تلقائية للغير، سواء من الأفراد أو المنظمات، وأن لا يكون سهل الولوج إليها، فيكون نظام حفظها أمناً حتى لا يكون المستهلك ضحية أي يتلاعب بها أو عرضة لانتحال شخصيته.

---

[1]– حمزة هبة وبن قادة محمود أمين، المرجع نفسه، ص 401.

[2]– القانون رقم 18–05، السالف الذكر.

[3]– هبة حمزة وبن قادة محمود أمين، المرجع السابق، ص 403.

[4]– القانون رقم 18–07، المؤرخ في 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج. ر. ج. ج، العدد 34، الصادرة بتاريخ 10 جوان 2018.

المطلب الثاني

التزامات المستهلك الإلكتروني

عند إبرام العقد الإلكتروني تترتب مجموعة من الالتزامات على المورد الإلكتروني من أجل حماية المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، لكن هذا لا يعني أن المستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الضعيف لا تترتب عليه مجموعة من الالتزامات وهذا ما سنتناوله في هذا المطلب.

الفرع الأول: التزام المستهلك بالدفع الإلكتروني

تتفق التشريعات بأن المستهلك هو ذلك الشخص الطبيعي الذي يتعاقد مع المحترف خارج مجال مهنته قصد إشباع حاجاته[1]، وعرفته المادة 03 فقرة 01 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "**كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية ...**"[2].

يقصد بالدفع الإلكتروني تسوية المعاملات المالية إلكترونياً تنفيذا لعمليات الدفع عبر أجهزة وتقنيات الحاسوب أو بواسطة الناقل الالكتروني وهي شبكة الإنترنت أو وسائل الاتصال الحديثة[3].

الوفاء بثمن المنتوج التزام رئيسي يقع على عاتق المستهلك الإلكتروني مقابل الحصول على السلعة أو الخدمة محل التعاقد، فإذا كان الدفع في التعاقد التقليدي يتم بأحد وسائل الدفع العادية كالنقود أو الشيك...، فدفع الثمن في المعاملات الالكترونية له أكثر من وسيلة إذ يمكن أن يتم عن بعد أو عند تسلم المنتوج عن طريق وسائل الدفع العادية، أو أن يكون

---

[1]– دوار جميلة، تطور مفهوم المستهلك من التقليدي إلى الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، العدد 05، 209، ص 168.

[2]– القانون رقم 18-09 سالف الذكر.

[3]– سفر أحمد، أنظمة الدفع الإلكتروني، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص 39.

إلكترونيا من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض[1]، نص المشرع الجزائري في المادة 27 من قانون التجارة الإلكترونية على ما يلي: [**يتم الدفع في المعاملات الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتوج، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، وفقا للتشريع المعمول به**].

كما نص المشرع الجزائري في قانون النقد والقرض في المادة 69 منه على ما يلي: [**تعتبر وسائل دفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل**][2].

بالنسبة لزمان الوفاء بالثمن في العقود الإلكترونية فنادرا ما يتم الوفاء خارج وقت إبرام العقد، غير أنه في العقود المبرمة عبر شبكة الويب غالباً ما يكون فيها الدفع قبل تنفيذ العقد باعتبار أن البائع هو الذي يضع هذا الشرط قبل توريده أو تسليمه للشيء.

أما بالنسبة لمكان الدفع الإلكتروني هو المكان الذي يوجد فيه المشتري وقت استحقاق الثمن، ويرى البعض أن مكان تنفيذ الدفع الإلكتروني يجب تركه لحرية الأطراف.

الفرع الثاني: التزام المستهلك الإلكتروني بتسلم المبيع

يعتبر تسلم المبيع الالتزام الأساسي الثاني الذي يقع على عاتق المستهلك الإلكتروني في العقد الإلكتروني بعد الالتزام بدفع الثمن، وهذا الالتزام الذي يقابل ويكمل التزام المورد الالكتروني بالتسليم من الناحية العملية، وفي الغالب يقوم المستهلك الالكتروني بتسليم المنتوج أي الاستيلاء عليه استيلاء مادياً، بمعنى أن تتم عمليتي التسليم والتسلم في نفس

[1]– درويش حفصة، تنفيذ معاملات التجارة الإلكترونية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الذي نظمته كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء قانون 18-05، يومي 02 و03 أكتوبر، 2018، ص231.

[2]– الأمر رقم 03-11، المؤرخ في 26 أوت 2003، يتضمن قانون النقد والقرض، ج. ر. ج. ج، العدد 52، الصادرة بتاريخ 28 جويلية 2003.

الوقت، أما إذا كان المنتوج خدمات فيكون فورياً ومباشراً على الخط حسب وسيلة الاتصال، فزمان التسلم هو وقت دخول الخدمة لموقع المستهلك الإلكتروني، بينما مكان التسلم فهو مكان وصول رسالة البيانات الالكترونية حسب وسيلة الاتصال، أما التسلم في مجال السلع قتم بطريقة مادية سواء وجهاً لوجه أو يداً بيد، ويتم التسلم في مكان إقامة المستهلك الالكتروني ما لم يوجد اتفاق يقضي بغير ذلك[1]، كما تجدر الإشارة بأن مكان وزمان التسليم يخضع لإرادة الطرفين.

نستنتج من نص المادة 395 من القانون المدني بأن نفقات تنفيذ الالتزام يتحملها المدين بهذا الالتزام وباعتبار المشتري (العميل) هو المدين به فعليه تحمل نفقاته التي تشمل المصاريف اللازمة لنقل المبيع من مكان تسليمه إلى مكان تسلمه، إلا أن هذه القاعدة ليست من النظام العام مما يجوز الاتفاق على مخالفتها.

نصت المادة 17 من ق قانون التجارة الإلكترونية المتعلق بالتجارة الالكترونية على مل يلي: [**يجب على المستهلك الإلكتروني توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتوج أو تأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني ولا يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يرفض توقيع وصل الاستلام، وتسلم نسخة من هذا الأخير وجوبا للمستهلك الإلكتروني]**[2].

[1]– درويش حفصة، المرجع السابق، ص ص 264، 265.

[2]– القانون رقم 18-05 السالف الذكر.

الفصل الثالث

إثبات العقد الإلكتروني

تختلف وسائل إثبات العقد الإلكتروني عن العقود الأخرى، باختلاف طرق الانعقاد والآثار القانونية المترتبة عنها، ويكون إثبات العقد الإلكتروني بواسطة الوسائل الإلكترونية، وهنا يظهر الإشكال حول مدى اعتراف القانون بهذه الوسيلة من الاثبات، ودور التكنولوجيا الحديثة في بلورة هذا النوع من التعاقد ومسايرة التشريع الوطني له في إطار التطور العالمي للتجارة الإلكترونية.

إذ أتاح التطور التقني في وسائل الاتصال الحديثة إبرام العقود عبر شبكة الانترنت مما أدى إلى ظهور نوع جديد من التوقيع الذي يتميز بالطابع الإلكتروني، حيث يتم تبادل رسائل البيانات عبر شبكة الإنترنت، وتحميلها على دعامات الكترونية، فإن الواقع العملي فرض ضرورة إعادة النظر في المبادئ التقليدية للإثبات، خاصة ما يتعلق منها بالتوقيع في الشكل التقليدي، حيث أن عملية التحول من الدعامة الماليةّ إلى الدعامة الإلكترونية، يثير التساؤل حول التحديات التي تواجه اثبات العقود الإلكترونية.

المبحث الأول

مضمون التوقيع الإلكتروني وضوابطه

ظهرت تقنية التوقيع الإلكتروني في عالم الانترنت باعتبارها وسيلة مساعدة في تحديد هوية المتعاقد، حيث كانت البدايات الأولى لظهوره في قطاع البنوك وبعد ذلك أصبح يتم التعامل بالتوقيع الإلكتروني بين مختلف الأشخاص عبر الانترنت إذ يعرف بأنه نوع من أنواع التحقق الإلكتروني، يجب أن يتوفر على معلومات وبيانات معينة ومميزة للموقع دون غيره، سنتطرق في مبحثنا هذا إلى: مفهوم التوقيع الإلكتروني في المطلب الأول، أما

المطلب الثاني فتناولت فيه حجية التوقيع الإلكتروني في الاثبات وبدورة كل مطلب مقسم إلى فرعين.

المطلب الأول

مفهوم التوقيع الإلكتروني

لقد أفرز الواقع العملي هذا النوع المستحدث من التوقيع والذي يختلف بلا شك عن التوقيع التقليدي، ومن ثم فإن نظم معالجة المعلومات تحتاج إلى معنى أوسع وشمولي للتوقيع الالكتروني يختلف من مستخدم إلى آخر وبحسب الاستخدام له، ومن هنا فإن التوقيع الإلكتروني بشكل عام هو التوقيع الناتج عن إتباع إجراءات محددة تؤدي في النهاية إلى نتيجة معروفة مقدماً، ويكون مجموع هذه الإجراءات هو البديل الحديث للتوقيع بمفهومه التقليدي، ولما كان الاختراع وليد الحاجة فقد أظهرت التقنيات الحديثة صوراً للتوقيع الإلكتروني بهدف تنشيط المعاملات الإلكترونية.

وفي هذا الصدد برزت عدة تعاريف للتوقيع الإلكتروني منها ما هو فقهي ومنها ما هو تشريعي، لكن المشرع الجزائري اعتمد مفهومين للتوقيع الالكتروني، توقيع إلكتروني عام وتوقيع إلكتروني موصوف.

الفرع الأول: تعريف التوقيع الإلكتروني وصوره

أولاً: تعريف التوقيع الإلكتروني

التوقيع الإلكتروني بوجه عام هو وسيلة يُعَبِرُ بها أحد الاشخاص عن إرادته في الالتزام بتصرف قانوني معين[1].

[1]– الفواعير علاء محمد، المرجع السابق، ص 184.

1- التعريف الفقهي للتوقيع الإلكتروني

اختلف الفقهاء في تعريف التوقيع الإلكتروني، عرفه البعض بأنه: مجموعة من الاجراءات الوسائل التي يتم استخدامها عن طريق الرموز أو الأرقام، وكذا اخراج رسالة إلكترونية تتضمن علامة مميزة من صاحب الرسالة المنقولة إلكترونياً يجري تشفيرها واستخدام زوج من المفاتيح واحد معلن والآخر خاص بصاحب الرسالة[1].

كما عَرَفَ البعض الآخر التوقيع الإلكتروني بأنه: التوقيع الناتج عن إتباع إجراءات محددة تؤدي في النهاية إلى نتيجة معينة معروفة مقدما فيكون مجموع هذه الإجراءات هو البدل للتوقيع التقليدي"[2]، وتُعَرَفُ أيضاً التوقيعات الإلكترونية بأنها:" جميع البيانات الإلكترونية المرفقة أو المرتبطة منطقيا ببيانات إلكترونية أخرى، والتي تعمل كطريقة للتصديق على هوية الموقع وصحة المستند الموقع".

من خلال التعريفات السابقة يمكننا تعريف التوقيع الإلكتروني بأنه نوع من أنواع التحقق الإلكتروني، يجب أن يتوفر على بيانات أو رموز معينة تميز الموقع عن غيره مرتبطة ببيانات أخرى إلكترونياً، وتمكن من التوصل للشخص الموقع والتعرف عليه.

2- التعريف التشريعي للتوقيع الإلكتروني

عُرِفَ قانون التوقيع الإلكتروني الموحد للولايات المتحدة الأمريكية الصادر في 30 جوان 2000 التوقيع الإلكتروني بأنه: **[أي توقيع في شكل إلكتروني يلحق به أو يرتبط به منقيا بسجل إلكتروني أو يتبناه شخص أو وكيله الالكتروني بنية توقيع السجل التجاري]**.

---

[1]– يسعد فضيلة، القوة الثبوتية للتوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسة، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، العدد 03، ديسمبر 2019، ص 507.

[2]– الربى سعدي، حجية التوقيع الالكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2017، ص 35.

وعرفه المشرع الفرنسي في المادة 1316 من القانون المدني الفرنسي على أنه: [**التوقيع الذي يميز هوية صاحبه، وإذا ما تم التوقيع في شكل إلكتروني وجب استخدام طريقة موثوقة بها لتمييز هوية صاحبه**].[1]

ثالثاً: موقف المشرع الجزائري من تعريف التوقيع الالكتروني

بالرجوع إلى التشريع الجزائري نجده استعمل هذا المصطلح لأول مرة في أحكام المادة 2-327 من القانون 05-10 المتضمن تعديل القانون المدني والتي نصت على أن التوقيع الالكتروني يضفي الحجية والقوة الثبوتية على المستند أو المحرر الإلكتروني حسب الشروط المحددة بأحكام المادة 323 مكرر 1 من القانون المدني بقولها: [**يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها**].[2]

1- تعريف التوقيع الإلكتروني البسيط (العام)

عرف المشرع الجزائري التوقيع الالكتروني في المادة 02 من قانون 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكترونيين بأنه:] **بيانات في شكل إلكتروني، مرفقة أو مرتبطة منطقياً ببيانات إلكترونية أخرى، تستعمل كوسيلة توثيق**].

نلاحظ بأن المشرع الجزائري قد اعتمد في تعريفه للتوقيع الإلكتروني على أشكال وإجراءات إنشائه، كما أنه يستعمله لتوثيق هوية الموقع واثبات قبوله لمضمون الكتابة في الشكل الالكتروني.[3]

---

[1]- إبراهيم خالد ممدوح، حجية التوقيع الإلكتروني في الاثبات (دراسة مقارنة) ، ط 1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008، ص ص 192، 193.

[2]- الأمر رقم 58-75 السالف الذكر، المعدل والمتمم.

[3]- فضيلة يسعد، المرجع السابق، ص 508.

2- تعريف التوقيع الإلكتروني الموصوف

يُقَصَدُ بالتوقيع الإلكتروني الموصوف بأنه التوقيع الالكتروني المتقدم، الذي تم إحداثه على أساس شهادة تصديق إلكتروني موصوفة بموجب المنظومة المؤمنة لإحداث التوقيعات الإلكترونية الموضوعة تحت سيطرة الموقع لوحده، بواسطة جهة تصديق إلكتروني محايدة ومؤهلة في إطار نظام الاعتماد الاختياري.[1]

كما عرفه المشرع الجزائري أيضاً في المادة 07 من القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكترونيين بأنه: [**التوقيع الإلكتروني الموصوف هو التوقيع الإلكتروني الذي تتوفر فيه المتطلبات الاتية: أن ينشأ على أساس شهادة تصديق إلكتروني موصوفة، أن يرتبط بالموقع دون سواه، أن يمكن من هوية الموقع، أن يكون مصمما بواسطة الية مؤمنة خاصة بإنشاء التوقيع الإلكتروني، أن يكون منشأ بواسطة وسائل تكون تحت التحكم الحصري للموقع، أن يكون مرتبطا بالبيانات الخاصة به، بحيث يمكن الكشف عن التغييرات اللاحقة بهذه البيانات].**

فالتوقيع الإلكتروني يحقق الثقة والأمان لدى المتعاملين لأنه يضمن هوية موقعه ويعبر عن إرادته في الارتباط بالمعاملات الإلكترونية دون لبس،[2] وبذلك تتوفر فيه الشروط والضمانات التي يتطلبها المشرع في المحررات التي تصلح لأن تكون دليلاً في الإثبات بحسب نص المادة 08 من القانون 15-04، التي جاء فيها أنه: [**يعتبر التوقيع**

[1]– دحماني سمير، التوقيع الإلكتروني الموصوف–دراسة مقارنة بين التوجيه الأوروبي رقم 99–93 المتعلق بالتوقيعات الإلكترونية والقانون رقم 15–04 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، العدد 1، 2017، ص 182.

[2]– تبوب فاطمة الزهراء، "التوقيع والتصديق الإلكترونيين في ظل القانون رقم 15–04 المؤرخ في أول فبراير 2015، حوليات جامعة الجزائر 1، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر 01، العدد 29، ص 317.

الإلكتروني الموصوف وحده مماثلاً للتوقيع المكتوب سواء كان لشخص طبيعي أو معنوي][1].

ثانياً: صور التوقيع الالكتروني

التوقيع الإلكتروني يتخذ صورا تختلف عن التوقيع التقليدي، وهي كما يلي:

1- التوقيع البيومتري

تعد هذه الصورة من الصور الحديثة جدا في التوقيع الإلكتروني، حيث يعتمد هذا النظام على الصفات المميزة للإنسان وخصائصه الطبيعية والسلوكية كبصمة الاصبع Finger Printing، مسح شبكة العين Retinal Scans ونبرة الصوت Voice Recording، التعرف على الوجه البشري والتوقيع الشخص ي[2]، يتم تجهيز نظم المعلومات بالوسائل البيو مترية، بحيث تسمح بتخزين هذه الصفات على جهاز الحاسوب وذلك عن طريق التشفير،حتى يمكن الرجوع اليها عند الحاجة ولا يمكن العبث بها او تغييرها لأنها مشفرة[3].

وارتباط هذه الخواص الذاتية بالإنسان تسمح بتمييزه عن غيره بشكل موثوق به إلى أقصى الحدود، وهو ما يتيح استخدامها في التوقيع على العقود الإلكترونية[4].

فالتوقيع الإلكتروني يتم من خلال استعمال تقنية خاصة، بها تؤخذ صورة لأحد أعضاء جسم الانسان ويحتفظ بها في شكل شفرة، داخل ذاكرة هذه التقنية يستطيع صاحب الشأن عند الرغبة في الاستعمال هذه الصورة في ابرام التصرفات والتعاقدات للرجوع اليها وتوثيق تصرفه وهذا من خلال برنامج داخل ذاكرة التقنية.

---

[1]- القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، السالف الذكر.

[2]- النوافلة يوسف أحمد، المرجع السابق، ص 95.

[3]- ناصيف إلياس، المرجع السابق، ص ص 244، 245.

[4]- إبراهيم خالد ممدوح، حجية البريد الإلكتروني في الاثبات (دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص ص 218،219.

وتجدر الاشارة ان المشرع الجزائري تبنى هذا النوع من التوقيع من خلال اصداره للقرار المؤرخ في 19 جويلية 2010 المتضمن اصدار جوان السفر البيومتري.

2- التوقيع بالقلم الإلكتروني

يعتمد التوقيع بالقلم الإلكتروني على نفس الخاصية التي تقوم عليها التوقيعات الخطية التقليدية، حيث يتم ذلك عن طريق قيام الموقع بكتاب توقيعه الشخصي _بخط اليد _باستخدام قلم إلكتروني ضوئي خاص يمكنه من الكتابة على الشاشة جهاز الحاسب الآلي، عن طريق برنامج خاص يقوم بخدمة التقاط التوقيع والتحقق من صحته.

وقد يتم هذا التوقيع أيضا عن طريق نقل التوقيع بخط اليد إلى التوقيع الإلكتروني، وتوفر هذه الصورة من الصور التوقيع الإلكتروني، مزايا مهمة نظرة لسهولة استعمالها[1].

إلا أن هذه الطريقة توصف بأنها محفوفة بالمخاطر، ويصعب أحياناً نسبة الرسالة الالكترونية إلى موقعها، ويمكن حل هذه المشكلة بالتشفير[2]، ويوجد حالياً مؤسسات متخصصة في أنظمة الإعتراف بالتوقيعات الناتجة عن القلم الإلكتروني ومنها مؤسسة الاتصالات (CIC)[3]، التي تصدر البرامج الخاصة بهذا النوع من التواقيع الإلكترونية لضمان توثيق هذه التوقيعات وكيفية التحقق منها، وتلك الأنظمة والتقنيات تستخدم أيضاً في التحقيقات الجنائية لكشف مرتكبي الجرائم[4].

---

[1]– ناصيف إلياس، المرجع السابق، ص 246.

[2]– الفواعير علاء محمد، المرجع السابق ص186.

[3] -(CIC) Communication Intelligence Corporation.

[4]– إسماعيل محمد سعيد أحمد، المرجع السابق، ص271.

3- التوقيع الرقمي

يعتمد التوقيع الرقمي على فكرة اللوغاريتمات والمعادلات الرياضية المعقدة من الناحية الفنية كإحدى وسائل الأمان التي يبحث عنها المتعاقدون عند إجراء صفقات الكترونية. نظام التوقيع الرقمي قد يكون قابل للتطبيق في مجالات مختلفة من الأعمال التجارية الالكترونية.

يتضمن التوقيع الرقمي تحديد هوية أطراف العقد تحديداً مميزاً لهم، عن غيرهم من الأشخاص، وعدم امكان التدخل في مضمون التوقيع أو مضمون المحرر الذي يرتبط به[1]، ويتم تشفير ذلك بمفتاحين الأول يكون عاماً وهو متاح للجميع، أما الخاص فيكون خاص بالموقع فقط الذي يستخدمه ويخصه وحده[2].

يقوم من يرغب في إنشاء توقيع إلكتروني رقمي بالحصول على اثنين من المفاتيح من جهات مختصة، واحد من هذه المفاتيح هو المفتاح الخاص، ولا يستخدمه إلا صاحب التوقيع لتشفير رسائل المعلومات، ويتم الاحتفاظ به مشفراً ومحمياً بكلمة سر داخل كمبيوتر الشخص صاحب التوقيع، والمفتاح الآخر عام يتم توزيعه على الأشخاص الذين يتعامل معهم الموقع[3].

من أهم الوسائل المعترف به حديثاً في التشريعات الوطنية والتي تعتمدها الشركات والبنوك لتطبيق نظام التوقيع الرقمي هي: البطاقة المغناطسية Magnetic Card والبطاقات الذكية Smart Cards[4] ، ويستلزم التوقيع الرقمي، إيجاد جهة متخصصة محايدة، يمكن من طريقها التحقق من صحة التوقيع وذلك عن طريق كاتب العدل الإلكتروني.

---

[1]– ناصيف إلياس، المرجع السابق، ص 61.

[2]– النوافلة يوسف احمد، المرجع السابق، ص 90.

[3]– الفواعير علاء محمد، المرجع السابق، ص ص 185، 186.

[4]– إسماعيل محمد سعيد أحمد، المرجع السابق ص 286 ص 257.

4- التوقيع بالضغط على مربع الموافقة

يتم التوقيع بالضغط على مربع الموافقة من خلال الضغط غلى الخانة المخصصة للقبول في النموذج العقد على شاشة الكمبيوتر، وزيادة في التأكيد قد يتطلب من العميل ان يضغط مرتين Double click لضمان الجذية في التعامل، وبالنقر على زر الموافقة في المكان المخصص لذلك للوحة المفاتيح OK [1].

الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها في التوقيع الإلكتروني

حتى يتمتع التوقيع الإلكتروني بحجية الإثبات، يجب أن تستوفي الشروط التي تمنح الحجية القانونية في الإثبات وهي كما يلي:

أولاً: الشروط القانونية للتوقيع الإلكتروني

لكي يعتبر التوقيع الإلكتروني صحيحاً لابد أن يتضمن مجموعة من الشروط والتي اتفقت عليها معظم التشريعات وهي:

1- أن يكون التوقيع شخصياً ويسمح بمعرفة هوية الموقع

التوقيع هو علامة شخصية بمعنى أن يتولى الشخص بنفسه وضع التوقيع، وتقوم هذه الوظيفة بدور تحديد شخصية المُوَقِعُ وتميزه عن غيره، وذلك بواسطة الرموز أو الأرقام والحروف، أو الإشارات التي تدل على ذلك.

ويتطلب هذه الشرط أن يكون التوقيع الإلكتروني قادراً على التعريف بشخصية المُوَقِعُ، فالتوقيع بالرقم السري مثلاً لا يعرفه إلا صاحبه، حيث لا ينكر الموقع استخدامه للبطاقة المقترنة برقمه السري الذي لا يشابه رقماً آخر ولا يعرفه إلا هو، ويتوجب على صاحب

[1]– الفواعير علاء محمد، المرجع السابق، ص 187.

التوقيع الإلكتروني أن يكون كامل الأهلية للقيام بها، حتى تتمكن جهة إصدار التوقيع الالكتروني من منح التوقيع لهذا الشخص[1].

2- أن يكون مميز الموقع التعاقد

يقصد به لابد أن يكون التوقيع الموثق كافياً للدلالة على شخص الموقع،[2] وبأن يتم وفقاً للطريقة التي اعتاد الشخص استخدامها للتعبير عن إقراره لتصرف قانوني معين ورضائه به، ويتحقق ذلك سوء تم التوقيع عن طريق استخدام رموز أو إشارات أو حروف تعبر عن شخصية صاحب التوقيع، أو كان بالإمضاء أو ببصمة الإصبع أو بالختم، فإن تلك الأداة يجب أن تكون قادرة على تحديد هوية مستعمل واحد تحديدا لا لبس فيه[3].

3- اتصال التوقيع بالمحرر

لكي يؤدي التوقيع وظيفته في الإثبات، يشترط فيه إقرار لموقع بما ورد في مضمون المحرر، وأن يكون التوقيع متصلا بالمحرر على نحو لا يمكن فصله عنه، وأن يكون هذا الاتصال مستمراً ويمكن حفظه، ومعنى ذلك أنه لا بد أن يكون هذا التوقيع متصلاً اتصالاً مادياً ومباشراً بالمحرر المكتوب[4].

هذا الشرط تقابله مسألة هامة وضرورية وهي سلامة المحرر الإلكتروني من أي تعديل يطرأ عليه بعد إتمام التوقيع، إلا خلال فترة زمنية معينة بعد إبلاغ كافة الأطراف المتعاملون مع الموقع، حفاظاً على حقوقهم لأنه عند التعديل يجب على الموقع إخطار الجهة الصادرة مصدرة التوقيع على نيته في التعديل، حتى يتسنى لهذه الجهة التأكد من إتمام جميع

[1]– يسعد فضيلة، المرجع السابق، ص 509.

[2]– النوافلة يوسف أحمد، المرجع السابق، ص 86.

[3]– محمد نصر محمد، المرجع السابق، ص ص 78، 79.

[4]– ناصر حمودي محمد، المرجع السابق، ص 344.

التصرفات التي جرت باستعمال هذا التوقيع بالإضافة إلى المحافظة عليه لفترة معينة مع التوقيع الجديد.[1]

ثانياً: الشروط التكنلوجية والتقنية للتوقيع الإلكتروني

إضافة للشروط القانونية الواجب توافرها في التوقيع الالكتروني توجد شروط تكنلوجية وتقنية حتى يمكن الاحتجاج به وهي:

1- أن يكون التوقيع الإلكتروني آمناً

ما يميز التوقيع الإلكتروني عن نظيره التقليدي والاختلاف الجوهري بينهما يكمن في وسيلة إنشاء التوقيع الإلكتروني الذي يتوجب أن يكون مصمماً بواسطة آلية مؤمنة خاصة بإنشاء التوقيع الإلكتروني، وبالرجوع إلى المادة 02 من القانون رقم 15-04 نجد أن المشرع الجزائري عرف آلية إنشاء التوقيع الإلكتروني بأنها: [**جهاز أو برنامج معلوماتي مُعِدَ لتطبيق بيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني**][2].

ولا يكفي أن يكون التوقيع الإلكتروني هو الخاص المُوَقِعُ وحده حتى يكون هذا التوقيع توقيعاً آمناً، بل يجب أن يكون المُوَقِعُ مسيطرا على وسائل إنشاء التوقيع الإلكتروني.

كما نص المشرع الجزائري في نص المادة 11 من القانون المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكترونيين السالف الذكر على المتطلبات الواجب توافرها في الآلية المؤمنة لإنشاء التوقيع الإلكتروني[3].

---

[1]- الربيع سعدي، المرجع السابق، ص 69.

[2]- القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، السالف الذكر.

[3]- القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

2- التوقيع المعتمد

من أجل الحرص على التعاقدات الإلكترونية لابد من التأكد من صحة التوقيع الإلكتروني، حيث يتم توثيقه من خلال هيئة أو إدارة عامة أو خاصة تكون مخولة للتثبت من التواقيع ومنح شهادة التوثيق، وذلك منعاً لجرائم الاحتيال والتزوير التي قد تقع، فلقد اشترط المشرع الجزائري لكي ينشأ التوقيع الإلكتروني الموصوف يجب أن يكون على أساس شهادة تصديق إلكتروني موصوفة والتي تمنح من قبل طرف ثالث موثوق أو من قبل مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني وهذا حتى يكون له حجية في الإثبات مماثلة للتوقيع المكتوب.

المطلب الثاني

حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات

تأتي حجية التوقيع الإلكتروني من خلال استيفائه للشروط اللازمة للاعتداد به كتوقيع كامل وذلك من خلال تحقيقه لدوره ووظيفته، فللتوقيع الإلكتروني أهمية بالغة في الإثبات، وبالتالي في حماية المتعاملين عبر الوسائط الإلكترونية.

الفرع الأول: حجية التوقيع الإلكتروني البسيط في الإثبات

إذا توافرت شروط التوقيع الإلكتروني التي أشرنا إليها، يحقق التوقيع الإلكتروني الآثار التي يحققها التوقيع التقليدي، فإذا تم تنصيب الأجهزة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين على المستوى الوطني فإن كل التوقيعات هي توقيعات إلكترونية بسيطة إلا أنه لا يمكن تجاهلها بل لابد من الأخذ بها.

طبقا لنص المادة 09 من القانون رقم 15-04 المحدد للقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكترونيين إذ أكدت بأنه لا يمكن تجريد التوقيع الإلكتروني من فعاليته القانونية أو رفضه كدليل أمام القضاء بسبب شكله القانوني أو أنه لا يعتمد على شهادة تصديق

إلكتروني موصوف أو أنه يتم إنشاؤه بواسطة آلية مؤمنة لإنشاء التوقيع الإلكتروني، كما حظي بقبول من طرف الفقه على أنه يمكن اعتباره كالتوقيع العادي من حيث الحجية في الإثبات وهو وسيلة لإقرار صحة المعلومات الواردة في السند.

كما أصبغ على التوقيع الإلكتروني نفس الحجية المقررة للتوقيع التقليدي حسب المادة 327 فقرة 2 من القانون المدني التي تنص على أنه: **[يُعتَدُ بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 1]** ، كما نصت المادة 323 مكرر 1 من القانون المدني على أنه [**يعتبر الإثبات في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق**].

الفرع الثاني: حجية التوقيع الإلكتروني الموصوف في الإثبات

فرق المشرع الجزائري في قانون 15-04 السالف الذكر بين التوقيع الإلكتروني البسيط والتوقيع الإلكتروني الموصوف، حيث نصت المادة 08 من 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الالكترونيين على أنه يعتبر [**التوقيع الإلكتروني الموصوف وحده مماثلاً للتوقيع المكتوب، سواء كان شخص طبيعي أو معنوي]**، هذه المادة صريحة في المساواة بين التوقيع الإلكتروني الموصوف والتوقيع المكتوب وفقاً للمتطلبات والشروط التي ذكرها المشرع على سبيل الحصر في المادة 07 من نفس القانون حتى يُعَدُ التوقيع الإلكتروني توقيعاً موصوفاً وتكون له الحجية في الإثبات أمام القضاء.

يلاحظ بأن التوقيع الإلكتروني الموصوف يتضمن ضوابط أشد صرامة من التوقيع الإلكتروني العادي، حيث يتضمن شفرة يقتصر استخدامها على شخص معين لا يشاركه غيره فيها، ويكون هذا التوقيع قادراً على تحديد هوية مستخدمة، حيث يحتفظ الشخص بشفرة هذا التوقيع تحت سيطرته وحده.

ما يعزز حجية التوقيع الإلكتروني الموصوف هو الشهادة الإلكترونية الموصوفة التي تصدر بشأنه من جهة معتمدة ومرخص لها بذلك، فهذه الشهادة تعتبر بمثابة سند لا يمكن

رفضه من قبل القاضي إلا أنه يثبت العكس، وعلى النقيض من ذلك فحجية التوقيع الإلكتروني العام أو البسيط لا ترقى إلى درجة اليقين التام، ما تؤدي إلى اخضاعها للسلطة التقديرية للقاضي لتحديد مدى درجة الأمان المستخدمة في هذا النوع من الشهادة.

مما سبق يتضح أن التوقيع الإلكتروني، وإذا كان لا يناظر التوقع التقليدي من حيث الشكل إلا أنه يناظره من حيث الوظيفة، والهدف، والحجية ويبقى الاختلاف الجوهري بينهما في الوسيلة المستخدمة، حيث يتم التوقيع الإلكتروني باستخدام وسائط إلكترونية.

المبحث الثاني

أسس التصديق الإلكتروني

تعتبر سلطات التصديق الإلكتروني من أهم سبل الوصول إلى المصداقية التوقيعات الإلكترونية لكافة الأطراف وذلك راجع للدور الهام الذي تلعبه سلطات التصديق الإلكتروني في تأمين وحماية التوقيع الإلكتروني، كما يسمح التصديق الإلكتروني بإضفاء الحجية القانونية على التوقيع الإلكتروني بواسطة شهادة التصديق الالكتروني، لجعله توقيعاً موصوفاً يضاهي التوقيع التقليدي. هذا ما أخذ به المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، في هذا المبحث سنحاول التطرق لشهادة التصديق الإلكتروني في المطلب الأول ولجهات التصديق الإلكتروني في المطلب الثاني.

المطلب الأول

مفهوم شهادة التصديق الإلكتروني

حرصت التشريعات على إيجاد وسيط محايد يؤكد صحة صدور التوقيع الإلكتروني المعبر عن إرادة صاحبه وكذا صحة البيانات التي لم يتم تحريفها أثناء عملية إرسالها، لاسيما أن العقود الإلكترونية تبرم بين أشخاص عن بعد ويسمى الوسيط الموثوق به بعدة

تسميات منها: مقدم خدمات التصديق الإلكتروني أو جهة التصديق الإلكتروني أو التوثيق الإلكتروني.

يعرف التصديق أو التوثيق بأنه وسيلة فنية آمنة للتحقق من صحة التوقيع أو المحرر[1]، وعرف الأستاذ أحمد النوافلة التصديق الإلكتروني بأنه: " هو إثبات ارتباط التوقيع الإلكتروني لشخص الموقع لهذا التوقيع من خلال الاستناد إلى إجراءات التوثيق التي قامت بها الجهة مصدرة الشهادة باعتماد التوقيع الإلكتروني لذلك الشخص"[2].

وللتفصيل في ذلك سنتطرق لشهادة التصديق الإلكتروني وجهاته.

الفرع الأول: تعريف شهادة التصديق الإلكتروني

هناك تعريفات تشريعية وفقهية عديدة لشهادة التصديق الالكتروني ومن أهم هذه التعريفات ما يلي:

أولاً: التعريف الفقهي لشهادة التصديق الإلكتروني

اختلف الفقهاء في تعريف شهادة التصديق الإلكتروني، عرفت بأنها: " صك أمان صادر في جهة مختصة يفيد صحة وضمان المعاملة الإلكترونية وذلك من حيث صحة البيانات ومضمون المعاملة وأطرافها"[3].

كما عرفت بأنها عبارة عن سجل إلكتروني صادر عن جهة توثيق معتمدة، وهذا سجل يحتوي على معلومات عن الشخص الذي يحملها، والجهة المصدرة لهذا السجل، وتاريخ صلاحيتها، والمفتاح العام للشخص، وهذه الشهادة بمثابة هوية يصدرها شخص محايد

[1]– منصور محمد حسين، الإثبات التقليدي والإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2009، ص 289.

[2]– يوسف أحمد النوافلة، المرجع السابق، ص 121.

[3]– الرومي محمد أمين، المستند الإلكتروني، ط 1، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص 43.

للتعريف بالشخص الذي يحملها وللمصادقة على توقيعه الإلكتروني وعلى المعاملات التي يجريها عبر الإنترنت"[1].

عرفت أيضاً بأنها: مستند يصادق على معلومات معينة مدرجة فيه أو ترتبط ارتباطاً منطقياً[2].

ثانياً : التعريف التشريعي لشهادة التصديق الإلكتروني

عرفت المادة 02 من قانون التوقيع الإلكتروني الأردني شهادة التوثيق بأنها:[**الشهادة التي تصدر عن جهة مختصة مرخصة أو معتمدة لإثبات نسبة توقيع إلكتروني إلى شخص معين استنادا إلى إجراءات توثيق معتمدة**][3].

كما عرفته المادة 02 من قواعد الأونسيترال الشهادة بأنها:[**رسالة بيانات أو سجل آخر يؤكد أن الارتباط بين الموقع، وبيانات إنشاء التوقيع**][4].

كما عرف التوجيه الأوروبي رقم 93-1999 الخاص بالتوقيعات الإلكترونية عرفها بأنها: [**شهادة إلكترونية أو إقرار إلكتروني يربط المعلومات المتعلقة بالتأكد من توقيع شخص ما كما تؤكد هوية هذا الشخص**][5].

---

[1]– باهة فاطمة، شهادة التصديق الإلكتروني كآلية لضمان حجية المعاملات الالكترونية (في ضوء القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين)، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 389.

[2]– رضوان قرواش، هيئات التصديق الإلكتروني في ظل القانون 15-04 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكترونيين (المفهوم والالتزامات)، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة سطيف 2، ، العدد 24، 2017، ص 415.

[3]– يوسف أحمد النوافلة، المرجع السابق، ص 121.

[4]– لزهر بن سعيد، المرجع السابق، ص 182.

[5]– قرواش رضوان، المرجع السابق، ص 414.

ثالثاً: موقف المشرع الجزائري من شهادة التصديق الالكتروني

بالرجوع إلى القانون 15-04 السالف الذكر نجده عرف شهادة التصديق الإلكتروني في نص المادة 02 فقرة 07 بأنها: [**وثيقة في شكل إلكتروني تثبت الصلة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع**][1].

مميزاً بين شهادة التوقيع الإلكتروني البسيط كما سبق ذكرها في نص المادة 02 فقرة 07 من نفس القانون، وشهادة التصديق الإلكتروني الموصوف التي اعتبرها شهادة مؤهلة تستوفي الشروط والمتطلبات المنصوص عليها في المادة 15 من قانون التوقيع والتصديق الإلكترونيين، وهي شهادة تقدم من طرف ثالث موثوق أو من طرف مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني. [2]

الفرع الثاني: البيانات الواجب توافرها في شهادة التصديق الإلكتروني

تكمن الغاية من شهادة التصديق الإلكتروني في تأكيد صحة البيانات الواردة في التوقيع الإلكتروني ومدى نسبته لصاحبه، وتتضمن هذه الشهادة العديد من البيانات التي تشكل مقتضيات أمان للمتعاملين،[3] حيث نص المشرع الجزائري عن "المتطلبات الواجب توافرها في شهادة التصديق الإلكتروني:

1- أن تمنح من قبل طرف ثالث موثوق أو من قبل مؤدي خدمات تصديق "إلكتروني، طبقا لسياسة التصديق الإلكتروني الموافق عليها،

2- أن تمنح للموقع دون سواه،

3- يجب أن تتضمن على الخصوص:

[1]– القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

[2]– قرواش رضوان، المرجع السابق، ص 415.

[3]– باهة فاطمة، المرجع السابق، ص 392.

أ- إشارة تدل على أنه تم منح هذه الشهادة على أساس أنها شهادة تصديق إلكتروني موصوفة،

ب- تحديد هوية الطرف الثالث الموثوق أو مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني المرخص له المصدر لشهادة التصديق الإلكتروني وكذا البلد الذي يقيم فيه،

ت- اسم الموقع أو الاسم المستعار الذي يسمح بتحديد هويته،

د- إمكانية إدراج صفة خاصة للموقع عند الاقتضاء، وذلك حسب الغرض من استعمال شهادة التصديق الإلكتروني،

هـ- بيانات تتعلق بالتحقق من التوقيع الإلكتروني، وتكون موافقة لبيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني،

و- الإشارة إلى بداية ونهاية مدة صلاحية شهادة التصديق الإلكتروني،

ز- رمز تعريف شهادة التصديق الإلكتروني،

ح- التوقيع الإلكتروني الموصوف لمؤدي خدمات التصديق الإلكتروني أو للطرف الثالث الموثوق الذي منح شهادة التصديق الإلكتروني،

ط- حدود استعمال شهادة التصديق الإلكتروني، عند الاقتضاء،

ي- الإشارة إلى الوثيقة التي تثبت تمثيل شخص طبيعي أو معنوي آخر، عند الاقتضاء"[1].

المطلب الثاني

جهات التصديق الإلكتروني

نظراً لتطور التجارة الإلكترونية وما يتبعها من تطور تقنيات الدفع الإلكتروني، استدعى الأمر ضرورة إعادة النظر في عملية التوقيع الإلكتروني الذي أصبح ذو تقنيات عالية وعديدة، مع ضرورة الاعتراف به قانوناً وتنظيمه تنظيماً دقيقاً للتأكيد على قيمته الثبوتية، مع وضع مبدأ التكافؤ الوظيفي بينه وبين التوقيع الكلاسيكي. كما كان لابدّ من

[1]- القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

إيجاد ضمانات كفيلة لإرساء الأمان القانوني في مثل هذا التوقيع من طرف جهات تكون محايدة وموضع ثقة، سُمّيت بعدّة تسميات، كجهة التصديق الإلكتروني أو مورد خدمات التصديق أو مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني ... إلخ.

حيث تسهر هذه الأخيرة على ضمان الدخول القانوني لمنظومة التشفير باعتبارها منظومة سرية جدّا وحكرا على الدولة، بهدف ضمان تأمين سرية الخدمات الإلكترونية. لذلك أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة لمثل هذه الجهات، من خلال تعريفه لنا لها، ووضع نظام قانوني خاص بها لاسيما القانون رقم 04/15، من خلال تبيان مختلف الشروط القانونية الواجب توافرها لممارسة نشاط مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني وكذا الآثار القانونية المترتبة عن عملية التصديق الإلكتروني.

فالتصديق الإلكتروني هو المسار الذي يسمح بإعداد وتسير بطاقات التعريف الإلكترونية، ويتكون ذا المسار من عدة عمليات أهمها الإصدار، النشر وإلغاء الشهادات الإلكترونية، وعليه تعتبر جهات التصديق إحدى اهم وسائل حماية التوقيع الإلكتروني.

الفرع الأول: مفهوم جهات التصديق الالكتروني

تعتبر مرحلة التصديق على التوقيع الإلكتروني أهم المراحل في إبرام المعاملات الإلكترونية بمختلف أنواعها، وذلك لما لهذه المرحلة من دور بارز في انعقاد العقد والتأكد من صحة ما ورد به من بيانات، وكذا التحقق من صحة التوقيع الوارد عليه ونسبه إلى موقعه، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 28 من قانون 18-05 المتعلق بتنظيم التجارة الإلكترونية، والتي كان مضمونها الإشارة إلى وجوب تأمين مواقع التجارة عبر الأنترنت بنظام التصديق الإلكتروني، وتتم هذه المرحلة بتدخل طرف ثالث محايد يعرف بجهة التصديق، والتي هي عبارة عن هيئة أو جهة معينة تقوم بإصدار شهادات تسمى بشهادات التصديق الإلكتروني، نظراً لأهمية هذه المرحلة فقد سنت العديد من الدول تشريعات قانونية تناولت القواعد العامة المتعلقة به وتحديد الجهات المكلفة بالقيام بهذه

المهمة وبيان التزاماتها ومسؤولياتها وهذا ما قام به المشرع الجزائري أيضا من خلال قانون 15-04 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين

أولاً: تعريف جهة التصديق الإلكتروني

1- التعريف الفقهي لجهة التصديق الإلكتروني

تعرف جهة الاتصال بأنها جهة، أو منظمة عامة، أو خاصة مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق معاملاتهم بإصدار شهادات إلكترونية[1]، وعرف البعض الآخر هذه الجهات بأنها:" شركات أو أفراد أو جهات مستقلة ومحايدة تقوم بدور بسيط بين المتعاملين لتوثيق معاملاتهم الالكترونية فتعد طرفا ثالثا محايدا".[2]

كما تعرف أيضا بأنها: عبارة عن جهة أو طرف ثالث محايد موثوق به، يخضع لإشراف الدولة ورقابتها. يقوم بدور الوسيط الإلكتروني عن طريق إصدار شهادات توثيق إلكترونية تؤكد على البيانات والمعلومات الواردة بها، بالإضافة إلى أي خدمات أخرى تتعلق بالتوقيع الإلكتروني.[3]

2- التعريف التشريعي لجهات التصديق الإلكتروني

عرف التوجيه الاوروبي جهات التصديق الالكتروني رقم 999-93 الصادر في 13 جويلية 1996 في المادة 2 فقرة 11 بأنها: [**كل شخص طبيعي أو معنوي يصدر شهادات توثيق التوقيع الالكتروني أو يتولى تقديم خدمات أخرى مرتبطة بذلك]**.

وقد عرف قانون الاونسيترال النموذجي للتوقيع الالكتروني مقدم خدمات التصديق بأنه يعني:" **شخصاً يصدر الشهادات ويجوز أن يقدم خدمات أخرى ذات صلة بالتوقيعات الإلكترونية**".[4]

---

[1]– بن سعيد لزهر، المرجع السابق، ص 172.

[2]– إبراهيم خالد ممدوح، التوقيع الإلكتروني، ط 1، الدار الجامعية، مصر، 2010، ص 63.

[3]– لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص 276.

[4]– ابراهيم خالد ممدوح، حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات (دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص 208.

3- موقف المشرع الجزائري من جهات التصديق الإلكتروني

بالرجوع الى قانون 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين نجده تطرق لنوعين من الجهات المكلفة بالتصديق الإلكتروني:

نص في المادة 2 فقرة 11 على الجهة الأولى وهي الطرف الثالث الموثوق وتعرف بأنها: [**شخص معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق الكتروني موصوفة، وخدمات أخرى متعلقة بالتصديق الإلكتروني لقائدة المتدخلين في الفرع الحكومي**].

أما الجهة الثانية أعطى لها تسمية مؤدي الخدمات التصديق الالكتروني والتي ذكرها في الفقرة 12 من المادة سالفة الذكر وعرفها بأنها: [**شخص طبيعي أو معنوي يقوم بمنح شهادات تصديق الكتروني موصوفة وقد يقدم خدمات أخرى في مجال التصديق الإلكتروني**][1].

من خلال المادة سالفة الذكر نلاحظ أن المشرع الجزائري ميز بين الجهتين، الجهة الأولى وهي الطرف الثالث الموثوق ولا تكون إلا شخص معنوي ولا يصدر إلا شهادات تصديق إلكتروني موصوفة ولفائدة المتدخلين في الفرع الحكومي فقط دون الجمهور مثل الإدارات والوزارات ...الخ، وهي تخضع لرقابة السلطة الحكومية للتصديق الالكتروني[2]، وهذه الأخيرة تتولى متابعة تطبيق سياسات التصديق الإلكتروني من خلال هيئتين هما: مجلس التوجيه والمدير العام للسلطة الحكومية.

أما مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني والذي يعتبر الجهة الثانية التي أخذ بها المشرع الجزائري والذي يمكن أن يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً يصدر شهادات تصديق إلكتروني موصوفة وخدمات متعلقة بالتصديق الإلكتروني لفائدة الجمهور.

---

[1]- القانون رقم 15-04 سالف الذكر.

[2]- قرواش رضوان، مرجع سابق، ص 413.

بناءاً على التعريفات السابقة يمكننا تعريف جهة التصديق الإلكتروني بأنها عبارة عن طرف ثالث محايد سواء كان طبيعياً أو معنوياً، عاماً أو خاصاً، يقدم خدمات تصديق إلكتروني لقائدة المتدخلين والجمهور، إلا أنه ليس من السهل أن يزاول شخص طبيعي خدمة التصديق الإلكتروني باعتبار أن هذه الخدمات تحتاج إلى فنيين وإداريين محترفين وتحتاج لامتلاك إمكانيات مادية هائلة.

ثانياً: الشروط الواجب توافرها في التصديق الإلكتروني

اشترط المشرع الجزائري وجوب توفر مجموعة من الشروط في جهات التصديق الإلكتروني وهي كما يلي:

1- الشروط الإدارية والفنية للتصديق الإلكتروني

تتمثل الشروط الإدارية في شركي الترخيص والاعتماد من جهات الدولة المعنية، لأنه يستوجب بممارسة نشاط مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني لا بد من أن يتحصل أولاً على شهادة التأهيل التي تقدمها السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني لمدة سنة واحدة قابلة للتجديد مرة واحدة حتى يتمكن من تحضير الوسائل اللازمة للقيام بالنشاط[1].

إذ يعتبر اشتراط الحصول على الترخيص لمزاولة هذا النشاط أمر ضروري للحفاظ على مصالح المتعاملين إلكترونياً لأنه يضفي نوعاً من الثقة والأمان لديهم[2].

أما الشروط الفنية تتمثل في ضرورة أن تمتلك جهة التصديق الإلكتروني سواء أكانت شخصا طبيعيا أم ممثل للشخص المعنوي معرفة فنية وخاصة في مجال خدمات التصديق

[1]– ديلمي جمال وإقلولي محمد، خدمة التصديق الإلكتروني كآلية لتوثيق المعاملات الإلكترونية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، العدد 2، 2021، ص 1429.

[2]– مرباح صليحة، دور التصديق الإلكتروني في إثبات المعاملات الإلكترونية وحفظها، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، العدد 01، 2021، ص 878.

الإلكتروني، بالإضافة إلى تمتعها بالخبرة اللزمة والمؤهلة للقيام بهذه الخدمات كأن يكون مهندس تقنيات حديثة أو من مبرمجي الحاسبات الإلكترونية[1].

ونرى أن شرط المؤهلات والخبرة في ميدان تكنلوجيا الإعلام والاتصال هو شرط أساسي باعتبار أن موضوع العمل يرتبط بمجال تكنلوجيا الإعلام والاتصال[2].

2- الشروط المالية والشخصية للتصديق الإلكتروني

لقد نص المشرع الجزائري عن الشروط المالية والشخصية في القانون رقم 15-04 السالف الذكر في المواد 34 و53 و54 من نفس القانون.

فيقصد بالشروط الشخصية تلك المتعلقة بشخص مقدم خدمات التصديق الإلكتروني، فيجب على كل طالب ترخيص لتأدية خدمة التصديق الإلكتروني أن يستوفي الشروط الآتية:

- أن يكون خاضعاً للقانون الجزائري للشخص المعنوي أو الجنسية الجزائرية للشخص الطبيعي،
- أن يتمتع بقدرة مالية كافية،
- أن يتمتع بمؤهلات وخبرة ثابتة في ميدان تكنولوجيات الإعلام والاتصال للشخص الطبيعي أو المسير للشخص المعنوي،
- أن لا يكون قد سبق الحكم عليه في جناية أو جنحة تتنافى مع نشاط تأدية خدمات التصديق الإلكتروني.

كذلك نصت المادة 54 من القانون السالف الذكر بأن مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني الذي سلم شهادة تصديق إلكتروني موصوفة، مسؤول عن الضرر الناتج عن

[1]– ربحي عيسى غسان، القواعد الخاصة بالتوقيع الإلكتروني، ط 2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 124.

[2]– ديملي جمال وإقلولي محمد، المرجع السابق، ص 1429.

عدم إلغاء شهادة التصديق الإلكتروني هذه، والذي يلحق بأي هيئة أو شخص طبيعي أو معنوي عن تلك الشهادة[1].

فشرط الكفاءة المالية يعتبر من الشروط الجمهورية في تحقيق عنصري الثقة والأمان بجهات التصديق الإلكتروني[2]، كما أنها تعكس قدرتها على تطوير نفسها عن طريق استعمال أحدث الوسائل الالكترونية، مع استخدام أجهزة وبرامج حواسب الكترونية حديثة ومتطورة ومرتبطة بنظام شبكي مؤمن بكافة الوسائل التي تمنع الغير ومحترفي القرصنة من اختراق وسرق البيانات المخزنة والخاصة بالمتعاملين مع هذه الجهات[3].

الفرع الثاني: تنظيم سلطات التصديق الإلكتروني في التشريع الجزائري

تحدد سلطات التصديق الالكتروني في التشريع الجزائري بثلاث سلطات حيث نص عليهم في الفصل الثاني من القانون 15-04 المتعلق بالقواعد العامة للتصديق والتوقيع وهي:

أولاً: السلطة الوطنية للتصديق الالكتروني

1- تعريف السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني

نص عليها المشرع الجزائري في المادة 16 من قانون 15-04 المتضمن القواعد المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين وهي: سلطة إدارية مستقلة، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تنشأ لدى الوزير الأول، تسجل الاعتمادات المالية اللازمة لسير السلطة ضمن ميزانية الدولة[4].

---

[1]- القانون رقم 15-04، السالف الذكر.

[2]- مرباح صليحة، المرجع السابق، ص 879.

[3]- ديلمي جمال وإقلولي محمد، المرجع السابق، ص 1430.

[4]- القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

بالرجوع إلى المادة 02 من المرسوم التنفيذي 16-134 المتعلق بتنظيم المصالح التقنية والإدارية للسلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني وسيرها ومهامها، نجد أن المشرع الجزائري حدد مقر السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني بمدينة الجزائر، ويمكن نقله إلى أي مكان آخر من التراب الوطني، حسب الأشكال نفسها[1]، ويسيرها مدير عام يساعده في مهامه خلية التدقيق وأمانة تقنية[2].

تتشكل السلطة من مجلس ومصالح تقنية وإدارية، كما نصت المادة 19 من القانون المتعلق بالتوقيع والصديق الإلكترونيين على تشكيل مجلس السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني، يتشكل مجلس السلطة من خمسة (5) أعضاء من بينهم الرئيس، يعينهم رئيس الجمهورية على أساس كفاءاتهم، لاسيما في مجال العلوم التقنية المتعلقة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وفي مجال قانون تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وفي اقتصاد تكنولوجيات الإعلام والاتصال.[3]

2- مهام السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني

تكلف السلطة بترقية استعمال التوقيع والتصديق الإلكترونيين وتطويرهما وضمان موثوقية استعمالها، وفي هذا الإطار تتولى المهام الأتية:

- إعداد سياستها للتصديق الإلكتروني والسهر على تطبيقها، بعد الحصول على الرأي الإيجابي من قبل الهيئة المكلفة بالموافقة،
- الموافقة على سياسات التصديق الإلكتروني الصادرة عن السلطتين الحكومية والاقتصادية للتصديق الإلكتروني،

[1]- المرسوم تنفيذي رقم 16-134، المؤرخ في 25 أفريل 2016، المتعلق بتنظيم المصالح التقنية والإدارية للسلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني وسيرها وتنظيمها ومهامها، ج. ر. ج. ج، العدد 26، الصادرة بتاريخ 28 أفريل 2016.

[2]- لزعر وسيلة، المرجع سابق، ص 278.

[3]- القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

- إبرام اتفاقيات الاعتراف المتبادل على المستوى الدولي،
- اقتراح مشاريع تمهيدية لنصوص تشريعية أو تنظيمية تتعلق بالتوقيع الإلكتروني أو التصديق الإلكتروني على الوزير الأول،
- القيام بعمليات التدقيق على مستوى السلطتين الحكومية والاقتصادية للتصديق الإلكتروني، عن طريق الهيئة الحكومية المكلفة بالتدقيق.

تتم استشارة السلطة عند إعداد أي مشروع نص تشريعي أو تنظيمي ذي صلة بالتوقيع أو التصديق الإلكترونيين[1].

ثانياً: السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني

1- تعريف السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني

نص عليها المشرع الجزائري في المادة 26 و28 من القانون رقم 15 -04 السالف الذكر، وهي عبارة عن هيئة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تنشأ لدى الوزير الأول المكلف بالبريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، مكلفة بالمهام المتعلقة بمتابعة ومراقبة نشاط التصديق الإلكتروني للطرف الثالث الموثوق مع توفير خدمات التصديق الالكتروني لقائدة المتدخلين في الفرع الحكومي[2].

نصت المادة 03 و04 من المرسوم التنفيذي رقم 16-135 عن طبيعة السلطة الحكومية للتصديق الالكتروني وتشكيلها وتنظيمها وسيرها، ويحدد مقر السلطة الحكومية بمدينة الجزائر، ويمكن نقله إلى أي مكان آخر من التراب الوطني، ويتولى إدارة هذه السلطة مدير عام وتزود بمجلس للتوجيه بهياكل تقنية وإدارية[3].

---

[1]– القانون رقم 15–04 السالف الذكر.

[2]– مرباح صليحة، المرجع السابق، ص 876.

[3]– المرسوم التنفيذي رقم 16–135، المؤرخ في 25 أفريل 2016، يحدد طبيعة السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني وتشكيلها وتنظيمها وسيرها، ج. ر. ج. ج، العدد 26، الصادرة بتاريخ 28 أفريل 2016.

2- مهام السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني

تتولى هذه السلطة العديد من المهام، وهي كما يلي:

- متابعة ومراقبة نشاط التصديق الإلكتروني للأطراف الثلاثة الموثوقة.
- توفير خدمات التصديق الإلكتروني للمتدخلين في الفرع الحكومي.
- إعداد سياستها للتصديق الإلكتروني وعرضها على السلطة للموافقة عليها والسهر على تطبيقها.
- الموافقة على سياسات التصديق الإلكترونية الصادرة عن الأطراف الثالثة الموثوقة والسهر على تطبيقها.
- الاحتفاظ بشهادات التصديق الإلكترونية المنتهية صلاحيتها، والبيانات المرتبطة بمنحها من قبل الطرف الثالث الموثوق، بغرض تسليمها إلى السلطات القضائية المختصة، عند الاقتضاء، طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها.
- نشر شهادة التصديق الإلكتروني للمفتاح العمومي للسلطة،
- إرسال كل المعلومات المتعلقة بنشاط التصديق الإلكتروني إلى السلطة دوريا أو بناء على طلب منها[1]،
- القيام بعملية التدقيق على مستوى الطرف الثالث الموثوق، عن طريق الهيئة الحكومية المكلفة بالتدقيق، طبقا لسياسة التصديق[2].

ثالثاً: السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني

1- تعريف السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني

إن السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني بموجب المادة 29 من نفس القانون سلطة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تكون مكلفة بمتابعة ومراقبة مؤدي خدمات التصديق

[1]- لزعر وسيلة، المرجع السابق، ص 279.

[2]- القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

الإلكتروني الذين يقدمون خدمات التوقيع والتصديق الإلكترونيين لصالح الجمهور حسب المادة 30 من قانون 15-04[1].

2- مهام السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني:

خصها المشرع الجزائري بجملة من المهام، نحملها كما يلي:

- إعداد سياستها للتصديق الإلكتروني وعرضها على السلطة للموافقة عليها والسهر على تطبيقها،
- منح التراخيص لمؤديي خدمات التصديق الإلكتروني بعد موافقة السلطة،
- الموافقة على سياسات التصديق الصادرة عن مؤديي خدمات التصديق الإلكتروني والسهر على تطبيقها،
- الاحتفاظ بشهادات التصديق الإلكترونية المنتهية صلاحيتها، والبيانات المرتبطة بمنحها من طرف مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني بغرض تسليمها إلى السلطات القضائية المختصة، هند الاقتضاء، طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها،
- نشر شهادة الصديق الإلكتروني للمفتاح العمومي للسلطة،
- اتخاذ التدابير اللازمة لضمان استمرارية الخدمات في حالة عجز مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني عن تقديم خدماته،
- إرسال كل المعلومات المتعلقة بنشاط التصديق الإلكتروني إلى السلطة دورياً أو بناء على طلب منها،
- التحقق من مطابقة طالبي التراخيص مع سياسة التصديق الإلكتروني بنفسها أو عن طريق مكاتب تدقيق معتمدة،

[1]- القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

- السهر على وجود منافسة فعلية ونزيهة باتخاذ كل التدابير اللازمة لترقية أو استعادة المنافسة بين مؤيدي خدمات التصديق الإلكتروني،
- التحكيم في النزاعات القائمة بين مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني فيما بينهم أو مع المستعملين طبقا للتشريع المعمول به،
- مطالبة مؤديي خدمات التصديق الإلكتروني أو كل شخص معني بأي وثيقة أو معلومة تساعدها في تأدية المهام المخولة لها بموجب هذا القانون،
- إعداد دفتر الشروط الذي يحدد شروط وكيفيات تأدية خدمات التصديق الإلكتروني وعرضه على السلطة للموافقة عليه،
- إجراء كل مراقبة طبقا لسياسة التصديق الإلكتروني ودفتر الشروط الذي يحدد شروط وكيفيات تأدية خدمات التصديق الإلكتروني،
- إصدار التقارير والإحصائيات العمومية وكذا تقرير سنوي يتضمن وصف نشاطاتها مع احترام مبدأ السرية،

كما تقوم السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني بتبليغ النيابة العامة بكل فعل ذي طابع جزائي يكتشف بمناسبة تأدية مهامها.[1]

[1]- القانون رقم 15-04 السالف الذكر.

الفصل الرابع

وسائل الدفع الالكترونية

مصطلح التجارة الالكترونية، هو مصطلح حديث في تعاملات الأفراد، وهو أحد إفرازات الثورة العلمية في مجال التقنيات الحديثة، ينطوي على تفاعل أطراف التبادل إلكترونيا بدلا منا لتبادل المادي أو الاتصال المباشر[1].

وهو يعتمد في نجاحه على قدرة الشركة على تسويق منتجاتها سواء كانت سلعاً أو خدمات أو أفكار، من خلال آليات إقناعيه وخطط تسويقية محكمة تسعى لتحقيق رضا المتعامل ويتجسد هذا الرضا في قدرة الشركة على إشباع الحاجات والرغبات الحقيقية للعميل[2].

فهي من الأعمال الالكترونية التي تتم عبر وسائل الكترونية، ونظم دفع حديثة نظرا لما توفره من معلومات دقيقة عن الزبائن الأمر الذي يؤدي إلى توفير الوقت والجهد والمال، وبالتالي لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها لأنها من مستلزمات عصر التكنولوجيا الذي يتميز بالسرعة والتطور المستمر.

فوسائل الدفع هي كل الأدوات التي تسمح للأشخاص بتحويل الأموال بغض النظر عن شكل السند المستخدم، فنجدها حلت محل النقود في المعاملات وعليه فإن تطورها يتماشى مع تطور التبادل الاقتصادي[3].

---

[1]– صراع كريمة، المرجع السابق، ص1.

[2]– جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك من ميدان التجارة التجارة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014–2015، ص 75.

[3]– خشة حسيبة، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2016. ص 102.

المبحث الأول

ماهية وسائل الدفع الالكتروني

لقد ظهرت وسائل الدفع الالكترونية كنتيجة للتطور التكنولوجي، وكحل للمشاكل والعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وبالفعل تمكنت الوسائل الحديثة من الانتشار بسرعة، وقد ساعد في ذلك المجهودات الكبيرة المبذولة من طرف البنوك لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء وجعلهم يختبرون فعالية ومزايا هذه الوسائل حديثة النشأة، وبعد ظهور هذه الوسائل بدأت الآراء تتضارب حول إمكانية إحلالها محل الوسائل التقليدية، بحيث تجرد الوسائل من طابعها المادي أو الورقي والاعتماد على الالكترونيات، فبدأت التوقعات باختفاء الشيك لتحل محله البطاقات والشيكات الالكترونية وتعوض السفتجة بمثيلتها الالكترونية ونفس الأمر للسند لأمر، أما التحويلات فيكفي إرسال أوامرها عبر أجهزة الكمبيوتر وشبكة الانترنت، دون ضرورة كتابة الأوامر على الأوراق.

حيث تمثل وسائل الدفع الالكترونية الصورة الالكترونية لوسائل الدفع التقليدية، وكانت التجارة الالكترونية من أهم الأسباب التي أدت إلى استخدامها كحل للعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وعليه سنتناول في المطلب الأول(مفهوم وسائل الدفع الالكترونية وخصائها) وفي المطلب الثاني (أنواع وسائل الدفع الالكترونية)، وسنتطرق في المطلب الثالث إلى (أهمية وسائل الدفع الالكترونية).

المطلب الأول

مفهوم وسائل الدفع الالكترونية وخصائصها

يعد الدفع الالكتروني من أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي ارتقت لها المجتمعات البشرية لوضع حد للعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وقد تنامى هذا الدفع في ظل التطور المتزايد لشبكة الأنترنيت وانتشارها بالإضافة إلى الإبداع التكنولوجي،

فبازدياد عمليات التجارة الالكترونية أصبح هناك احتياج كبير لوجود المال باعتباره أهم الاحتياجات الأساسية اليومية المحركة للاقتصاد، سواء من حيث الوظائف أو من حيث الأهداف مما فرض توفره في الوقت المناسب وبالقدر المناسب، من أجل تلبية هذه الاحتياجات على خلاف الدفع التقليدي، هذا ما أدى إلى فكرة تطوير أشكاله، ومسايرته للثورة التكنولوجية الحاصلة تماشياً مع تغيير قواعد المنافسة وطرق العمل ووسائله.

أدى اتساع نطاق التجارة الالكترونية إلى ضرورة خلق وسائل دفع الكترونية تتماشى وخصوصية التجارة الالكترونية، لتسهيل معاملاتها فما المقصود بوسائل الدفع الالكترونية وهذا ما سنتطرق إليه في (الفرع الأول)، وما هي خصائصها وهذا ما سنتناوله في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الالكترونية

تعرف وسائل الدفع الالكترونية على انها الوسيلة الالكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هو: أن وسائل الدفع الالكترونية تتم كل عملياتها عن طريق التسديد الالكتروني ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية.

يقصد بها أيضاً عملية تحويل الأموال التي هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات[1].

وتُعرف أيضا على أنها الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر شبكات الاتصالات.

الفرع الثاني: خصائص وسائل الدفع الالكترونية

تتمثل خصائص وسائل الدفع الالكترونية فيما يلي:

[1]– عبد الرحيم وهيبة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، ص ص 30–32.

أولاً: يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

ثانياً: يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

ثالثاً: يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين مكانياً، ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، ويتم إعطاء أمر الدفع وفقاً لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد[1].

ويتم الدفع الالكتروني بأحد الأسلوبين:

الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض، الدفع عبر شبكة الانترنت، وذلك بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، ومن ثمة فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعاً مقدماً.

الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا يوجد المبالغ المخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قليلة للسحب عليها

[1]– صلاح إلياس، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديقة، الملتقى العلمي الدولي الرابع، حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي بخميس مليانة 26-27. أفريل 2017، ص 22.

بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أية معاملات مالية، ولا بد أن توفر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم[1].

ويتم الدفع الالكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد، ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

النوع الثاني: شبكة عامة حيث التعامل بواسطتها بين العديد من الأفراد الذين لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة[2].

المطلب الثاني

أنواع وسائل الدفع الالكترونية

اتساع نطاق التجارة الالكترونية أدى إلى تطور النقود، وظهرت بشكل جديد يتناسب مع معاملات التجارة الالكترونية، وعليه سنتناول البطاقات الالكترونية في (الفرع الأول)، والبطاقة الذكية في (الفرع الثاني)، في حين نتطرق إلى الشيكات والتحويلات الالكترونية في (الفرع الثالث)، أما النقود الالكترونية فسندرجها في (الفرع الرابع).

الفرع الأول: البطاقات الالكترونية

تشمل كل من بطاقة الدفع التي من خلالها يتم تحويل مبلغ من حساب المشتري صاحب البطاقة إلى حساب البائع خلال يوم أو يومين، كما تستخدم في سحب النقود من الحساب.

وكذا بطاقة الصرف التي تقضي بتسديد قيمة المشتريات بمجرد ارسال الفاتورة، أما عن بطاقة الائتمان فهي التي تسمح لحاملها بالحصول على قرض، هي مصنوعة من مادة

---

[1]– لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين، مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007–2008، ص 30–32.

[2]– صراع كريمة، المرجع السابق، ص 59 .

يصعب العبث بها، حيث من خلالها تقدم تلك البطاقة للتاجر لتسديد ثمن مشترياته، حيث يقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستيفاء تلك المبالغ من الحامل[1].

الفرع الثاني: البطاقة الذكية

هي بطاقة تحوي معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية، والتأكد من سلامة كل معاملة من الخداع، وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الحواسيب، ولا تتطلب تفويض أو تأكيد لصلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع[2].

الفرع الثالث: الشيكات والتحويلات الالكترونية

يعرف الشيك على أنه محور ثلاثي الأطراف معالج الكترونياً بشكل كلي أو جزئي، يتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغاً من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد، ولعل الشيك الالكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الالكترونية[3].

أما عن التحويلات الالكترونية للأموال فهي مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر بنوك الكترونية مرخص لها بالقيام بهذه العملية، ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق حاسوب ومن خصائصها، ضمان الأمان وأكثر مصداقية للمتعاملين[4].

---

[1]– وهيبة عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 44.

[2]– ديمثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2013، ص 215.

[3]– مصطفى كمال طه وائل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 350.

[4]– الحبيب بن باير، محمد عبد العزيز بن كاملة، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة وسائل الدفع، مدخل لتطوير الأداء والفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية، جامعة وهران 26-27. أفريل 2011، ص 5.

الفرع الرابع: النقود الالكترونية

هي وسيلة جديدة ظهرت إلى جانب بطاقة الائتمان، وتعني أن المستهلك أو العميل لدى البنك يكون لديه حسابان أحدهما بالعملة الحقيقية والآخر بالعملة الالكترونية، إذ يبق له أن يحول أية قيمة من حسابه بالنقود العادية إلى حسابه بالنقود الالكترونية، فإذا أراد الوفاء بمقابل سلعة أو خدمة جاز له ذلك عن طريق تحويل هذه القيمة من حساب التاجر البائع، ليقوم هذا الأخير بمراجعة البنك المصدر للتأكد من صلاحية النقود المستخدمة في الدفع وبعدها يودع قيمتها في مصرفه[1].

المطلب الثالث

أهمية وسائل الدفع الالكتروني

توسع نطاق التجارة الالكترونية ساهم في تضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام ازدهار الدفع الالكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة بديل للشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية.

لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الالكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية، من هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الالكترونية لهذا يتم الدفع الكترونياً.

يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين مثل ارسال شيك عن طريق البريد أو الفاكس.

[1]– أحمد سفر، أنظمة الدفع الالكترونية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص 20.

لكن هذه الوسائل لا تصلح وخصوصية التجارة الالكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الالكتروني من خلال شبكة الاتصال لا سلكية موحدة عبر الحاسب[1].

المبحث الثاني

دور وسائل الدفع الالكترونية في تفعيل التجارة الالكترونية

ان الثورة المعلوماتية وتطور وسائل الاتصال أدت إلى ظهور وسائل دفع جديدة تتلاءم مع متطلبات التجارة الالكترونية وطبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، وهي وسائل الدفع الالكترونية الحديثة، والتي تعددت وتنوعت حسب الغرض من استعمالها، ولها عدة مزايا سواء لحاملها، أو للبنك المصدر لها أو حتى للتاجر وللاقتصاد عموما، مما ساعد على سرعة وتيرة المعاملات المصرفية بشكل فعال وبتكاليف أقل

من الجدير بالذكر أن أداة الدفع الإلكتروني قد ظهرت بالتزامن مع ظهور التجارة الالكترونية، لذلك تعتبر ذات علاقة وثيقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حتى أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني أحد مكونات التجارة الالكترونية، والتي تكمل إجراءاتها الالكترونية من بيع وشراء وعليه سنتناول مزايا وعيوب وعوامل نجاح وسائل الدفع الالكتروني في (المطلب الأول) وسنتطرق إلى كيفية تعامل الجزائر مع هذه الوسائل في (المطلب الثاني).

[1]– وهيبة عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 30.

المطلب الأول

مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية وعوامل نجاحها

يترتب على استخدام وسائل الدفع الالكترونية مجموعة من (المزايا الفرع) الأول تقابلها مجموعة من العيوب (الفرع الثاني)، وهناك عدة عوامل تؤدي إلى نجاح وانتشار وسائل الدفع الالكترونية (الفرع الثالث).

الفرع الأول: مزايا وسائل الدفع الالكترونية

تتميز وسائل الدفع الالكترونية بعدة مزايا وهي:

أولاً: تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترت محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فورياً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

ثانياً: تُعَدُ أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

ثالثاً: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية.

الفرع الثاني: عيوب وسائل الدفع الالكتروني

بما أن لوسائل الدفع مزايا وإيجابيات فهي أيضا لها بعض السلبيات التي تعيبها وهي:

أولاً: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

ثانياً: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

ثالثاً: أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها[1].

الفرع الثالث: عوامل نجاح وسائل الدفع الالكترونية

لابد من وسائل لجذب المستهلكين والتجار لاستخدام تقنية معينة في عملية الدفع الالكتروني عبر الشبكات وخاصة الانترنت، ومن العوامل التي تؤدي إلى انتشار طريقة الدفع الكترونيا بشكل واسع ما يلي:

أولاً: الاستقلالية: حيث هناك العديد من الطرق التي تتطلب إعداد برامج خاصة من أجل استخدام وتنفيذ عملية الدفع الكترونياً من قبل التاجر والمستهلك تعتبر هذه الطرق التي تحتاج إلى إعداد برامج خاصة غير منتشرة بشكل واسع.

ثانياً: التطابقية: إن من المهم في عملية الدفع الالكتروني أن يتم تنفيذها من مختلف أنظمة التشغيل ومختلف أنواع الحاسبات تلك التي تتطلب أنظمة تشغيل معينة أو أجهزة معينة لتنفيذ عملية الدفع الالكتروني تعتبر غير واسعة الانتشار بين التجار والمستهلكين.

ثالثاً: الأمن والحماية: مدى الأمن في نقل البيانات وتنفيذ عملية الدفع مهمة جداً لقياس مدى فعالية عملية الدفع الالكتروني، حيث أنه إذا كانت المخاطر للمشتري أو البائع عالية في عملية الدفع الالكتروني فإن هذا يؤدي إلى عدم انتشار هذه الطريقة بشكل واسع.

[1]– محمد الطائي، التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010، ص 185.

رابعاً: الرسوم والتكلفة: حيث أنه كلما زادت العمولة المستخدمة لطريقة الدفع فإن ذلك يؤدي إلى عدم انتشارها بشكل بواسع، وأيضاً الرسوم والعمولة التي يتم تحصيلها عند استخدام طرق الدفع الالكتروني تؤدي إلى عدم استخدامها وخاصة في المشتريات البسيطة قليلة التكلفة.

خامساً: سهولة الاستخدام: إن طريقة بطاقة الاعتماد مستخدمة بشكل واسع وذلك لسهولة استخدامها من قبل كل الأطراف.

سادسا: مدى انتشارها: حتى تكون طريقة الدفع الالكترونية ناجحة لابد من استخدامها من قبل أعداد كبيرة من التجار والمستهلكين على حد سواء[1].

المطلب الثاني

مدى تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر

إن وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تتميز بأنها تقليدية في أغلبها ولا تتناسب مع الواقع العالمي الجديد، ولكن تبعاً لحرص الجزائر على مواكبة الأحداث والتطورات التكنولوجية في العمل المصرفي خاصة في مجال الصناعة المصرفية، وسعيها نحو الصيرفة الإلكترونية شرعت في تقديم وتبني بعض وسائل الدفع الحديثة كبطاقة السحب وبطاقة الائتمان، ونظام المقاصة الالكترونية واعتبرتها أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية وهي السفتجة والشيك والسند لأمر.

وعليه إن وسائل الدفع الالكترونية هي الوسائل التي سهلت المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون، والتي خلفها تطور شبكة الانترنت، وكذا ظهور التجارة الالكترونية، حيث أنها اختصرت الوقت وأنقصت التكلفة وحققت مزايا عجزت وسائل الدفع

[1]– خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص ص 142،141.

التقليدية عن تحقيقها، إلا أنها خلقت مشاكل يصعب محاربتها لارتكازها على عالم الكتروني يفتقر للمادة الورقية مما يصعب عملية الإثبات.

أما عن الجزائر فلقد شهدت مشاكل في تطبيق وسائل الدفع التقليدية وتحسين خدماتها وهي تعاني صعوبات في تطبيق وسائل الدفع الالكترونية الحديثة، وباعتبار أن التجارة الالكترونية هي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري فما على الجزائر سوى فتح المجال على مصراعيه للتجارة الالكترونية لتتمكن من اختراق الأسواق العالمية.

خاتمة:

إن التجارة الالكترونية هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الالكترونية، باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وادارة النشاط التجاري نعيش اليوم في عصر العولمة حيث اصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من عوامل التطور والرقي والازدهار، كما لها دور كبير في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية.

حيث وفرت الوسائل الالكترونية خدمات متنوعة ذات امكانيات متميزة، وايجاد اليات جديدة للتفاوض وابرام العقود في اطار ما يسمى التجارة الالكترونية التي انتشرت بسرعة في العالم باسره، كما اتاحت هذه الوسائل للراغبين في التعاقد من خلالها طرق متنوعة للإعلان عن السلع والخدمات، ومن ثم ابرام العقود وتنفيذها دون الحاجة الى تواجد الاطراف حضريا.

ويعتبر موضوع التجارة الالكترونية اليوم من اكثر المواضيع اثارة للجدل القانوني، وذلك كونها اخر التطورات لموضوعات تقنية المعلومات في وقتنا الحاضر، وهي جزء من منظومة الانترنت المتطورة التي تسعى الى تسهيل الاعمال والتي تعني القيام بأعمال تجارية عن طريق الانترنت.

إذ شهد العالم في السنوات الاخيرة تطورا هائلا في ميدان التجارة الالكترونية التي صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث حجم التعاملات ونسبة النمو التي تعرف ارتفاعا كبيرا، ومن اهم مقوماتها الخدمات اللوجيستية المتمثلة في النقل والتخزين والتغليف والشحن والتوصيل والتسليم، وهي تمثل ما يعرف بالاقتصاد الرقمي حيث يقوم على حقيقتين:-التجارة الالكترونية وتقنية المعلومات.

مما لاشك فيه أن التطور الهائل في ثورة الاتصال والتقنيات الحديثة أدى التطور التكنلوجي بشكل عام إلى ظهور التجارة الإلكترونية التي يتم من خلالها التعاقد الإلكتروني، الذي بات عنصر أساسي في حياة الأفراد والمؤسسات والدول من خلال المميزات التي

يقدمها، فالتعاقد الإلكتروني يثير العديد من المسائل لذلك قام المشرع الجزائري بتنظيم العقد الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الصادر في 2018، نجد المشرع الجزائري تطرق للإبرام العقد الالكتروني فقط في هذا القانون، لكنه لم يتطرق لمسألة الإثبات بل تناولها في قانون آخر مستقل وهو القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

فالتجارة الالكترونية احد المفاهيم الناتجة عن مصطلح الحكومة الالكترونية نتيجة التطور السريع لتكنولوجيات الاعلام والاتصال وكذا الاستعمال الكبير لشبكة الانترنت، حيث أصبحت المعاملات التجارية تتم في وسط افتراضي باستخدام وسائل الاتصال وشبكة الانترنت ودون الحاجة الى التلاقي حيث يتم التعاقد الالكتروني عن بعد، والدفع من خلال وسائل الدفع الالكتروني كبطاقات الائتمان والنقود الالكترونية.

وتتمثل أطراف التعاقد الالكتروني في مجال التجارة الالكترونية في كل من المورد الالكتروني والمستهلك الالكتروني، وهذا الأخير باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية أقرت له التشريعات المقارنة حماية خاصة، بالإضافة للحماية المقررة له كمستهلك عادي، غير أن المشرع الجزائري تفطن مؤخراً بإصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الكترونية على خلاف التشريعات العربية التي قننت موضوع التجارة الالكترونية منذ سنة 2000 كتونس، مصر والاردن.

حيث تضمن قانون التجارة الكترونية الجزائري أحكام خاصة بتنظيم المعاملات الخاصة بالتجارة الالكترونية، بالإضافة لتقرير حماية خاصة للمستهلك من خلال فرض التزامات وشروط على الموردين الالكترونيين.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. ديمثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2013.

2. مصطفى كمال طه وائل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.

3. أحمد سفر، أنظمة الدفع الالكترونية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، 2008.

4. محمد الطائي، التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010.

5. خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

6. يوسف حسين يوسف، التجارة الالكترونية وأبعادها القانونية الدولية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011.

7. أمين فرج يوسف، التجارة الالكترونية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2008.

8. منير محمد الجنبيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.

9. إبراهيم خالد ممدوح، التوقيع الإلكتروني، ط 1، الدار الجامعية، مصر، 2010.

10. إبراهيم خالد ممدوح، حجية التوقيع الإلكتروني في الاثبات –دراسة مقارنة–، ط 1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.

11. إبراهيم نضال سليم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن، 2009.

12. إسماعيل محمد سعيد أحمد، اساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية – دراسة المقارنة–، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.

13. الرومي محمد أمين، المستند الإلكتروني، ط 1، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.

14. الشريفات محمود عبد الرحيم، التراضي في تكوين العقد عبر الانترنت –دراسة مقارنة– ، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.

15. بن سعيد لزهر، النظام القانوني لعقود التجارة الالكترونية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.

16. حمودي محمد الناصر، العقد الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت مع التركيز على عقد البيع الدولي للبضائع، ط 01، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

17. حمودي محمد الناصر، عقد البيع الدولي الالكتروني المبرم عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.

18. ربخي عيسى غسان، القواعد الخاصة بالتوقيع الإلكتروني، ط 2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

19. عصمت عبد المجيد، نظرية العقد في الفقه الإسلامي (دراسة مقارنة مع الفقه القانوني والقوانين المعاصرة)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2009.

20. محمد نصر محمد، الدليل الإلكتروني وحجيته أمام القضاء –دراسة مقارنة–، ط 1، دار الكتب العملية، لبنان، 2013.

21. مدوح محمد علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك (دراسة تحليلية في القانون المدني وقانون حماية المستهلك المصري رقم 67 لسنة 2006 ولائحته التنفيذية وبعض القوانين الاجنبية)– ، دار النهضة العربية ، مصر، 2008.

22. منصور محمد حسين، الإثبات التقليدي والإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2009.

23. ناصيف إلياس، العقد الإلكتروني في القانون المقارن، ط 01، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان،2009.

ثانياً: الرسائل والمذكرات

أ- رسائل الدكتوراه

1. بهلولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

1. الربى سعدي، حجية التوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2017.

2. لزعر وسيلة، التراضي في العقود الإلكترونية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019.

ب- مذكرات الماجستير

1. بن وراث حكيمة، دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة –مع الاشارة للعالم العربي–، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مناجمنت المؤسسة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2008.

2. جلول دواجي بلحول، الحماية القانونية للمستهلك من ميدان التجارة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015.

3. خشة حسيبة، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016.

4. ديمش سمية، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2011.

5. صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014.

6. عبد الرحيم وهيبة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر.

7. لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين، مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007-2008.

8. واقد يوسف، النظام القانوني للدفع الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخص قانون الأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

ثالثاً: المقالات

1. بريشي عبد الكريم، آليات تطبيق التجارة الالكترونية ومزاياها على الاقتصاد الجزائري –اشكالية الاعتماد– مداخلة القيت في اليوم الدراسي حول التجارة الالكترونية في الجزائر الواقع والأفاق، كلية العلوم الإنسانية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2007.

2. يغلي مريم، التزام المورد الالكتروني بالتسليم المطابق، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الذي نظمته كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة قالمة، الموسوم بعنوان: الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية.

3. بوحملة صلاح الدين، "خصوصية الايجاب والقبول في العقد الإلكتروني"، مجلة العلوم الانسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الاخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائر، العدد 03، ديسمبر 2019 .

4. بوشناقة جمال،" خصوصية التراضي في العقود الالكترونية"، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور يحي فارس المدية، العدد 10، 2018.

5. بوعيس يوسف، "التراضي في العقود الالكترونية"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر، العدد 01، 2019.

6. بولافة سامية وغيلاني الطاهر، التوقيع الإلكتروني في ظل القانون 15-04، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، العدد 01، 2020.

7. تبوب فاطمة الزهراء، التوقيع والتصديق الإلكترونيين في ظل القانون رقم 15-04 المؤرخ في أول فبراير 2015، حوليات جامعة الجزائر 1، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، العدد 29.

8. الحبيب بن باير، محمد عبد العزيز بن كاملة، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة وسائل الدفع، مدخل لتطوير الأداء والفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية، جامعة وهران يومي 26-27. أفريل 2011.

9. حمزة هبة وبن قادة محمود أمين، الآليات القانونية لحماية المستهلك وفق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة القانون الدولي والتنمية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، العدد 01، 2020.

10. د. المختار بن قوية، التجارة الالكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطرة، مجلة معارف، جامعة الوادي، المجلد 16، العدد 02، ديسمبر 2021.

11. دباهة فاطمة، شهادة التصديق الإلكتروني كآلية لضمان حجية المعاملات الإلكترونية (في ضوء القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين)، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت.

12. دحماني سمير، التوقيع الالكتروني الموصوف–دراسة مقارنة بين التوجيه الأوروبي رقم 99-93 المتعلق بالتوقيعات الإلكترونية والقانون رقم 15-04 المحدد للقواعد العامة المتعلقة

بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، العدد 1، 2017.

13. دناي نور الدين، الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، المركز الجامعي تندوف، العدد 2، 2017.

14. دوار جميلة، تطور مفهوم المستهلك من التقليدي إلى الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، العدد 05، 2009.

15. ديلمي جمال- إقلولي محمد، خدمة التصديق الإلكتروني كآلية لتوثيق المعاملات الإلكترونية"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، العدد 2، 2021.

16. رضوان قرواش، هيئات التصديق الإلكتروني في ظل القانون 15-04 المتعلق بالقواعد العامة للتوقيع والتصديق الإلكترونيين (المفهوم والالتزامات)، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة سطيف 2، العدد 24، 2017.

17. شيروف نهى، الآليات القانونية في إبرام العقد الإلكتروني في ضوء التشريع الجزائري: بين النص والترجمة"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الذي نظمته كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة قالمة، الموسوم بعنوان: الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء قانون 18-05، يومي 02-03 أكتوبر 2018.

18. صلاح إلياس، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديقة، الملتقى العلمي الدولي الرابع، حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي بخميس مليانة 26-27. أفريل 2017.

19. عبد الدائم أحمد ومنصور عبد السلام الصرايرة، التعاقد بطريق الحاسوب -دراسة في التشريع السوري والأردني-، مؤتة للبحوث والدراسات، العدد 05، 2008.

20. عبد الكامل بالحبيب، يوسف مدوكي، عادل زقرير، التجارة الالكترونية في الجزائر(العقبات ومتطلبات التطوير، مع الإشارة إلى جائحة كوفيد 19)، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الوادي، المجلد 02، العدد 01، 2021.

21. على درويش حفصة، تنفيذ معاملات التجارة الإلكترونية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الذي نظمته كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، الموسوم بعنوان: الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء قانون 18-05، يومي 02 و03 أكتوبر 2018.

22. عيساوي نبيلة، الالتزام بإعلام المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الذي نظمته كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة قالمة، الموسوم بعنوان: الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء قانون 18-05، يومي 02 و03 أكتوبر، 2018.

23. فطناسي عبد الرحمن، فنديس أحمد، مفهوم التجارة الالكترونية، تقديرها وبيان مدى أهميتها، مداخلة القيت في الملتقى الوطني حول الاطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 18-05، بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 08 أكتوبر 2019.

24. قالية فيروز، التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مجلة القانون والمجتمع، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 02، 2020.

25. ماني عبد الحق، التنظيم القانوني لقيام التراضي في العقود الإلكترونية على ضوء مشروع القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، العدد 02، 2018.

26. مخلوف باهية، خصوصيات التراضي الإلكتروني في ظل قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المجلة الاكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، العدد 01، 2022.

27. مرباح صليحة، دور التصديق الإلكتروني في إثبات المعاملات الإلكترونية وحفظها، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، العدد 01، 2021.

28. ياما ابراهيم، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر دراسة على ضوء القانون 05/18، مجلة القانون والعلوم السياسية، المركز الجامعي بالنعامة، المجلد 05، العدد 02، 2019.

29. يسعد فضيلة، القوة الثبوتية للتوقيع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسة، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، العدد 03، ديسمبر، 2019.

النصوص القانونية والتنظيمية

أ. النصوص القانونية

1. الأمر رقم 58-75 مؤرّخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج. ر. ج. ج، العدد 78؛ معدل ومتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005.

2. الأمر رقم 03-11، المؤرخ في 26 أوت 2003، يتضمن قانون النقد والقرض، ج. ر. ج. ج، العدد 52، الصادرة بتاريخ 28 جويلية 2003.

3. القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر. ج. ج، العدد 41، الصادرة بتاريخ 27 جوان 2004.

4. القانون رقم 15-04 المؤرخ في 10 فيفري 2015، المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج. ر. ج. ج، العدد 06 الصادرة بتاريخ فبراير 2015.

5. القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر. ج. ج، العدد 24، الصادرة بتاريخ في 16 ماي 2018.

6. القانون رقم 18-07، المؤرخ في 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، ج. ر. ج. ج، العدد 34، الصادرة بتاريخ 10 جوان 2018.

7. القانون رقم 18-09، مؤرخ في 10جوان 2018 المعدل المتمم لقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر. ج. ج. العدد 35، الصادرة بتاريخ 13 جوان 2018.

ب. النصوص التنظيمية

1. المرسوم تنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المتعلق بكيفية إعلام المستهلك، ج. ر. ج. ج، العدد 58، الصادرة بتاريخ 18 نوفمبر 2013.

2. المرسوم تنفيذي رقم 16-134، المؤرخ في 25 أفريل 2016، المتعلق بتنظيم المصالح التقنية والإدارية للسلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني وسيرها وتنظيمها ومهامها، ج. ر. ج. ج، العدد 26، الصادرة بتاريخ 28 أفريل 2016.

3. المرسوم التنفيذي رقم 16-135، المؤرخ في 25 أفريل 2016، يحدد طبيعة السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني وتشكيلها وتنظيمها وسيرها، ج. ر. ج. ج، العدد 26، الصادرة بتاريخ في 28 أفريل 2016.

ت. الاتفاقيات:

1. اتفاقية الأمم المتحدة بشأن عقود البيع الدولي للبضائع، الأمم المتحدة، نيويورك، 2011.

فهرس

العنوان	الصفحة
مقدمة	03
الفصل الأول: مفهوم التجارة الالكترونية انواعها ومزاياها	06
المبحث الأول: مفهوم التجارة الالكترونية	06
المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية وأهميتها	07
الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية	07
الفرع الثاني: أهمية التجارة الالكترونية	10
المطلب الثاني : أنواع التجارة الإلكترونية	12
الفرع الأول: التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى	12
الفرع الثاني: بين وحدة أعمال والمستهلكين	13
الفرع الثالث: التجارة الالكترونية بين الحكومة ووحدات الأعمال	14
المبحث الثاني: مزايا التجارة الالكترونية وعيوبها	14
المطلب الأول: مزايا التجارة الالكترونية	15
الفرع الأول: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للأفراد	15
الفرع الثاني: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات	17
الفرع الثالث: مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمجتمع	18
المطلب الثاني: عيوب التجارة الالكترونية	19
الفصل الثاني: النظام القانوني لانعقاد العقد الإلكتروني	22
المبحث الأول: أركان العقد الإلكتروني	22
المطلب الأول: الرضا في العقد الإلكتروني	23
الفرع الأول: الإيجاب في العقد الإلكتروني	24

الفرع الثاني: القبول في العقد الإلكتروني	34
الفرع الثالث: صحة التراضي في العقد الإلكتروني	42
المطلب الثاني: ركني المحل والسبب في العقد الإلكتروني	48
الفرع الأول: المحل في العقد الإلكتروني	48
الفرع الثاني: السبب في العقد الإلكتروني	51
المبحث الثاني: آثار العقد الإلكتروني	52
المطلب الأول: واجبات المورد الإلكتروني	52
الفرع الأول: الالتزامات الموضوعية للمورد الإلكتروني	52
الفرع الثاني: الالتزامات الإجرائية للمورد الإلكتروني	56
المطلب الثاني: التزامات المستهلك الإلكتروني	59
الفرع الأول: التزام المستهلك بالدفع الإلكتروني	59
الفرع الثاني: التزام المورد الإلكتروني بتسليم المبيع	60
الفصل الثالث: قواعد إثبات العقد الإلكتروني	62
المبحث الأول: مضمون التوقيع الالكتروني وضوابطه	62
المطلب الأول: مفهوم التوقيع الإلكتروني وصوره	63
الفرع الأول: تعريف التوقيع الالكتروني وصوره	63
الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها في التوقيع الإلكتروني	70
المطلب الثاني: حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات	73
الفرع الأول: حجية التوقيع الإلكتروني البسيط في الإثبات	73
الفرع الثاني: حجية التوقيع الإلكتروني الموصوف في الإثبات	74
المبحث الثاني: أسس التصديق الإلكتروني	75

المطلب الأول: مفهوم شهادة التصديق الإلكتروني	75
الفرع الأول: تعرف شهادة التصديق الإلكتروني	76
الفرع الثاني: البيانات الواجب توافرها في شهادة التصديق الإلكتروني	78
المطلب الثاني: جهات التصديق الإلكتروني	79
الفرع الأول: مفهوم جهات التصديق الإلكتروني	80
الفرع الثاني: تنظيم سلطات التصديق الإلكتروني في التشريع الجزائري	85
الفصل الرابع: وسائل الدفع الالكترونية	91
المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكتروني	92
المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية وخصائصها	92
الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الالكترونية	93
الفرع الثاني: خصائص وسائل الدفع الالكترونية	93
المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الالكترونية	95
الفرع الأول: البطاقات الالكترونية	95
الفرع الثاني: البطاقة الذكية	96
الفرع الثالث: الشيكات والتحويلات الالكترونية	96
الفرع الرابع: النقود الالكترونية	97
المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الالكتروني	97
المبحث الثاني: دور وسائل الدفع الالكترونية في تفعيل التجارة الالكترونية	98
المطلب الأول: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية وعوامل نجاحها	98
الفرع الأول: مزايا وسائل الدفع الالكترونية	98

الفرع الثاني: عيوب وسائل الدفع الالكتروني	98
الفرع الثالث: عوامل نجاح وسائل الدفع الالكترونية	100
المطلب الثاني: مدى تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر	101
• خاتمة	103
• قائمة المراجع	105
• فهرس المحتويات	114