



جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية الحقوق والعلوم السياسية



تخصص قانون أعمال

قسم الحقوق

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون

ممارسات التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا

تحت إشراف:

الدكتورة: بومعزة فاطمة

إعداد الطالبتين:

1/ مرعي شيماء

2/ بن طبولة شيماء

تشكيل لجنة المناقشة

الرقم	الأستاذ	الجامعة	الرتبة العلمية	الصفة
01	د/ بروتك الياس	8 ماي 1945 قالمة	أستاذ محاضر - أ-	رئيسا
02	د/ بومعزة فاطمة	8 ماي 1945 قالمة	أستاذ محاضر - أ-	مشرفاً
03	د/ بوحليط يزيد	8 ماي 1945 قالمة	أستاذ محاضر - أ-	عضوا مناقشاً

السنة الجامعية: 2022_2021



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دعاء:

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا باليأس إذا أخفقنا وذكركنا أن
الإخفاق هو التجربة التي تسبق النجاح.
اللهم إذا أعطيتنا نجاحا فلتأخذ تواضعنا، وإذا أعطيتنا تواضعا فلتأخذ اعتزازنا
بكرامتنا وتقبل دعاءنا
اللهم آمين

شكر وتقدير

أشكر الله العلي القدير الذي من علينا بالصبر والتوفيق على اتمام هذه الدراسة
فلولا رضاه عنا وإعانتته لنا بكل خير لما توصلنا إلى جني هذه الثمرة.

يسعدنا أن نتقدم بعظيم الشكر والتقدير إلى الأستاذة الفاضلة " **بومعزة فاطمة** "

على تفضلها بقبول الإشراف على هذا البحث برحاب صدرها، جزاها الله عنا
أفضل الجزاء على توصياتها ونصائحها القيمة.

كما يفوتنا أن نشكر الأستاذة الأفاضل " **منية شوايدية** " و " **نجاح عصام** " الذين

تلقينا منهم العون، أطال الله في عمرها.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساعدنا وأمد لنا يد العون من قريب أو من

بعيد لإنهاء هذا العمل المتواضع ولو بكلمة تشجيع.

إهداء

اللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا، نحمد الله
عزوجل أنه وفقنا إلى انجاز هذا العمل المتواضع.

إلى قرة عيني، إلى من جعلت الجنة تحت قدميها...إلى التي حرمت نفسها وأعطتني ، ومن نبع
حنانها سقتني،...إلى من وهبتنا الحياة، إلى من وجودها أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها، أمي
العزيزة حفظها الله.

إلى من يزيد من انتسابي له وذكره فخرا واعتزازا وإلى من سهر الليالي من أجل تربيتي وتعليمي،
وجعلني أكبر في أركي وأطهر.

إلى المتوقد في عالم الأرواح...أبي رحمه الله وجعل قبره روضة من رياض الجنة.

إلى كنوز الرجال، إلى من قاسموني رحم الوالدة سندي في الحياة بعد الوالدين إخوتي: كرام،
عبد النور، شكيب، حفظهم الله.

إلى توأم روحي وأختي وصديقتي، إلى نصف ابنتامتي ونصف حياتي إلى من يدق القلب فرحا
لشيء إلا لأراها سعيدة أختي، سمية فيارب احميها لي.

إلى جدتي، وإن نسوك يوما فإن لك حفيذة تدعوك دائما يا الله اجمعنا بها في جنتك.
إلى من تقاسمت معي جهود هذه المذكرة وجمعتي القدر بها وكانت رفيقة العلم والمعرفة شيماء
مرعي.

إلى كل الذين يعرفونني...أخص بالذكر كل من زاد حياتي مفرحا ومعش أنبل ووقف بجانبني في
كل خطوة أخطيها.

إلى دفعة قانون أعمال ، وكل طالب علم يأمل أن تنال جهوده كل تقدير وتكريم.

*** شيماء بن طبولة ***

إهداء

الحمد لله الذي أكرمني بفضله وأنار لي في طريقي، الحمد لله الذي وفقني في إنجاز هذا العمل.

اليوم أجني ثمار التعب وأهديها إلى من قال فيها الله عزوجل (وقل لهما قولا كريما).
إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب، وحصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم...أبي الغالي أطال الله في عمره.

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها، إلى فرحة عمري ونور عيني.... أمي حبيبتي أمدك الله طول العمر والصحة والعافية.
إلى من تزهو الحياة وتحلو معهم مرارة الأيام، إلى من شاركوني ظلمة الرحم شقائق الروح...إخوتي وأخي أدام الله شملنا.

إلى أعز الناس على قلبي والذي كان عوننا وسندا لي...زوجي حفظه الله ورعاه.
إلى روح جدتي التي لم تفارقني أبدا...رحمه الله عليها.

إلى رفيقة الدرب وصديقة العمر، إلى من كانت بجانبني في إنجاز مذكرتي "شيماء بن طبولة".
إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي، وإلى كل من ساعدني في إنجاز العمل بجهد أو نصيحة أو بدعوة في ظهر غيب أهدي عملي المتواضع.

*** شيماء مرعي ***

مقدمة

مقدمة:

لا شك أننا نعيش في عصر العولمة والازدهار والتطور التكنولوجي خاصة في مجال التجارة الالكترونية التي أصبحت من بين القطاعات الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي نظرا لأهميتها الكبيرة في تسهيل المعاملات التجارية والحصول على السلع والخدمات بأقصى سرعة ممكنة، حيث أصبحت كل الوحد بالنسبة للمستهلكين لتلبية احتياجاتهم المتعددة، وفي هذا الصدد تراجع دور وسائل التجارة التقليدية كونها تحتاج للكثير من الوقت والجهد وخاصة مع الظروف الاخيرة الصعبة التي عاشتها الجزائر وجميع دول العالم امام وباء كوفيد.

تعتبر جائحة كورونا من أخطر الأوبئة التي مست مختلف القطاعات وهذا ما دفع بوزارة الصحة الجزائرية إلى إعلان تدابير وقائية للحد من انتشاره وحرصت على التجنبد لمواجهة خاصة في غياب لقاح فعال له، وفي هذا الظرف الاستثنائي الخطير برز دور التجارة الالكترونية بشكل واضح، فالحجر الصحي الذي فرضته العديد من الدول أدى إلى الالتزام الأفراد منازلهم واللجوء إلى بدائل مختلفة للحصول على لوازمهم الأساسية، بمعنى تحول سلوك المستهلك من النمط التقليدي إلى النمط الالكتروني، كاستغناء عن الأسواق التقليدية وتعويضها بالأسواق الالكترونية. تتم مختلف ممارسات التجارة الالكترونية في الجزائر وفقا لشروط يحددها القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية لضمان النزاهة والمصادقية وكان الدفع الالكتروني في ظل تلك الظروف الصعبة الحل الأسرع والأفضل للتقيد بالإجراءات الاحترازية والحد من انتقال العدوى وانتشار الفيروس، بالإضافة إلى التسويق الالكتروني والذي يعد من أبرز نشاطات التجارة الالكترونية نظرا لأهميته في الوصول إلى المستهلك وإظهار مختلف السلع والخدمات له عبر شبكة الانترنت وهذا لعملة واحدة باعتباره الجانب التسويقي لها وتجدر الإشارة إلى أن الدفع الالكتروني والتسويق الالكتروني بدائل آمنة لمختلف العمليات التجارية في ظل جائحة كورونا.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

- جدة وحدثة موضوع ممارسات التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا.
- كونها من الدراسات النوعية القليلة التي تناولت مدى تأثير فيروس كورونا على السلوك التسويقي للمستهلك.

- أهمية التجارة الالكترونية التي تعد إحدى سمات الاقتصاد العالمي القائم على المعرفة حيث دعمها المشرع الجزائري من خلال قانون رقم 18-05.
 - تمثل هذه الدراسة مرجع للتعرف على أهم مميزات وفوائد التجارة الالكترونية وكذا الجانب التنظيمي لها في ظل القانون الجزائري بغرض الاستفادة منها في ظل جائحة كورونا لجميع الأطراف.
 - إن النتائج التي سنتوصل إليها من خلال هذه الدراسة ستكون كمرجع يستفيد منه غيرنا.
- أهداف الدراسة:**

تتمثل الأهداف المراد تحقيقها في ما يلي:

- دراسة هذا الموضوع تهدف أساسا إلى إبراز مدى تأثير انتشار وباء كورونا على الاقتصاد الجزائري وتحديدًا في مجال التجارة الالكترونية.
 - تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على جائحة كورونا والتجارة الالكترونية وتطورها في الجزائر.
 - التعرف على المخاطر التي تواجه المستهلكين أثناء العملية التسويقية.
 - وضع بعض المقترحات للاستفادة من الازدهار الحاصل في الإقبال على التعاقد الالكتروني لتطوير التجارة الالكترونية.
 - محاولة إثراء البحوث العلمية وذلك لحدائه الموضوع.
- أسباب اختيار الموضوع:**

إن اختيار موضوع أي بحث أو دراسة تقوم على أساس جملة من الأسباب ولهذا وقع اختيارنا لهذا الموضوع الذي جاء بعنوان " ممارسات التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا" نزول لعدة أسباب نجملها فيما يلي:

- الرغبة والميول الشخصي لدراسة الموضوع.
- إرتباط الموضوع بالواقع وانعكاسه على الحياة الخاصة.
- كونه من المواضيع التي تبناها المشرع الجزائري في الآونة الأخيرة سعيا منه لمواكبة الثورة الرقمية.
- الرغبة من تقديم دراسة لعلها تكون مفيدة وتساهم في إثراء موضوع تولاه المشرع بعناية تشريعية منذ فترة حديثة.
- قلة الدراسات التي اهتمت بهذا الموضوع على وجه الخصوص في الجزائر.

الإشكالية: تراجع دور التجارة التقليدية في الآونة الأخيرة خاصة عند ظهور التجارة الالكترونية وبرزت هذه الأخيرة بشكل كبير عند ظهور وباء كورونا، ولعل أكبر خطوة قام بها المشرع لتنظيم المعاملات الالكترونية هو إصدار للقانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الذي حدد القواعد العامة لها وشروط ممارستها، لضمان نزاهة كل العمليات التجارية، وكانت جائحة فيروس كورونا الأسبق في تفعيل التجارة الالكترونية وتطورها من خلال وسائل الدفع والتسويق الالكتروني ولكن لا تخلو هذه الممارسات من أخطار الفضاء الرقمي سواء بالنسبة للمستهلك أو المورد الالكتروني لذا يلزم القانون السالف الذكر أن يلتزم كل منهما بواجباته اتجاه الآخر، الامر الذي يدفعنا إلى طرح إشكالية الموضوع كآلآتي: ما هو التأثير الذي خلفته جائحة كورونا على ممارسات التجارة الالكترونية من الناحية القانونية والواقعية؟

المنهج المتبع:

لإنجاز هذه الدراسة والوصول إلى الإجابة على اشكالية البحث اعتمدنا في دراساتنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي تتطلبه طبيعة الدراسة وتفرضه أهدافها وموضوعها فاتبعنا المنهج الوصفي وذلك بوصف أبعاد جائحة فيروس كورونا على التجارة الالكترونية والمنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية وفهم أحكامها المتعلقة بالتجارة الالكترونية وعلى سبيل الخصوص القانون 18-05 وكذا المراسيم التنفيذية الصادرة لاتخاذ الإجراءات الوقائية لمكافحة جائحة كورونا.

الدراسات السابقة:

- منية شوايدية وسماح كحل الراس، جائحة كورونا، نحو أزمة اقتصادية عالمية؟ تأثير جائحة كورونا على التجارة الالكترونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، ماي 2021، تم تناول من خلال دراستهم موضوع: فيروس كورونا (كوفيد 19) الذي أحدث العديد من المتغيرات على مختلف الأصعدة السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، حيث أثر بشكل فعال على الاقتصاد العالمي ونجم عنه أزمة اقتصادية عالمية، وفي محاولة التصدي لهذا الوباء فرضت معظم الدول في العالم قيودا من غلق المطارات والموانئ ولذلك منح عمليات الاستيراد والتصدير مما أدى إلى تعطيل التجارة الدولية بصفة عامة والتجارة الالكترونية بصفة خاصة.

- أمير فرج يوسف، التجارة الالكترونية، دار المطبوعات الجامعية جورج عوض، الإسكندرية 2008.

- تناول في دراسته نشأة وتطور التجارة ثم تحدث عن التجارة الالكترونية وإبراز أهم تعاريفها وأشكالها ومن ثم عمل على تبيان المخاطر التي يواجهها طرفي العقد الالكتروني وفي الأخير تطرق لدور التجارة الالكترونية في مجال نقل البضائع والمستندات.

صعوبات الدراسة:

من أبرز الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة هي:

- حداثة موضوع ممارسات التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا حيث واجهتنا بعض المشاكل من بينها نقص المراجع وخاصة نقص الكتب عن التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني في ظل جائحة كورونا ومن الصعوبات أيضا قلة الدراسات موضوع تأثير جائحة كورونا على التجارة الالكترونية وكذلك العائق الأكبر هو ضيق الوقت مما أدى إلى عدم القدرة على دراسة الموضوع بالشكل الكافي.

تقسيم الموضوع:

ولدراسة هذا الموضوع والإجابة عن الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين: الفصل الأول بعنوان التجارة الالكترونية وجائحة كورونا والذي نظم بدوره مبحثين: المبحث الأول الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية، والمبحث الثاني بعنوان ماهية جائحة كورونا. والفصل الثاني تحت عنوان تأثير جائحة كورونا على ممارسات التجارة الالكترونية والذي يضم أيضا مبحثين: المبحث الأول بعنوان تأثير جائحة كورونا على شروط ممارسات التجارة الالكترونية وعلى أطرافها، والمبحث الثاني تحت عنوان تأثير جائحة كورونا على الدفع والتسويق الالكتروني.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للتجارة

الإلكترونية وجائحة كورونا

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية وجائحة كورونا

ساهم التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى استحداث أساليب جديدة لمواكبة عجلة التطور من اجل القيام بجميع المعاملات التجارية والتي أصبحت تتم في بيئة الكترونية عبر الانترنت وظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية.

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير المعاصرة، التي اخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية، وسهلت جميع الأنشطة التجارية التي تقم عن طريق الانترنت من خلال أنظمة الكترونية حديثة كالنشرات الالكترونية والبريد الالكتروني مثلا.

إن انتشار فيروس كورونا كوفيد 19 احدث العديد من المتغيرات على مختلف الأصعدة السياسية الاجتماعية والاقتصادية، حيث اثر بشكل فعال على التجارة الدولية بصفة عامة والتجارة الالكترونية بصفة خاصة بسبب الإغلاق وتدابير الحجر الصحي التي اتخذتها الدول عقب إعلان منظمة الصحة العالمية أن فيروس كورونا المستجد يعتبر وباءا عالميا، وبالتالي كان لابد من تطوير تقنية التجارة الالكترونية والانتعاف بها للنهوض بالركود الاقتصادي الذي تشهده الجزائر في هذا الظرف الاستثنائي والقيام بكل الممارسات التجارية الإلكترونية دون أي مشاكل أو عراقيل.

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية احد الأساليب التي أفرزتها التطورات الاقتصادية والاجتماعية لممارسة النشاط التجاري، ولها أهمية كبيرة في جميع أنحاء العالم جعلت منها ضرورة حتمية فرضت وجودها على جميع الدول.

إن ظهور شبكة الانترنت وانتشار استعمالها في كل القطاعات أدت إلى ارتفاع حجم التجارة الإلكترونية على الشبكة وتحقيق وجودها الفعلي، باعتبارها شكل متطور للتجارة على عكس التجارة التقليدية التي كانت تسيطر على مجمل الأنشطة الاقتصادية إلى غاية بداية الستينات وبروز الثورة التكنولوجية وما رافقها من التطور التكنولوجي.

ولدراسة أكثر تفصيل للتجارة الإلكترونية، لابد من توضيح الإطار المفاهيمي لها من نشأة وتطور وخصائص.

المطلب الأول: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية

شهدت التجارة الإلكترونية منذ ظهورها تطورات عديدة تتماشى والظروف السائدة نظرا لوجود التقنيات الحديثة، كالاتحاد على الحواسيب الآلية في مختلف أمور الحياة ويقصد بها كل المعاملات والممارسات التجارية التي تتم عن طريق الانترنت توفيراً للوقت والجهد، وتلبية حاجيات الأفراد بشكل خاص.

ومع هذا التطور الملحوظ تراجعت من جهة أخرى مكانة التجارة التقليدية لتحل محلها التجارة الإلكترونية باعتبارها الأكثر اتساعاً وانتشاراً في أداء الأعمال، إذ أنها تتعدى الحدود الزمانية والمكانية التي تعيق حركات التعاملات التجارية.

من خلال ما سبق سنتطرق إلى نشأة التجارة الإلكترونية وظهورها ثم تطورها الذي شهده العالم بأسره.

الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية

ظهر مفهوم التجارة الإلكترونية منذ منتصف التسعينات من القرن الماضي عندما بدأت المنظمات باستخدام الانترنت وشبكات الحاسوب الأخرى للقيام بأعمالها وإدارة علاقاتها مع شركائها كالموردين والزبائن والموظفين والمنافسين وغيرهم والتجارة الإلكترونية لم تكن معروفة بالصورة الحالية فهي تتطور وتواكب التكنولوجيا المتاحة، وقد ساد الإجماع بين الكتاب على وجود ثلاث مراحل تاريخية لظهور مفهوم التجارة الإلكترونية.

المرحلة الأولى: كانت في بداية التسعينات من القرن الماضي من خلال تحويل الأرصدة إلكترونيا من منظمة إلى أخرى، واعتبر هذا أولى تطبيقات التجارة الإلكترونية، لكن هذا التطبيق لم يقتصر إلا على الشركات الضخمة بسبب تكلفته الباهظة¹.

أما المرحلة الثانية: والتي تطورت فيها تطبيقات التجارة الإلكترونية وعرفت نمطا جديدا يعرف بالتبادل الإلكتروني للوثائق والبيانات باستخدام الشبكات الخاصة، وهذا النظام يعتمد على برنامج خاص يقوم بتحويل نمط البيانات التي يتم إدخالها من قبل الأطراف المشتركة فيه، أي بين الشركات الرئيسية والموردين، هذا التبادل الإلكتروني للبيانات أدى إلى توسيع نطاق المعاملات والإجراءات وإخراجها من إطارها المالي إلى إدارة علاقات أوسع كإرسال القسائم والاستمارات الإلكترونية، المشاركة في قواعد البيانات الموزعة وإرسال البريد الإلكتروني ووثائق الفاكس، كما أدت إلى زيادة شركات المساهمة في هذه التطبيقات من المؤسسات المالية إلى مصانع وبائعي التجزئة والمؤسسات الخدمية².

حيث نجحت مجموعة من الشركات الإنجليزية بعد ذلك، بإنشاء أول شبكة الكترونية لخدمات نقل و تبادل الوثائق وسميت trade net ثم قامت بإنشاء القيمة المضافة vans التي كان لها دور كبير على مستوى الشركات التجارية .

وتتمثل المرحلة الثالثة: في تطور تطبيقات التجارة الإلكترونية من خلال التبادل الإلكتروني للوثائق، وانجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الانترنت³ .

وهذه تعتبر المرحلة الراهنة من التعامل في التجارة الإلكترونية والبدائية في استخدام نظام التبادل الإلكتروني للوثائق ، وفي هذه المرحلة يتم تحقيق مزايا كبيرة للشركات الاقتصادية بمختلف أنواعها كتخفيض التكلفة في انجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير، كما ساعد التبادل عبر الانترنت على فتح المجال لجميع الأسواق العالمية كانت أو المحلية⁴.

¹ - محمد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 15.

² - المرجع نفسه، ص 16.

³ - قرفي سامية و فاضل فهيم، التجارة الإلكترونية في ظل القانون 18-05، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2018-2019، ص 17.

⁴ - عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 37،38

مما سبق نستنتج أن هناك الكثير من المؤشرات التي تبشر بمستقبل مشرق للتجارة الإلكترونية التي أصبحت حقيقة قائمة وأن أفاقها ومكانتها لا تقف عند حدود معنية كما جعلت العالم اليوم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحد تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج السلع والبضائع بكل سهولة، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذي أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم في وقت قصير، دون جهد أو الحاجة لمغادرة منازلهم.

الفرع الثاني: تطور التجارة الإلكترونية

عرفت التجارة الإلكترونية تطورا كبيرا خاصة في الحقبة الأخيرة وتعني ببساطة وسيلة وأسلوب من أساليب التجارة الذي يعتمد على استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة (الانترنت) والتي تسهل التراسل بين أطراف العملية التجارية دون الحاجة الى التنقل¹.

سبق القول بأن التجارة الإلكترونية بدأت تطبيقاتها في مطلع السبعينات مع ظهور ابتكارات جديدة مثل تحويل الودائع الإلكترونية، ومع ذلك كانت التطبيقات حكرا على الشركات الكبرى والمؤسسات المالية وبعض الشركات الصغيرة، ثم جاء بعدها التبادل الإلكتروني للمعطيات والذي وسع رقعة الشركات المساهمة فيه.

في بداية القرن التاسع عشر، بدأ استخدام الشيكات والحوالات البريدية المصرفية، ولم تكن هناك بطاقات الإئتمان حتى العقد الخامس من القرن العشرين وفي سنة 1995 ظهرت بطاقات ائتمان الشبكة العنكبوتية العالمية، وكان ذلك بداية التغيير والتطور في مجال التجارة الإلكترونية، حيث أن هذه الأخيرة تغير مفهومها مع مرور الوقت وخاصة في منتصف التسعينات من القرن العشرين الذي يعتبر تاريخ ميلاد مفهوم التجارة الإلكترونية، من خلال توجه كل الأعمال إلى شبكات الانترنت، وظهرت العديد من الأنشطة التجارية الحديثة بشكل فعلي سنة 1996م، وبعد أن تم تطوير الشبكات والبرمجيات ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية زادت تطبيقاتها ونمت سريعا².

¹ عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الجامعية، الإسكندرية، 2014، ص18.

² سلمان حسين، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والتحديات في ظل تداعيات جائحة كورونا، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 1، المجلد 21، جامعة زياني عاشور، الجلفة، الجزائر، جوان 2021، ص342.

لكن تجدر الإشارة أيضا أن تطور التجارة الإلكترونية مرتبط بما توفره الدولة للمؤسسات، سواء تلك التابعة للقطاع العام أو القطاع الخاص، وبما توفره أيضا من بنى تحتية تخص الاتصالات والقوانين واللوائح المنظمة للتجارة الإلكترونية التي تحمي بصفة خاصة المستهلك والمورد الإلكتروني¹. لم تعد التجارة الإلكترونية تقتصر على السلع المتطورة المصدرة والواردة فقط بل امتد نطاق تطبيقها ليشمل الخدمات المصرفية وحركة رؤوس الأموال وخدمات السياحة والنقل وغيرها، باعتبارها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية². وعقب تطور التجارة الإلكترونية نتجت عنها ما يسمى بتجارة الويب، أي شراء المنتجات والخدمات عبر الأنترنت، ويكون التعامل بواسطته عن طريق خادم شبكات امن يستخدم بروتوكول يضمن أمان الاتصالات و يتم الشراء بوضع المشتريات في عربة شراء الكترونية ثم الدفع الكترونيا باستخدام بطاقة الائتمان. وعند حلول سنة 2005، أصبحت التجارة الإلكترونية تجارة ثابتة القواعد في جميع أنحاء العالم نظرا لأهميتها الكبيرة³.

ومما سبق وعلى ضوء ما تم ذكره من تطورات في التجارة الإلكترونية، من المتوقع أن تؤدي إلى مجموعة من النتائج المهمة والتي يمكن تحديد أهمها كالآتي:

أولاً: استفادة الشركات الصغيرة والمتوسطة من التجارة الإلكترونية

ويقصد بذلك أن عند دخولها بأي طريقة أو أخرى واتصالها بالانترنت تستطيع هذه الشركات النفاذ إلى أسواق جديدة، بحيث أن التجار يمكنهم تسويق منتجاتهم الإلكترونية بأقل تكلفة، وتسليمها الى المستهلكين من دون وسطاء.

ثانياً: استفادة المستهلكون من التجارة الإلكترونية

يتمتع المستهلكون بفوائد كبيرة ومماثلة لما تحصل عليه الشركات تقريبا فلم الحرية في التبضع دون قيود خاصة القيود الجغرافية، أي شراء السلع من مختلف أنحاء العالم عبر الانترنت.

¹ بوراس بودالية، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة بلحاج شعيب، عين تيموشنت، الجزائر، مارس 2021، ص 28.

² فضيلة بوطورة ونوفل سمايلي، التجارة الإلكترونية بين ضرورة وفعالية آلية حماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 01، المجلد 9، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، الجزائر، جويلية، 2019، ص 342.

³ سلمان حسين، مرجع سابق، ص 343.

ثالثا: تأثير التجارة الإلكترونية على القدرة التنافسية

فعلى المستوى الوطني أثرت التجارة الإلكترونية بشكل كبير القدرة الشرائية وحركة المشاريع وسلوك المستهلك بخلق أسواق جديد، وبالتالي توسيع نطاق أعمالها ورفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفاعلية في العمل.

رابعا: انخفاض تكلفة الإجراءات والمعاملات التجارية

ويقصد بذلك التقليل من تكاليف الإنتاج، والتوزيع، والتسويق، مقارنة مع التجارة التقليدية، وفي ضوء طبيعة التجارة الإلكترونية، وهذا يؤدي إلى تشجيع المنتجين للدخول في مسالك جديدة في الإنتاج وغيره.

خامسا: تطور وسائل الدفع الإلكتروني

ساهمت التجارة الإلكترونية وبشكل كبير في تنامي وسائل الدفع الإلكترونية وخاصة النقود الإلكترونية لتتناسب مقتضياتها، وفي هذا المجال فقد جرى تطوير استخدام الشيكات الورقية إلى نظام الشيكات الإلكترونية وهذا ما يحقق السرعة في أداء الأعمال، وإعطاء صورة عصرية وحديثة للتجارة¹. ونستنتج أن التجارة الإلكترونية أصبحت جزءا مهما من حياتنا اليومية والعملية، على اختلاف درجة اهتمام كل فرد أو شركة أو مجتمع فيها، فلا يمكن لأحد ان ينكر تأثيرها الكبير في بلورة الشكل الشرائي والإنتاجي في السوق المحلي والعالمي، والطرق المعتمدة في إتمام عمليات الشراء والبيع والدفع والاستلام والتسليم لأي من المنتجات والخدمات².

المطلب الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية

إن التطور الهائل الذي حققته التجارة الإلكترونية في الآونة الأخيرة اثر بشكل كبير على التجارة الإلكترونية، فظهرت العديد من المفاهيم الفقهية والقانونية، مما أدى إلى ضرورة التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.

وعليه سنتناول في المطلب الثاني مفهوم التجارة الإلكترونية الذي يتكون من أربعة فروع، حيث تناولنا في الفرع الأول منه تعريف القانوني للتجارة الإلكترونية، وفي الفرع الثاني التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية، أما في الفرع الثالث وضعنا الخصائص التي تتميز بها التجارة الإلكترونية وفي آخر فرع التمييز بين التجارة الإلكترونية عن المفاهيم المشابهة لها.

¹ - عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص ص 39، 40.

² - سلمان حسين، مرجع سابق، 344.

الفرع الأول: التعريف القانوني

سنتناول بين طيات هذا المطلب مفهوم التجارة الإلكترونية كما يلي:

عرف المشرع التونسي بموجب قانون التجارة الإلكترونية الصادر بتاريخ 9 أغسطس 2000 التجارة الإلكترونية بأنها: "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات التجارية" كما قام بتعريف المبادلات التجارية بأنها: "المبادلات التي تتم بأعمال الوثائق الإلكترونية"¹.

كما تم تعريف في المادة الأولى من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري بأنها: "كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية".

وعرفها المشرع الفرنسي من خلال القانون رقم 575-2004 المؤرخ في 21 جوان 2004 المتعلق بالثقة في الاقتصاد الرقمي بأنها: "ذلك النشاط الاقتصادي الذي من خلاله يقوم الفرد بعرض ضمانته بتقديم السلعة أو الخدمة عن بعد وبوسيلة إلكترونية"².

وحسب تعريف المشرع الجزائري من خلال القانون الجزائري رقم 18-05 في نص المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية: "تعبّر عن نشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع خدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية"³.

لقد حظي تعريف التجارة الإلكترونية اهتمام العديد من المنظمات الدولية منها :

أولاً: لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي: "التجارة الإلكترونية هي النقل الإلكتروني بين جهاز الكمبيوتر للبيانات التجارية باستخدام نظام متفق عليه الإعداد المعلومات"⁴.

ثانياً: المنظمة العالمية للتجارة OMC: تعرف التجارة الإلكترونية على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع و ترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات"⁵.

¹ - منية شوايدية و سماح كحل الرأس، جائحة كورونا نحو أزمة اقتصادية عالمية؟، تأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة الجزائر، ماي 2021، ص 3.

² - المرجع نفسه، ص 3.

³ - القانون رقم 18-05، المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018.

⁴ - صوراية بورديج، التجارة الإلكترونية وتأثير جائحة كورونا، (دراسة ميدانية على مستوى ولاية جيجل)، مجلة المهل الاقتصادي، العدد 01، المجلد 01، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، جوان 2021، ص 361.

⁵ - بوراس بودالية، مرجع سابق، ص 23.

ثالثاً: المنظمة العالمية للتجارة للتنمية الاقتصادية OCDE: عرفت بها بأنها: "تشمل جميع أشكال المعاملات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد التي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عمليات تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونياً ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية"¹.

وبناء على التعاريف السابقة يمكن القول أن التجارة الإلكترونية هي جميع المبادلات والمعاملات التي تستخدم كوسيط لنقل وتبادل المعلومات بين الأطراف والمنظمات باستخدام شبكة الانترنت والتقنيات التكنولوجية حيث تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما"
الفرع الثاني: التعريف الفقهي

رغم تعدد تعريفات التجارة الإلكترونية في الأدبيات المعاصرة إلا أنه لا يوجد تعريف واضح وصريح أو معترف به دولياً لكن يمكن القول بأن معظم التعاريف تتفق على التجارة الإلكترونية مصطلح يمكن تقسيمه إلى قسمين:

التجارة: هي نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الأفراد والمؤسسات والحكومات عن طريق استخدام وسائل وأساليب الكترونية وفقاً لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها².
إلكترونية: تبادل المعلومات والبيانات عبر شبكة الانترنت و الأنظمة التقنية الشبيهة سواء كانت هذه البيانات مطلوبة لإبرام صفقات البيع والشراء للسلع والخدمات المعرضة أو كانت هذه المعلومات أو البيانات مطلوبة لذاتها يتم الحصول عليها بمقابل³.

كما عرفها جانب من الفقه بقوله أنها: "تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية من السلع والخدمات التي تتم بين مشروع تجاري وآخر أو بين مشروع تجاري ومستهلك وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات"⁴.

¹ - سلمان حسين، مرجع سابق، ص 3 .

² - عبد المطلب عبد الحميد، أمير فرح يوسف، التجارة الإلكترونية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 14.

³ - عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 18.

⁴ - منية شواييدية و سماح كحل الرأس، مرجع سابق، ص ص 2،3.

ويعرفها احد الفقهاء: " التجارة التي تفتح المجال لأجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت وتعتبر التجارة الدولية أداة لتلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة"¹.

ويعرفها الأستاذ يونس عرب بأنها: "تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة ويمتد هذا المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى نوعين من الأنشطة:

الأول: خدمات ربط أو دخول الانترنت بما يتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني².

والثاني: إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات.

من خلال هذه التعاريف السابقة يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بشكل عام بأنها: " شكل من أشكال التبادل التجاري أو الإداري أو تبادل المعلومات والتسليم والتزويد التقني للخدمات التي تكون بين طرفين أو عدة أطراف باستخدام الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات التجارية بشتى اشكالها في الاعمال المختلفة مع التركيز على استخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية في الأنشطة التجارية بين الشركات والأفراد"³.

الفرع الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية

بناء على ما سبق تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نوجزها في النقاط التالية:

أولاً: اعتمادها على الرسائل الإلكترونية

عدم اعتماد أطراف العقد على الوثائق الورقية في إجراء وتنفيذ العمليات التجارية،⁴ اذ يقوم كلا الطرفين بالرد والإرسال من خلال شبكة الانترنت وبالتالي لا توجد علاقة مباشرة بين طرفي العملية

¹ - حربي سميرة و عقيلة يوبي، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وعراقيل استخدامها، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 02، المجلد 05، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، جويلية، 2021، ص3.

² - نعيمة يحيوي و مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وأثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد6، المجلد4، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والإدارية، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، الجزائر، جوان 2017، ص 182.

³ - قرفي سميرة و فاضل فيهمة، مرجع سابق، ص 16.

⁴ - حاييف سي حاييف شيراز و خان أحلام ، التجارة الإلكترونية بين دوافع ومخاوف التعامل ، مجلة استراتيجيات التحقيقات التجارية والمالية، العدد 01، المجلد 03، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2011، ص 55.

التجارية، أثناء المفاوضات على إبرام العقد، حيث يتطابق الإيجاب مع القبول وتلتقي الإرادتين فينقصد العقد الإلكتروني¹ وتصبح الرسالة الإلكترونية المرسله بين الطرفين هي السند القانوني في حالة نشوء أي نزاع بينهما².

ثانيا: الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية

إن تنفيذ الأنشطة والمعاملات التجارية تتميز بصفة عالمية، حيث ألغت كل الحدود والقيود التي كانت موجودة داخل الأسواق التجارية وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمستهلك وبالتالي فأى عملية تجارية يقوم بها أطرافها كتقديم السلع والخدمات لا تعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها أي تتم عبر الانترنت ومن هنا يمكن القول إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهدا جماعيا لتنظيمها لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب أن لا تقيد بها أي قيود³.

ثالثا: تطوير الأداء التجاري والخدمي للشركات

تمكن التجارة الإلكترونية للشركات من تسير وتنظيم عملياتها المالية والإنتاجية والإدارية بمرونة وكفاءة أعلى، كما لها القدرة من إقامة علاقة مباشرة و وثيقة بين الشركات وعملائها ومورديها⁴، حيث أنها تأثر بشكل مباشر على أنظمة الحاسبات بالشركة عندما تستعمل ما يسمى بنظم التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق وهذا ما يحقق انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في النشاط التجاري بكفاءة وفعالية⁵.

رابعا: آلية تواصل

تعد التجارة الإلكترونية وسيلة اتصال ذات فعالية عالية جد ذات اتجاهين بين العميل والتاجر فقد أحدثت ثورة هائلة في عالم المعرفة والثقافة وانتشار المعلومات والتواصل إذ سهلت طرق الاتصال بشكل

¹ - أمير فرج يوسف، مرجع سابق، ص 44.

² - حاييف سي حاييف شيراز و خان أحلام، مرجع سابق، ص 55.

³ - بوجاني عبد الحكيم و ريم هند، التجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات القانونية والاقتصادية ، العدد 03، كلية

الحقوق، جامعة بوشعيب بلحاج، عين تموشنت، الجزائر، ديسمبر 2021، ص ص 172،173.

⁴ - عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 35.

⁵ - حاييف سي حاييف شيراز و خان أحلام ، مرجع سابق، ص 55.

لا يصدق حيث قللت من التواصل الفعلي بين الناس الذين أصبحوا يتبادلون البيع والشراء دون أن يكونوا مضطرين للذهاب إلى السوق¹.

خامسا: تلبية خيارات الزبون بسرعة وبسهولة

منحت التجارة الإلكترونية العديد من الخيارات والفرص خلال فترات زمنية وجيزة، إذ لا تتطلب التنقل إلى مراكز الشراء الذي قد يستغرق وقتا طويلا ويحمل كلفة أكبر، حيث سرعت الحصول على البيانات والمعلومات بشأن المنتج المراد استهلاكه وحسنت الخدمات للزبائن من حيث نوعيتها وجودتها، وهذا بذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى الزبائن لا تتحده وسائل التجارة التقليدية الأخرى².

سادسا: الإستهداف الشخصي

من المنطلق أن التجارة الإلكترونية تمكن المسوق للمنتج من استهداف فئة معينة من الأفراد من خلال تعديل الإعلانات عبر الشبكة، وذلك بتحديد معلومات الفرد المرغوب اطلاعه على المنتج كتحديد العمر، الجنس، طبيعة عمله، وأي أمور أخرى يراها المسوق ضرورية³.

الفرع الرابع: تمييز التجارة الإلكترونية عن المفاهيم المشابهة لها

سنتطرق في هذا الفرع إلى تمييز التجارة الإلكترونية عن المفاهيم المشابهة لها :

أولا: التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

تتميز التجارة الإلكترونية بعدة مميزات التي تجعلها تختلف عن التجارة التقليدية مما جعلنا نتطرق إلى التمييز بينهما في عدة نقاط نذكرها كالاتي:

1- مفهوم التجارة التقليدية

تعرف التجارة التقليدية على أنها: " تبادل السلع والمصالح بين طرفين وجها لوجه وهي أقدم أنواع شراء وبيع المنتجات، فبمجرد الذهاب إلى السوق أو محل البيع واختيار سلعة ثم دفع ثمنها يعني تجارة تقليدية"⁴.

¹ - نعيمة يحيوي و مريم يوسف، مرجع سابق، ص55.

² - صورية بورديج، مرجع سابق، ص362.

³ - نعيمة يحيوي و مريم يوسف، مرجع سابق، ص 184.

⁴ - قرفي سميرة و فاضل فهيمة، مرجع سابق، ص17.

حيث تعتمد عمليات البيع فيها بشكل كبير على نوع العلاقة بين البائع والمشتري وعلى إمكانية البائع في فرض الرغبة والقيمة أو الحاجة إلى المنتجات من قبل المشتري، فإذا كانت تجربة الشراء فعالة وحسنة سيتحقق التفاعل البشري المباشر بين الطرفين¹.

ومن أهم مميزات التجارة التقليدية نذكر ما يلي:

- **يدوية:** تعتمد على تبادل المنتجات والخدمات من خلال تفاعلات شخصية، كما أنها تقتصر على ساعات العمل وتتم في أغلب الأحيان في النهار، عكس التجارة الإلكترونية تبقى المتاجر الإلكترونية مفتوحة على مدار 24 ساعة².

- **التفاعل المادي:** حيث تتيح التجارة التقليدية للزبائن القدرة على فحص منتجاتهم من حيث نوعيتها وجودتها.

- **الموقع الجغرافي:** تركز التجارة التقليدية على مكان محدد ومعين محلا كان أو سوقا...

- **منصة التفاعل:** في التجارة التقليدية لا وجود لمنصات التفاعل.

- **التسويق:** توجد طريقة واحدة وهي عرض السلعة على الزبائن وانتظار الشراء.

- **طرق الدفع:** يكون الدفع عند الاقتضاء للمنتجات نقدا أو عبر بطاقات الائتمان .

- **خدمة التوصيل:** تأخذ القليل من الوقت من أجل توصيل المنتجات للمستهلكين، أما التجارة الإلكترونية تكون فورية ولا تأخذ الكثير من الوقت وبدون تكلفة.

مميزات التجارة الإلكترونية

- تحسين الخدمات من حيث نوعيتها وكذا سرعتها.

- التعريف بالمنتجات ليس فقط على المستوى الوطني، بل على المستوى الدولي أيضا.

- عدم القدرة التنافسية للمؤسسات من خلال التعريف بمنتجاتها³.

- تحقق أرباح ضخمة يقابلها انخفاض في التكاليف.

- الدفع يكون غالبا الكترونيا عبر بطاقات الائتمان والشبكات الإلكترونية والتحويل البنكي.

- توفير معلومات يومية عن الزبائن وتمكن الشركات من التنظيم والتسيير الأفضل لعمليات الشراء

والبيع، الزوريد، النقل، التأمين.

¹ - عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص 24.

² - قرفي سميرة و فاضل فهيمة، مرجع سابق، ص 18.

³ - صورية بورديج، مرجع سابق، ص 362.

يتم تنفيذ جميع الأنشطة التجارية عن طريق شبكة الأنترنت الإلكترونية، أي أنها لا تعتمد على أسلوب تقليدي في الوصول إلى الزبائن في كافة أنحاء العالم¹.

من خلال ما سبق يمكن القول أن التجارة الإلكترونية لا تختلف عن التجارة التقليدية بشكل واسع فتقريبا كل العمليات متشابهين فيها إلا في عملية التنفيذ والوسيلة التي تتم عبرها التعامل التجاري وليس في طبيعة المعاملة في حد ذاتها.

ثانيا: التمييز بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني

عرف مفهوم التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية بصفة عامة اهتماما كبيرا من طرف القانونيين والباحثين حيث يخط في كثير الأحيان بين مصطلح التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، وقد نظم المشرع الجزائري أحكامها في القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث قام بتعريفها في المادة 06 منه بأنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الكترونيا عن طريق الاتصالات الإلكترونية"².

كما عرف التسويق الإلكتروني بأنه: "تعامل تجاري قائم على تفاعل أطراف التبادل الكتروني بدل من الاتصال المادي المباشر"³.

ويمكن تعريفه أيضا: "هو إدارة التفاعل بين المؤسسة والعميل في فضاء البيئة الإلكترونية من أجل تحقيق المنافع المشتركة والبيئة الافتراضية للتسويق الإلكتروني تعتمد بصورة أساسية على تكنولوجيا الأنترنت وعملية التسويق الإلكتروني لا تركز فقط على عمليات بيع المنتجات إلى العميل بل تركز أيضا على إدارة علاقات بين المؤسسات من جانب والعميل وعناصر البيئة الداخلية والخارجية من جانب آخر"⁴.

¹ - قرفي سميرة و فاضل فهيمة، مرجع سابق، ص 19.

² - القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سبق ذكره.

³ - شوايدية منية و كحل الرأس سماح، تداعيات فيروس كورونا على التسويق الإلكتروني، ص 211.

⁴ - فارلو محمد الأمين و رابحي بوعبد الله، دور التسويق الإلكتروني في تحقيق ولاء الزبون - حالة مؤسسة بريد الجزائر بولاية تيارت -، مجلة الشعاع للدراسات الاقتصادية، العدد 2، المجلد 5، معهد الدراسات الاقتصادية والتجارية وعلوم الإدارة، مركز الونشريست الجامعي، الجزائر، ديسمبر 2021، ص ص 167، 168.

ويعرف أيضا: "استخدام تكنولوجيا المعلومات للربط الفاعل بين الوظائف التي يوفرها البائعون والمشترون"¹.

من خلال ما سبق يستنتج بأن التسويق الإلكتروني ممارسة الأنشطة التسويقية باستخدام وسائل إلكترونية لتمكين عمليات التبادل بين الطرفين بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات التي تتطلب النقل بصورة رقمية أو مادية من مكان إلى آخر، وبالتالي فهو يعتمد على الأدوات والوسائل التي أتاحتها تكنولوجيا المعلومات عموما والانترنت خصوصا.

من خلال التعريف السابقة سنذكر أوجه الاختلاف بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني: **من حيث التعريف:** يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية أوسع وأشمل من مصطلح التسويق الإلكتروني، فهو جزء من التجارة الإلكترونية يتم من خلاله تسويق للأسواق الإلكترونية وتحويل السوق الافتراضي إلى واقع.

من حيث المعاملات: تتم المعاملات التجارية في التسويق الإلكتروني عن طريق ترويج و بيع المنتجات عبر الأنترنت والبريد الإلكتروني، ومحركات البحث، بينما تتعامل التجارة الإلكترونية مع معاملات تجارية أشمل واسع تتضمن وسائل إلكترونية وأدوات مختلفة مثل أجهزة الفاكس، والصراف الآلي وتتم عمليات الدفع المستحدثة مثل البطاقات البنكية الائتمانية وغير الائتمانية والدفع عبر التحويلات المالية والإلكترونية.

ومن أهم مميزات التسويق الإلكتروني:

- تقديم السلع والخدمات وفقا لحاجات المستفيدين فالطاقات الإتصالية التفاعلية للتسويق الإلكتروني قد حققت قفزة نوعية في أساليب الرضا وإشباع رغبات العملاء الخاصة.
- تخفيض التكاليف واستخدام التسخير المرن، وذلك من خلال آليات التسويق الإلكتروني، حيث تتوفر تقنيات تمكن المستفيدين من البحث والعثور على أفضل الأسعار المتوافرة
- يعمل التسويق الإلكتروني على وصول المنتجات والخدمات بسرعة كبيرة.
- يمكن من زيادة نسبة المبيعات و تحقيق الهدف المبيعي المسوق .

¹ بن البار موسى، تبني التسويق الإلكتروني من خلال المواقع الإلكترونية في المؤسسات الاقتصادية -دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية-، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم لتجارية، العدد 2، المجلد 12، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والإدارية، جامعة المسيلة، الجزائر، ديسمبر 2019، ص 293.

- للتسويق الإلكتروني القدرة على المخاطبة فهذه الغاية مرتبطة بإمكانية تقديم زوار مواقع الانترنت كمختلف المعلومات عن المنتجات التي يحتاجونها ويرغبون بها قبل قيامهم بعملية الشراء¹.

ثالثا: التمييز بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية

يشيع استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية لمصطلح الأعمال الإلكترونية غير أن هذا الخطأ شائع لا يراعي الفرق بينهما.

فالأعمال الإلكترونية أوسع نطاق واشمل من التجارة الإلكترونية²، حيث تشمل جميع أنواع الأنشطة الإلكترونية الداخلية والخارجية بما فيها الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية و الخدماتية، و لا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد بالزبون، اذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وزبائنها بما في ذلك التعاون والتنسيق مع شركاء الأعمال وكذلك وتمتد إلى أنماط أداء العمل والرقابة عليه³.

كما يندرج تحت مفهوم الأعمال الإلكترونية المصنع الإلكتروني، البنك الإلكتروني، شركة التأمين الإلكتروني، الحكومة الإلكترونية، التعليم الإلكتروني، أية منظمة تعتمد على شبكة الانترنت لإدارة أعمالها وأداء موظفيها والربط فيما بينهم، بينما التجارة الإلكترونية هي نشاط تجاري يرتبط بتعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة والحصول عليه بآليات تكنولوجية ضمن بيئة تكنولوجية، ومن ثم فان تعريف التجارة الإلكترونية لا يعبر على التطبيقات الحقيقية باستخدام شبكات الحاسوب في مختلف نشاطات المنظمات كما هي على أرض الواقع⁴.

من خلال ما سبق يمكننا القول إن الأ+6 عمال التجارية تشير إلى ما هو أبعد من التجارة الإلكترونية، فهي ليس فقط شراء وبيع السلع والخدمات بل تقديم الخدمات والقيام بالأعمال و المعاملات الداخلية الكترونيا اذ نستطيع القول بأن الأعمال الإلكترونية هي التجارة الإلكترونية .

المبحث الثاني: ماهية جائحة كورونا

إن ظهور الأوبئة على مستوى العالم ليس بجديد وكل فترة زمنية معينة إلا وظهر وباء معين، أثر على عدة مستويات، كما أحدث تغيرات جوهرية في عدة نظم اقتصادية ، اجتماعية ، سياسية، صحية، حيث يحدث ثورة كبيرة في عدة مفاهيم علمية وتقنية، وهذه الأوبئة قد تصيب الحيوان أولا، ثم تنتقل إلى

¹ - فارلو محمد الأمين و رابحي بوعد الله، مرجع سابق، ص 168

² - قرفي سميرة و فاضل فهيمة، مرجع سابق، ص 20.

³ - المرجع نفسه، ص 20.

⁴ - المرجع نفسه، ص ص 26، 27.

الإنسان بحكم تعايشه مع البيئة والحيوان، ومن بين الأوبئة التي تسببت في قتل الكثير نخص بالذكر أنفلونزا الخنازير سنة 2009-2010 وأصيب حوالي 60 مليون شخص في الولايات المتحدة الأمريكية وبلغ عدد الوفيات حوالي 575 ألف شخص، الكوليرا الذي ظهر سنة 1817-1823 في الهند، وأخيرا ظهر وباء أطلق عليه تسمية وباء كورونا أو الكوفيد 19 الذي ظهر في ديسمبر 2019 وعرف انتشارا واسعا في جميع أنحاء العالم وكانت أوهان الصينية البؤرة الأولى للوباء وبالضبط في سوق المأكولات البحرية¹.

المطلب الأول: مفهوم جائحة كورونا

عرف العالم وضعاً استثنائياً و مرحلة صعبة ليس لخطورة الجائحة على الصحة فقط، بل لما تتركه من آثار على الجانب الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، نظرا لكون هذا الفيروس سريع الانتشار وشديد العدوى، بحيث لا تكاد أن تخلو منطقة منه، وكان يتغير شكله وتأثيره على الإنسان من حين لآخر فكل مرحلة معينة منه، عرفت أعراض مختلفة وأمام هذا الانتشار الواسع للفيروس سعت منظمة الصحة العالمية للحد من انتقاله وأعلنت الكثير من التدابير الوقائية منه والسيطرة على الوضع كالتباعد الاجتماعي والحجر الكلي أو الجزئي وفي هذا المطلب سنبرز أهم المفاهيم المتعلقة بالجائحة وتدابير الوقاية منها:

الفرع الأول: تعريف جائحة كورونا

يعيش العالم في الآونة الأخيرة انتشارا جائحة كورونا أو ما يسمى كوفيد 19 الذي ظهر في أواخر سنة 2019 وقد ظل مند ظهوره مصنفا على أنه وباء إلى أن أعلنت منظمة الصحة العالمية بتاريخ 11 مارس 2020 عن تحوله إلى جائحة تهدد مصير العالم بأكمله². فالجائحة لفظ كبير غير متداول ولا يعرفه الناس قبل تفشي وباء كورونا، وذلك أن المجتمع لم يشهد وباء في العقود السابقة من حياتهم أو خلال حياة الأجيال المعاصرة، لكنها أصبحت أكثر تداول لإرتباطها بالوباء المستجد كورونا، ومصطلح الجائحة في الأصل هو أحد تقييمات منظمة الصحة العالمية لأنفلونزا، اذا تصنف الأنفلونزا إلى ستة

¹ زكرياء وهبي، متلازمة الأوبئة والاقتصاد في ظل جائحة كورونا كوفيد 19، مجلة مدارات سياسية، العدد 04، المجلد 04، جامعة الجزائر، الجزائر، جويلية 2020، ص ص 45، 46.

² مؤمن بكوش احمد، الإجراءات القانونية لمواجهة جائحة كورونا (كوفيد 19) على المستوى الدولي والوطني، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، العدد 3، المجلد 4، جامعة الوادي، الجزائر، ديسمبر 2020، ص 74.

مستويات وأعلى مستوى هو الجائحة¹ ومن هذا المنطلق قمنا بتوضيح المصطلحات المستعملة بكثرة لمعرفة السياق الذي يستخدم فيه كل مصطلح.

أولاً : تعريف الجائحة تعبر الجائحة عن إصابة عدد كبير من الأشخاص في فترة معينة ولكن في منطقة جغرافية واسعة أو جميع أنحاء العالم، والجائحة كما ذكرنا سابقاً هي أعلى مستويات من الحالات الصحية العالمية الطارئة وتدل على الأمراض المتفشية على نطاق واسع وتؤثر على العديد من مناطق العالم.

ثانياً : تعريف الوباء عبارة عن زيادة مفاجئة وسريعة في عدد الحالات المرض على نحو أعلى من المتوقع في مجتمع معين كما هو الحال مع الفاشية لكنه يمتد على رقعة جغرافية أوسع، وهذا يعني أن أي مرض اذا نشأ وتطور بسرعة كبيرة في جميع الأوساط يعتبر وباء².

ثالثاً: كوفيد19 هو المرض الذي نجم عن فيروس كورونا المستجد وهو مرض معدي تم اكتشافه مؤخراً، الاسم الانجليزي للمرض مشتق كالاتي: "CO" أو حرفين من كلمة كورونا "corona" أما حرفا "vi" فهما اشتقاق لأول حرفين من كلمة فيروس "virus" وحرف "D" هو أول حرف من كلمة مرض بالإنجليزية "diseas"، أما 19 لأنه ظهر سنة 2019³.

رابعاً : فيروس كورونا هو فيروس مجهري أدى وفاة الملايين بالعالم ودمر العديد من القطاعات بأنواعها، خاصة قطاع التعليم والتجارة، وله أنواع عديدة تختلف من متحور إلى آخر كمتحور دلتا مثلاً. نستخلص مما سبق تعريف شامل لجائحة كورونا، على أنها أزمة صحية أدت بحياة الملايين من البشر ولازالت تحصد الآلاف من الأرواح يوميا عبر مناطق مختلفة من العالم، هذه الأزمة التي كانت في بدايتها بمدينة أوهان الصينية أين تم الإعلان عن أولى حالات الإصابة بفيروس أطلقت عليه منظمة

¹ - حسن منديل حسن، اصطلاح الجائحة بين اللغة والفقه ومنظمة الصحة العالمية، مجلة الكلم، العدد 1، المجلد 6،

جامعة أحمد بن بلة، وهران، الجزائر، مارس 2021، ص 20.

² - حريد رامي و تامين عبد الكريم، دراسة تحليلية لتداعيات أزمة فيروس كورونا المستجد على الاقتصاد العالمي، الأفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 01، المجلد 06، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميله، الجزائر. ص 54.

³ - كاتية بوروية، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لجائحة كورونا- الإجراءات المتخذة والتدابير المقترحة حالة الجزائر-، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، العدد، 01، المجلد 12، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، الجزائر، ديسمبر 2020، ص 197.

الصحة العالمية إسم فيروس كوفيد19 نظرا لارتباطه جينيا بفيروس كورونا الذي يسبب الإلتهاب الرئوي الحاد الوخيم¹.

الفرع الثاني: أعراض جائحة كورونا وأسباب انتشاره

أولاً: أعراض جائحة كورونا

يؤكد العلماء أن فيروس كورونا يحتاج إلى خمسة أيام في المتوسط لتظهر أعراضه بصفة مؤكدة، و يؤثر في الأشخاص بطريقة مختلفة ومنهم من تظهر عليه علامات المرض ومنهم لا تظهر عليه و يصل بيه المرض للوفاة مباشرة، وتتخذ الأعراض النمطية للإصابة بمرض فيروس كورونا في الغالب شكل الحمى، السعال، ضيق التنفس، أما الإلتهاب الرئوي فهو شائع لا يحدث دائما.

تختلف أعراض المرض من الأكثر شيوعا إلى الأقل، فحسب تصريحات منظمة الصحة العالمية فإن الأكثر شيوعا تتمثل في الحمى، السعال، الإرهاق، وفقدان حاسة التذوق والشم، أما الأعراض الأقل شيوعا تتمثل في إلتهاب الحلق، الصداع، الآلام، الإسهال، ظهور الطفح الجلدي أو تغير لون أصابع اليدين أو أصابع القدمين، إحمرار العينين، أوتهيجها، صعوبة التنفس أو ضيق في التنفس، فقدان الحركة أو القدرة على الكلام وألم في الصدر، وهذا يتطلب في الكثير من الأحيان الى التنفس الإصطناعي و الدعم في وحدة العناية المركزة، وهذه الأعراض تصيب الأشخاص المسنين أكثر نظرا لضعف جهازهم المناعي².

يكون الأشخاص المصابون بالأمراض المزمنة أكثر عرضة للإصابة بفيروس كورونا ومن أمثلة هذه الحالات الصحية الخطيرة التي ترفع احتمال الإصابة نجد مثلا أمراض القلب، السرطان، السكري، الربو، ضعف جهاز المناعة، مرض الكبد، ارتفاع ضغط الدم والسمنة المفرطة، هذه القائمة ليست شاملة قد تكون حالات أخرى تساعد على تعرض الشخص لهذا الوباء.

¹ - اليمين سعادة، تداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد على الاقتصاد العالمي، الآثار على اهم القطاعات الاقتصادية وسبل المواجهة، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 2، المجلد 5، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، ديسمبر 2021، ص 205.

² - كرامة مروة و رحال فطيمة و خبيزة أنفال حدة، تأثير الأزمات الصحية العالمية على الاقتصاد العالمي: تأثير فيروس كورونا كوفيد19 على الاقتصاد الجزائري نموذجا، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 62، المجلد2، جامعة عمار ثلجي، الاغواط، الجزائر، جوان 2020، ص315.

ثانيا: أسباب انتشاره

فيما يخص انتشار فيروس كورونا فإنه ينتقل من شخص إلى آخر عن طريق القطرات الصغيرة التي تنتشر من الأنف أو الفم عندما يسعل الشخص المصاب بمرض كوفيد 19 أو يعطسه على الأسطح المحيطة بالشخص، ويمكن حينها انتقال المرض لبقية الأشخاص بمجرد ملامستهم لهذه الأشياء¹.

وتزيد نسبة الإصابة به في حالة عدم إحترام تعليمات وزارة الصحة و تدابير الوقاية اللازمة من تباعد إجتماعي والحجر المنزلي مثلا، لذا يجب أن تكون المسافة بين الأشخاص حوالي 1.5 متر على الأقل حتى لا تنتقل العدوى، وتجدر الإشارة إلى فئة الأطفال الصغار الذين كانوا كوسيط بين الفيروس والأشخاص البالغين باعتبارهم سالمين من أي مرض مزمن ولهم مناعة قوية، كما أن الإكتظاظ الكبير الذي شهدته جميع المستشفيات وخاصة وحدات العناية المركزة كانت السبب الأول في ارتفاع الحصيلة بالإضافة إلى نقص في مولدات الأكسجين وأقنعة التنفس الإصطناعي وعدم وجود وقاية كافية كالتهاون في لبس الكمامات والقفازات الطبية واستعمال المعقم عند لمس الأسطح ومصافحة الغير، ولقد كان فيروس كورونا ينتشر يوميا وبسرعة كبيرة في مختلف بلدان العالم خاصة الصين، كونه بؤرة الوباء، وأمام هذا الإنتشار تضررت العديد من القطاعات بإختلاف أنواعها كالنقل، التعليم، الصحة، التجارة، السياحة، لكن ليس لفيروس كورونا تأثير سلبي فقط، بل له تأثير ايجابي أيضا كنمو التجارة الالكترونية، وبالرغم من خطورة الوباء وانتشاره السريع في مختلف الأوساط إلا أن الكثير من المواطنين رفضوا فكرة التلقيح خوفا من مصداقيته والأعراض التي قد تنتج عنه وهذا ما زاد من احتمال الإصابة بفيروس كورونا، لذا كان لابد من الدولة الجزائرية وبقية الدول التصدي ووضع له تدابير وقائية للحد من إنتشاره وسنوضح هذا أكثر من خلال دراستنا في الفرع الثالث.

الفرع الثالث: تدابير مكافحة جائحة كورونا في الجزائر

في ظل تزايد إنتشار الفيروس في الجزائر، اجتهدت الدولة الجزائرية بوضع إجراءات وقائية وتدابير للحد من انتشار هذا الوباء، فصدرا أول مرسوم تنفيذي رقم 20 - 69 مؤرخ في 21 مارس 2020 يتعلق بتدابير الوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا كوفيد 19 ومكافحته².

¹ - اليمين سعادة، مرجع سابق، ص 206.

² - المرسوم التنفيذي رقم 20-69 المؤرخ في 21 مارس 2020، المتعلق بالتدابير الوقائية من انتشار وباء فيروس كورونا كوفيد 19 ومكافحته، الجريدة الرسمية، العدد 15 الصادرة بتاريخ 21 مارس 2020.

أولاً: التدابير الوقائية لتحقيق التباعد الجسدي

لقد أحدثت المشرع الجزائري حزمة من الإجراءات تصيب في صياغ تحقيق التباعد بين الأفراد والهدف منها الحد من انتشار فيروس كورونا والحيلولة دون العدوى بين الأفراد وهي كالآتي :

1- التدابير الخاصة بتنقل الأشخاص

تم وضع نظام الحجر الصحي في الولايات والبلديات المصرح بها من قبل السلطات الصحية الوطنية كبؤر لفيروس كورونا وذلك بإلزام الأشخاص بعدم مغادرتهم لمنازلهم و أماكن إقامتهم خلال الفترات المقررة من طرفا السلطات العمومية ما عدا الحالات الاستثنائية بترخيص من الادارة المخولة قانونا طبق لنص للمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 20-70 الذي يحدد تدابير تكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا ومكافحته¹ وترمي هذه التدابير إلى الحد من الإحتكاك الجسدي بين المواطنين في الفضاءات العمومية و أماكن العمل وتعليق النقل الجوي الداخلي والنقل البري ما عد نقل المستخدمين

2- التدابير الخاصة بالتجمعات

في ظل تزايد انتشار فيروس كورونا في الجزائر أمر رئيس الجمهورية بإغلاق المدارس والجامعات ومؤسسات التكوين وكذا مدارس التعليم القرآني ومدارس التعليم الخاصة ورياض الأطفال ابتداء من الخميس 12 مارس 2020، و استبعد الحجر الصحي الشامل لكل الولايات، وقررت لجنة الفتوى تعليق صلاة الجمعة وغلق المساجد في جميع أنحاء الوطن مع الإبقاء على الأذان²، كما نصت المادة 5 من المرسوم رقم 20-69 السابق الذكر على غلق المدن الكبرى محلات بيع المشروبات و مؤسسات التسلية والمطاعم باستثناء خدمات التوصيل للمنازل، ومن تدابير الضبط الصحي أيضا وضع نصف مستخدمي الإدارات العمومية في عطلة استثنائية مدفوعة الأجر حسب نص المادة 6 و 8 من ذات المرسوم ماعدا مستخدمو الصحة العمومية وبعض المستخدمين في المؤسسات المذكورة في المادة 7 من نفس المرسوم، والجدير بالذكر أيضا أن النساء الحوامل والأشخاص المصابون بأمراض مزمنة كان لهم الأولوية في العطل المدفوعة الأجر مع إمكانية العمل عن بعد في ظل احترام القوانين والتعليمات المعمول بها، كما اتخذت تدابير خاصة بحماية صحة المساجين واحترام حقوقهم، ونظرا لخطورة الوباء، تم غلق

¹ المرسوم التنفيذي رقم 20-70، المؤرخ في 24 مارس 2020، يحدد تدابير تكملية للوقاية من انتشار وباء فيروس

كورونا كوفيد 19 و مكافحته، الجريدة الرسمية ، العدد 16، الصادرة في 24 مارس 2020.

² عتاب يونس، تدابير الوقاية لحماية الصحة لعمومية من وباء كوفيد 19، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد 2،

المجلد 5، جامعة زيانبي عاشور، الجلفة، الجزائر، جوان 2020، ص 345.

الأسواق الأسبوعية وأسواق المواشي والمراكز التجارية، وحضر أي نوع من التجمعات لاسيما التجمعات العائلية من أعراس الزواج وحفلات الختان والمناسبات الأخرى التي تساعد على تفشي وتوسيع رقعة الإصابة بالفيروس¹.

ثانيا: التدابير الاستعجالية لتعزيز الوقاية وعلاج المصابين

الهدف من التدابير الاستعجالية الوقوف بصرامة أمام وباء كورونا ومنع انتشاره بحيث تم التكفل والاستعجال بالمصابين وتوفير لهم كالظروف الملائمة للعناية بهم بوضعهم في أجنحة استشفائية خاصة بهم وتسخير لهم كل الخبرات والأجهزة الطبية الحديثة واللازمة والمواد الصيدلانية التي تتعلق بهذا الوباء الفتاك بالإضافة الى التكفل بجثامين الضحايا وسرعة دفنها².

ثالثا: التدابير المؤسسية لمكافحة الفيروس

تم استحداث مؤسسات على سبيل الاستعجال تقوم بالتكفل بمتابعة الأوبئة المستحدثة وإيجاد سبل للتعامل معها كالاتي:

أ- إنشاء لجنة تنسق للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا ومكافحته.

تنص المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 20-70 على ما يلي: "تنشأ لجنة ولائية مكلفة بتنسيق النشاط القطاعي للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا كوفيد19 ومكافحته وتشمل هذه اللجنة التي يرأسها والي الولاية المختص إقليميا من ممثلي مصالح الأمن، النائب العام، رئيس المجلس الشعبي الولائي، رئيس المجلس الشعبي البلدي لمقر الولاية"³ مع وجود إعانات من قبل الجمعيات ولجان الحي من خلال الحملات التحسيسية التي يقدمونها للإمتثال للبروتوكولات الصحية لاسيما إرتداء القناع الواقي، والتباعد الجسدي وتكفل مصالح الدرك الوطني والأمن الوطني المختصة إقليميا بتنفيذ قرارات اللجنة الولائية.

¹ - مجاهد ناصر و لعروسي أحمد، تدابير المشرع الجزائري لحماية البيئة من خطر التلوث بفيروس كورونا كوفيد 19، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، العدد 2، المجلد 11، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، ديسمبر 2021، ص 20.

² - المرجع نفسه ، ص 21.

³ - المادة 7 من المرسوم التنفيذي 20-70، يحدد تدابير تكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا كوفيد 19 و مكافحته ، مصدر سبق ذكره .

ب- إحداه وكالة وطنية للأمن الصحي

بادرت الدولة الجزائرية إلى إنشاء وكالة وطنية للأمن الصحي¹ وهو مؤسسة للرصد واليقظة الاستراتيجية والإنذار تكلف بإعداد تقارير والسهرة على تنسيق البرامج الوطنية للوقاية من أخطار الأزمات ومثل هذه الأوبئة الغير متوقع حدوثها، تتولى الوكالة مهمة المستشار العلمي لرئيس الجمهورية في مجال الأمن الصحي وإصلاح المنظومة الوطنية للصحة العمومية.

ج- تسخير الخبرات و المؤسسات الخاصة والوسائل لمكافحة فيروس كورونا

يمكن للوالي تسخير كل من مستخدمى أسلاك الصحة والمخبرين التابع للمؤسسات العمومية الخاصة، كل فرد يمكن أن يكون معنيا بإجراءات الوقاية والمكافحة ضد هذا الوباء بحكم مهنته أو خبرته المهنية، وأي وسيلة نقل يمكن أن تستعمل للنقل الصحي أو التجهيز لهذا الغرض وكل هذا في إطار المساعي التي اتخذتها الدولة لمكافحة فيروس كورونا المستجد.²

رابعاً: التدابير الصحية الإستعجالية

كانت هناك العديد من الثغرات في الوسائل الطبية نظراً للظرف الاستثنائي الذي لم يكن متوقع حدوثه ولكن تم تدارك الأمر بسرعة خاصة فيما يتعلق بالتسهيلات الجمركية للإستيراد الخاصة بالكشف المبكر عن الفيروس وكذا المواد الصيدلانية وتوفير الكمادات ووسائل التعقيم ودفن جثامين الأشخاص المتوفين جراء وباء كورونا.

أ- تسهيل تموين السوق الوطني بالمواد الصيدلانية والمستلزمات الطبية وتجهيزات الكشف لمجابهة

وباء كورونا كوفيد 19

صدر مرسوم تنفيذي لتحديد التدابير الاستثنائية لتسهيل تموين السوق بالمواد الصيدلانية والطبية لمجابهة فيروس كورونا³ المصادق عليها من طرف اللجنة العلمية بعد قائمة من اللوازم التي تعدها المصالح المعنية لوزارة الصحة مع الاستفادة من الإعفاء من الأحكام التقنية للاستيراد المواد

¹ المرسوم الرئاسي رقم 20-158 المؤرخ في 13 يونيو 2020، المتضمن إحداه وكالة وطنية للأمن الصحي، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادرة بتاريخ 14 يونيو 2020.

² مجاهد ناصر ولعروسي احمد، مرجع سابق، ص 23.

³ مرسوم تنفيذي رقم 20-109، المؤرخ في 5 مايو 2020، المتعلق بالتدابير الاستثنائية لمواجهة لتسهيل تموين السوق الوطني بالمواد الصيدلانية والمستلزمات الطبية وتجهيزات الكشف لمجابهة وباء فيروس كورونا (كوفيد 19)، الجريدة الرسمية، العدد 27، المؤرخة في 6 مايو 2020.

الصيدلانية وكذا امتيازات تحفيزية وتسهيلات جمركية على أن تكون هذه التسوية في إطار الوقاية من انتشار الفيروس إلى غاية الإعلان من انتهائه نهائياً¹.

ب- الترخيص باستعمال أدوية غير مسجلة وتوفير الكمادات والسائل المعقم

نظرا لعدم وجود لقاح فعال لفيروس بادرنت وزارة الصحة لانقاد المصابين بتسليم رخص مؤقتة لاستعمال أدوية غير مستعملة وقد تم استعمال دواء (الكلوروكين) المستعمل لمرضى المناعة الذاتية ومرض الملاريا مع التصريح للسلطات المختصة باليقظة الصيدلانية للأعراض الثانوية الغير المرغوب فيها، كما اجتهدت وزارة الصحة بتوفير الكمادات والقناع الواقي باعتبار هذا الأخير إجراء وقائي ملزم في الطرق والأماكن العمومية والفضاءات المفتوحة أو المغلقة التي تستقبل الجمهور وحتى داخل السيارات الخاصة مع وجوب تغييره يوميا بسبب تلوثه بالغبار وبخار التنفس.

ج- نقل و دفن جثامين المتوفين جراء وباء كورونا

تم سن قرار وزاري مشترك يتعلق بالقواعد المطبقة على نقل ودفن جثامين الأشخاص المتوفين الذين ترتبط وفاتهم بالعدوى بوباء فيروس كورونا بين وزارة الداخلية والجماعات المحلية و وزارة الصحة و وزارة الشؤون الدينية² وذلك لحماية الأشخاص المكلفين بالقيام بهذه العملية وكذا مساعدتهم وتنص المادة 26 الفقرة 2 من ذات القرار: "على عدم نقل الجثامين من طرف رئيس المجلس المركزي القنصلي المختص إلا بعد تعهد مكتوب من مصلحة الجنائز المعنية، باتخاذ جميع تدابير الحماية والوقاية من انتشار العدوى إضافة إلى الملف التنظيمي، وهذه الحالة تطبق على جثامين الجزائريين الذين تم اجلاؤها من الخارج.

ثالثا: الوسائل الداعمة لتحقيق التدابير المعلنة

لتحقيق التدابير الوقائية السالفة الذكر لابد من توافر مجموعة من الوسائل الداعمة بالإضافة الى القانون رقم 18-11 المتعلق بالصحة³ الذي يحدد بدوره الأحكام والمبادئ الأساسية ويهدف إلى تجسيد حقوق وواجبات المواطنين في مجال الصحة و سنوضح ذلك كما يلي:

¹ عطاب يونس، مرجع سابق، ص ص 347، 348.

² قرار وزاري مشترك مؤرخ في 6 ماي 2020، يتعلق بالقواعد المطبقة على نقل دفن جثامين الأشخاص الذين ترتبط وفاتهم بالعدوى بوباء فيروس كورونا، الجريدة الرسمية، العدد 31، الصادرة في 30 ماي 2020.

³ القانون رقم 18-11 المؤرخ في 2 يوليو 2018، المتضمن قانون الصحة الجديد، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة بتاريخ 29 يوليو 2018.

1- حملات التوعية والحرص على النظافة لمكافحة فيروس كورونا

من أجل تعزيز نجاح العملية الوقائية كانت هناك حملات إعلامية تنظمها الإدارة بمفردها أو بالتعاون مع عدة مؤسسات مثل مصالح الدرك الوطني والأمن الوطني ومصالح الحماية المدنية ومؤسسة الصحة عن طريق بث نداءات عبر مكبر الصوت لتوعية المواطنين بضرورة التباعد الجسدي والالتزام بالحجر المنزلي وارتداء القناع الواقي مع تعليق لافتات ومطويات في الفضاءات التي تستقبل الجمهور ، وتقوم الوزارة يوميا بتقديم وضعية الوباء لجميع الولايات ليكون الجميع على دراية بتطورات المرض وأخذ الحيطة والحذر، كما أشار قانون البلدية 11-10 في المادة 94 منه¹ على مجموعة من الإجراءات التي تكلفها بها رئيس المجلس الشعبي البلدي من بينها: اتخاذ الاحتياطات والتدابير الضرورية لمكافحة الأمراض المنقولة أو المعدية والوقاية منها، السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع، السهر على احترام تعليمات نظافة المحيط وحماية البيئة. كما تسهر البلدية بمساهمة المصالح التقنية للدولة على احترام التشريع والتنظيم المعمول بهما المتعلقين بحفظ الصحة والنظافة العمومية ولاسيما في مجالات مكافحة نواقل الأمراض المنقولة حسب المادة 123 من قانون البلدية².

2- تدابير تحفيزية من أجل الالتزام بالحجر الصحي: وهي كالاتي

أ- تخصيص علاوة استثنائية لفائدة المجندين في إطار الوقاية من جائحة فيروس كورونا

خصت السلطات علاوة استثنائية حسب المرسوم التنفيذي رقم 20-104 لفائدة بعض فئات مستخدمي الجماعات الإقليمية والمؤسسات العمومية التابعة لها، المجندين في إطار الوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد 19) ومكافحته بحيث تدفع العلاوة شهريا إلى المستخدمين الذين يمارسون نشاطات النظافة والتطهير والتعقيم، وتحدد بمبلغ جزافي قدره خمسة آلاف دينار جزائري³.

ب- منح مساعدات مالية لفائدة المتضررين من جائحة كورونا

¹ - القانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 يونيو 2011، المعدل والمتمم ، المتضمن قانون البلدية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 37، الصادرة في 3 يوليو 2010.

² - المادة 123 من قانون البلدية ، مصدر سبق ذكره ..

³ - المرسوم التنفيذي رقم 20-104 المؤرخ في 2 أبريل 2020، المتضمن تأسيس علاوة استثنائية لفائدة بعض فئات مستخدمي الجماعات الإقليمية والمؤسسات العمومية التابعة لها، المجندين في إطار الوقاية من انتشار فيروس كورونا (كوفيد 19) و مكافحته ، الجريدة الرسمية، العدد 26 الصادرة بتاريخ 3 ماي 2020.

أقرت الحكومة الجزائرية حسب ما جاء في المرسوم التنفيذي رقم 20-211 منح مساعدات مالية لفائدة أصحاب المهن المتضررة من آثار فيروس كورونا وتحدد بمبلغ ثلاثين ألف دينار جزائري وتدفع لمدة ثلاثة أشهر تعويضا للمتضررين عن الخسائر المرتبطة بفترة الحجر الصحي ، بحيث لا تخضع هذه المساعدات المالية للضريبة والاشتراكات الضمان الاجتماعي¹ .

ج- الإجراءات الردعية المتعلقة بانتهاك تدابير مكافحة فيروس كورونا

وضع المشرع الجزائري جملة من التدابير ضد مرتكبي المخالفات الخاصة بانتهاك الحجر الصحي أو عدم الالتزام بالبروتوكول الصحي ومن بين هذه المخالفات خرق الحجر الصحي ليلا وإقامة التجمعات على مستوى المقاهي والأعراس دون ارتداء القناع الواقي وبالتالي يؤدي هذا الخرق إلى غلق ووقف النشاط الاقتصادي والتجاري والخدماتي المعني، دون الإخلال بتطبيق العقوبات المنصوص عليها في القوانين والتنظيمات المعمول بهما، بالإضافة إلى معاقبة كل من أهان احد مهني الصحة العمومية بمفهوم القانون 18-11 السالف الذكر أو أحد موظفي أو مستخدميه الهياكل والمؤسسات الصحية بالقول أو الإشارة أو التهديد أو بإرسال أو تسليم شيء لهم أو بالكتابة أو الرسم أثناء تأدية مهامهم أو بمناسبة، قصد المساس بشرفهم أو باعتبارهم أو بالاحترام الواجب لهم .

وحسب المادة 17 من المرسوم التنفيذي 20-70 فانه يتعرض كل مخالف لأحكامه إلى العقوبات الإدارية والسحب الفوري والنهائي للسندات القانونية الخاصة بممارسة النشاط². لا يمكن قيام أن يتصور قيام الحاكم والمحكوم بممارسة نشاطهم والتمتع بالحقوق والحريات في الدولة إلا عن طريق الأطر المعتمدة قانونا، فالنسبة للدستور الجزائري نجده أقر فيما يخص الوقاية الصحية من الأمراض و الاوبئة التزام هام للدولة لحماية المواطنين في كل الظروف³

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 20-211، المؤرخ في 30 يوليو 2020، يتضمن مساعدة مالية لأصحاب المهن المتضررة من آثار فيروس كورونا (كوفيد 19)، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 44، الصادرة بتاريخ 30 يوليو 2020.

² - المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 20-70، يحدد تدابير تكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد19) ومكافحته ، مصدر سبق ذكره

³ - نذير العلواني، تدابير الوقاية من فيروس كورونا كوفيد 19 واثرها على الحق في العمل بين ضرورة مكافحة الوباء ومتطلبات المشروعية في تصرفات الادارة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، العدد 3، المجلد 5، جامعة احمد بن يحيى الونشريس، تسمسيت، الجزائر، ديسمبر، 2020، ص 239.

حيث نصت المادة 28 من الدستور الجزائري: "على أن الدولة مسؤولة عن أمن الأشخاص والممتلكات"¹ من خلال ما سبق يمكن القول أن فيروس كورونا كان له تأثير سلبي أكثر منه إيجابي على الإنسان والأنشطة التجارية والاقتصادية المختلفة وكان من الضروري وضع تدابير وقائية للحد من انتشاره ومكافحته ولا يتم ذلك إلا بواسطة الوسائل الداعمة لتحقيق ذلك التي تم وضعها.

المطلب الثاني: الطبيعة القانونية لجائحة كورونا

اتفقت جميع دول العالم في صلب خطاباتها على اعتبار جائحة كورونا تحت بندي القوة القاهرة ونظرية الظروف الطارئة سواء أثناء التعريف بفيروس كورونا أو عند التحذير منه باعتباره وباء عالمي سريع الانتشار وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى اعتبار جائحة كورونا كقوى القاهرة أما الفرع الثاني اعتبار جائحة كورونا كظرف طارئ.

الفرع الأول: اعتبار جائحة كورونا كقوة القاهرة

سنوضح في هذا الفرع التعريف الفقهي والتشريعي والقضائي للقوة القاهرة وأهم شروطها.

أولاً: التعريف الفقهي للقوة القاهرة

لقد تعددت التعاريف الفقهية للقوة القاهرة كإحدى حالات السبب الأجنبي منها :

فقد عرفها الفقيه tanc بأنها: "مالا يستطع أن يتغلب عليها الرجل العادي أو هي الحواجز غير المتوقعة التي يمكن دفعها والتي تفترض عناية المدين"² كما عرفها احد الفقهاء: "كل حادث عام لحق على تكوين العقد غير متوقع الحصول عند التعاقد ينجم عنه اختلال بين المنافع المتولدة عن عقد يتراخى تنفيذه إلى أجل يجعل تنفيذ المدين لالتزاماته التعدي مستحيلاً"³.

¹ المرسوم الرئاسي رقم 20-442 مؤرخ في 30 ديسمبر 2020، المتضمن دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية رقم 82، المؤرخة في 30 ديسمبر 2020.

² رحمة بريق و محمد لخضر دلاج ، تأثير جائحة كورونا على تنفيذ الالتزامات التعاقدية و على التجارة الإلكترونية ، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 3، المجلد 13، جامعة زباني عاشور، الجلفة، الجزائر، أكتوبر 2020، ص 69.

³ مولاي زكرياء و بن الزين محمد الأمين و خديم كريم ، تأثير فيروس كورونا كوفيد 19 على تنفيذ الالتزامات التعاقدية حوليات جامعة الجزائر 1، عدد خاص، المجلد 34، جامعة بن حدة يوسف، الجزائر، جويلية 2020، ص 338.

وعرفها الفقيه ستارك: " حادث غير متوقع وغير ممكن الدفع، عادة يكون مصدره خارجيا عن الشيء الضار"¹.

-تعريف تونك: " ما لا يستطع قهره الرجل العادي، أو هي الحواجز غير المتوقعة التي يمكن تلقيها التي تعترض المدين "

- تعريف الفقيه ulpien: " هي كل ما ليس في سع الإدراك البشري أن يتوقع اذا مكن توقعه فل يمكن مقاومته."

هذه التعاريف تتفق أن القوة القاهرة حادثة غير متوقعة، غير ممكنة الدفع ويترتب عليها كأثر رئيسي استحالة تنفيذ التزام المدين وبالتالي الإعفاء من المسؤولية"².

ثانيا: التعريف التشريعي للقوة القاهرة

لم يعرف المشرع الجزائري القوة القاهرة وإنما أشار إليها كسبب أجنبي معفي من المسؤولية اذ تنص المادة 187 من القانون المدني: "اذا ثبت الشخص أن الضرر قد نشأ عن سبب لا يد له كالحادث المفاجئ أو قوة القاهرة أو خطأ صدر من المضرور أو خطأ من الغير كان غير ملزم بتعويض هذا الضرر مالم يوجد نص قانوني أو اتفاق يخالف ذلك"³.

كما ذكر السبب الأجنبي في المادة 139 من القانون المدني الجزائري " حارس الحيوان و لو لم يكون مالكا له مسؤول عما يحدثه الحيوان من ضرر ولو ظل الحيوان أو تسرب، مالم يثبت الحارس أن وقوع الحادث كان بسبب لا ينسب إليه"⁴.

كما عرفت المادة 178 من نفس القانون على انه: "يجوز الاتفاق على أن يتحمل المدين تبعية الحادث المفاجئ أو القوة القاهرة"⁵.

¹ - جلطي منصور، تأثير فيروس كورونا المستجد كوفيد19 على الالتزامات التعاقدية، هل هو حالة قوة القاهرة؟، مجلة القانون الدولي والتنمية ، العدد عدد خاص، المجلد 8، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، نوفمبر 2020، ص 154.

² - المرجع نفسه، ص 154.

³ - الأمر رقم 75- 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 78 ، الصادرة بتاريخ 30 سبتمبر 1975 ، المعدل و المتمم .

⁴ - المادة 139 من الأمر 75_ 58 المتضمن القانون المدني، مصدر سبق ذكره .

⁵ - المادة 178 من الأمر رقم 75- 58 المتضمن القانون المدني ، مصدر سبق ذكره .

إذن من خلال استقراء المواد السابقة الذكر فإن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى ذكر القوة القاهرة ولم يقدم تعريف لها ولم يعط حتى مثال عن حادث من الحوادث التي يمكن أن تعد كقوة القاهرة، بل اكتفى بالآثار المترتبة عليها فقط المتمثلة في إعفاء المدين من التزامه¹.

وعرف المشرع الفرنسي في المادة 1218 من القانون الفرنسي التي أنشأها اصلاح قانون العقود لعام 2016: "هناك قوة القاهرة في المسائل التعاقدية، حيث ما إذا كان هناك حدث خارج عن سيطرة المدين، وهو مالم يكن التنبؤ به بشكل معقول وقت العقد ولا يمكن تفادي آثاره بتدابير مناسبة يمنع المدين من الوفاء بالتزامه"².

ثالثاً: التعريف القضائي للقوة القاهرة

إذا كان المشرع الجزائري لم يعرف القوة القاهرة، فقد عرفت المحكمة العليا في قرارها الصادر بتاريخ 1990/06/11 بأنها: "حدث تتسبب فيه قوة تفوق قوة الإنسان حيث لا يستطيع هذا الأخير أن يتجنبها أو أن يتحكم فيها، كما تتميز أيضا بطابع عدم قدرة الإنسان على توقعها"³.

كما جاء تعريف القوة القاهرة في تعريف محكمة النقض المصرية بتاريخ 24 يناير 1976 بقولها: "القوة القاهرة بالمعنى الوارد في المادة 165 من قانون مدني مصري يقابلها المادة 127 من القانون المدني الجزائري تكون حربا أو زلزالا أو حريقا كما قد تكون أمرا إداريا واجب التنفيذ بشرط أن يتوفر فيها استحالة التوقع واستحالة الدفع، وينقضي بها التزام المدين من المسؤولية العقدية وتنفيذ بها العلاقة السببية بين الخطأ والضرر فلا يكون هناك محل للتعويض في الحالتين"⁴.

رابعاً: شروط القوة القاهرة

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن القوة القاهرة عبارة عن حدث فجائي يستوجب توفر عدة مقومات لإعتباره قوة القاهرة التي يمكن إرجاعها إلى الشروط التالية:

¹ - براهيم طارق، مال تنفيذ الالتزام التعاقد في ظل انتشار فيروس كورونا، كوفيد 19، المستجد، قوة القاهرة، حسب القانون المدني الجزائري، دفتر السياسية والقانون، العدد 01، المجلد 13، جامعة القاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2021، ص 21.

² - جلطي منصور، مرجع سابق، ص 153.

³ - المرجع نفسه، ص 153.

⁴ - كيفاجي ضيف، تنفيذ العقد بين الظروف الطارئة والقوة القاهرة في ظل تأثير فيروس كورونا كوفيد 19، مجلة المعيار، العدد 3، المجلد 26، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، مارس 2022، الجزائر، ص 491.

1- شرط عدم التوقع:

يجب أن يكون الحادث من المستحيل توقعه بشكل مطلق بحيث يستحيل على الشخص العادي أن يتوقعه ولا يهيم أن يكون للحادث جديد أو سبق وقوعه كالأزمات والحروب¹. وعدم التوقع هو وقوع حادث بشكل طارئ ومفاجئ وخروج عن المألوف، حيث تتوفر هذه الشروط يمكن اعتبار الحادث قوة قاهرة حيث لا يمكن توقعها كالحوادث الطبيعية الشاذة من فيضانات وأمطار طوفانية وأعاصير مدمرة وقعت خارج فصل الشتاء² حيث يعتبر من أهم الشروط القوة القاهرة ومدلوله أن الفعل يأتي بصفة مفاجئة بحيث لا يترك للأطراف فرصة مجابهة الأمر أي أن الوقائع التي من شأنها أن تعتبر قوة قاهرة لا بد أن تكون غير متوقعة الحدوث من شخص المدين نفسه الذي يتمسك بها³. وإذا طبق هذا الشرط على فيروس كورونا كوفيد 19 فإنه يتجسد بشكل كبير، حيث أنه لم يكن في استطاعة أي شخص أن يتوقع ظهور فيروس مجهري بهذه الخطورة على أرواح الناس وحياتهم، بمعنى أنه لم يكن بالإمكان توقعه نهائياً نظراً للسرعة التي ظهر بها وانتشاره بصورة واسعة وسريعة حيث عجزت مختلف دول العالم عن التصدي له لذلك نعتبر أن شرط عدم التوقع من هذه الجائحة محقق⁴.

2- استحالة التنفيذ

تكون القوة القاهرة سبباً في استحالة التنفيذ إذا كان المدين قد وقف في مواجهتها كما يقف الرجل العادي فاتخاذها يلزم من الاحتياطات ولم يتهاون في التنفيذ فإذا ما تمت كل هذه المحاولات فشلت يكون سبب الحادث قهرياً⁵.

ولأجل اعتبار الظاهرة قوة قاهرة يجب أن يكون غير ممكن دفعه بحيث يجعل المدين أمام استحالة التنفيذ، فإذا ثبت أن القيام بمجموعة من التدابير سواء السابقة أو اللاحقة على الحادث كانت كافية لدفع آثاره فإن المدين لا يكون أمام قوة قاهرة لأن هناك فرق بين استحالة التنفيذ والصعوبة في التنفيذ⁶.

¹ - رحمة بريق و محمد لخضر دلاج، مرجع سابق، ص 70.

² - براهيم طارق، مرجع سابق، ص 22.

³ - محمد كريم قروف، حدود تأثير فيروس كورونا المستجد على الالتزامات التعاقدية لعقود التجارة الدولية، مجلة النكامل الاقتصادي، العدد 1، المجلد 9، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، مارس 2021، ص 80.

⁴ - كيفاجي ضيف، مرجع سابق، ص 485.

⁵ - براهيم طارق، مرجع سابق، ص 24.

⁶ - جطبي منصور، مرجع سابق، ص 70.

كذلك يتعين أن تكون القوة القاهرة مستحيلة الدفع يجب أن تكون هذه الاستحالة مطلقة، وكذا يجب أن تكون القوة القاهرة من شأنها أن تجعل تنفيذ الالتزام مستحيلا وليس مرهقا فالاستحالة التنفيذ تعد شرط جوهريا وضروريا للقول بوجود قوة قاهرة من عدمه¹.

بناء على المفاهيم السابقة المتعلقة باستحالة التنفيذ عن الوباء الحالي أمام النتائج الاقتصادية والاجتماعية المترتبة عنه، فإن فيروس كورونا كوفيد 19 حادث استثنائي لا يمكن دفعه أو حتى وجود فرضية دفعه أو القيام بما يلزم لدفعه، كما يعتبر فيروس كورونا قوة قاهرة يؤدي إلى أكثر من مجرد إرهاب المدين في العقد التجاري الدولي، حينما يكون هذا الأخير في وضعية يستحيل معها تنفيذ التزاماته العقدية نتيجة تحقق شروط القوة القاهرة التي تؤدي إلى انفساخ العقد من تلقاء نفسه.

وتوظيف شرط استحالة الدفع على فيروس كورونا لو وجدناه محقق في شكل واضح، و خير دليل أن الأشخاص الذين أصيبوا بهذا المرض على مستوى العالم يقدرن بالملايين والمتوفين كذلك وسبب الارتفاع الكبير للإصابات والمتوفون هو نتيجة سرعة انتشار الفيروس واستحالة السيطرة عليه وهذا ما جعل كل دول العالم تقرر حالة الطوارئ الصحية واتخاذ إجراءات وقائية².

3- القوة القاهرة حادث خارج إرادة المدين

ويقصد بذلك أن يكون الحادث مستقلا عن إرادة المدين، فلا يتسبب في وقوعه ولا يساعد عليه، ولا توجد أي علاقة سببية بين الحادث وفعل المدين، فلا يسند إليه بصفة مباشرة أو غير مباشرة وقد نصت على هذا الشرط المادة 176 من القانون المدني بقولها: "ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ نشأة عن سبب لا يد له فيه"³.

الفرع الثاني: اعتبار جائحة كورونا كظرف طارئ

سنتناول في هذا الفرع التعريف الفقهي ثم التعريف التشريعي لها، وأخيرا شروطه.

أولا: التعريف الفقهي لنظرية الظروف الطارئة

لقد تعدد التعريف الفقهي لنظرية الظروف من أبرز التعريفات الفقهية كما يلي:

¹ - رحمة بريق و محمد لخضر دلاج، مرجع سابق، ص 71.

² - كيفاجي ضيف، مرجع سابق، ص 492.

³ - كيفاجي ضيف، مرجع سابق، ص 493.

تعريف الأستاذ إسماعيل عمر بأنها: "حالة عامة غير مألوفة أو غير طبيعية أو واقعة مادية لم تكن في حساب المتعاقدين وقت التعاقد ولم يكن في وسعها ترتيب حدوثها بعد التعاقد ويترتب عليها أن يكون تنفيذ الالتزام التعاقدي مرهقا للمدين بحيث يهدده بخسارة فادحة و لن يصبح تنفيذه مستحيل".

وعرفها أحد الفقهاء بقوله: "كل حادث عام لاحق على تكوين العقد وغير متوقع عند التعاقد ينجم عنه اختلال في المنافع المتولدة عن عقد يتراخى تنفيذه إلى أجل ويصبح تنفيذ الالتزام التعاقدي كما اوجبه العقد يرهقه إرهاقا شديدا ويهدده بخسارة فادحة تخرج عن الحد المألوف"¹ .
وعليه يمكن تعريف نظرية الظروف الطارئة بأنها: "كل حادث عام ينشأ فجأة بعد تكوين العقد، يؤدي إلى اختلال التوازن الاقتصادي بين طرفي العقد وتنفيذه بهذا الشكل يسبب خسارة للمدين، نخرج عن الحد المألوف"² .

ثانيا: التعريف التشريعي لنظرية الظروف الطارئة

تجد نظرية الظروف الطارئة أساسها القانون في قواعد القانون المدني، حيث نص عليها المشرع الجزائري صراحة في المادة 107 في فقرتها الأخيرة بقوله: "غير أنه إذا طرأت حوادث استثنائية عامة لم يكن في الوسع توقعها وترتب على حدوثها أن تنفيذ الالتزام التعاقدي وإن لم يصبح مستحيلا مرهقا للمدين، بحيث يهدده بخسارة فادحة جاز للقاضي تبعا للظروف وبعد مراعاة المصلحة بين الطرفين إن يرد هذا الالتزام المرفق إلى الحد المعقول، ويقع باطل كل اتفاق على خلاف ذلك"³.

ويتضح من نص المادة السالفة الذكر أن القاضي بإمكانه التدخل وتعديل العقد أو الالتزام الوارد فيه متى طرأ ظرف طارئ لم يتوقعه أحد المتعاقدين، وتعد سلطة القاضي في تعديل العقد في هذه الحالة من النظام العام فلا يجوز الأطراف الاتفاق على مخالفتها"⁴.

ثالثا: شروط نظرية الظروف الطارئة

تطبيقا لنص المادة 3/107 من القانون المدني الجزائري يشترط تطبيق نظرية الظروف الطارئة ثلاثة شروط:

¹ - مولاي زكرياء و بن الزين محمد الأمين و خدايم كريم، مرجع سابق، ص 337.

² - محمد كريم قروف، مرجع سابق، ص 482.

³ - المادة 3/107 المتضمن القانون المدني، مصدر سبق ذكره.

⁴ - رحمة بريف، محمد لخضر دلاج، مرجع سابق، ص 71.

- 1- أن يكون العقد متراخ تنفيذه: نجد نظرية الظروف الطارئة نطاقها في أنواع معينة من العقود دون أخرى، فتطبق على العقود الزمنية التي تستغرق تنفيذها مدة من الزمن، بحيث يكون فاصل زمني بين إبرام العقد وتنفيذه و يصدق هذا التعريف على العقود المستمرة وعلى العقود الدورية. أما العقود الفورية فلا تطبق عليها النظرية إلا اذا تراخى تنفيذها وأن لا يكون التراخي بخطأ من المدين، يكفي أن يكون التراخي في الالتزام العقد الذي أصبح مرهقا وليس في الالتزام الذي يقابله¹.
- أم العقود الاحتمالية كعقد تأمين فليس محل لتطبيق النظرية لأنها بطبيعتها تعرض احد المتعاقدين لخسارة جسمية أو ربح كبير، والمتعاملون في هذه العقود يوقعون الاختلال الجسيم بين الربح والخسارة، وهذا ما يتناقض مع ركن نظرية التي تقوم على حوادث استثنائية غير متوقعة².
- 2- وقوع الظرف الطارئ و معاييرها: لم يتعرض المشرع الجزائري لتعريف الظروف الطارئة نظرا لكثرة تغيرها وارتباطها بظرفي الزمان والمكان وإنما قام بتحديد معاييرعلى أساسها يمكن للقاضي أن يحددها اذا كان بصدد ظرف طارئ و سنحاول ذكر أهم المعاييرالتي تقوم عليها الظروف الطارئة و تتمثل في :
- أ- أن يكون الظرف استثنائي: أي أن الحوادث استثنائية غير مألوفة ومخالفة للمعتاد³ مثل فيروس كورونا الذي يعتبر حادث استثنائي أي انه حادث غيرعادي وليس مألوفاً لدى العامة من الناس والمتعاقدين بصفة خاصة⁴ وكان له التأثير العالمي على مختلف جوانب الحياة ومجالاتها⁵.
- ب- أن يكون الظرف غير متوقع: يعتبر الظرف غير المتوقع هو الشرط الأساسي لتطبيق نظرية الظروف الطارئة⁶، مثل فيروس كورونا كوفيد 19 لا يمكن توقعه ولا إدراكه من ظرف الناس⁷ حيث نجد أنه لا يمكن لأحد توقع ظهوره ولا توقع سرعة انتشاره ولحد اليوم هناك عجز عن دفعه وإيجاد حل له⁸.

¹ - حاتم مولود، تداعيات وباء كورونا كوفيد 19 على الالتزام التعاقد في القانون المدني الجزائري، مجلة القانون الدولي والتنمية، العدد 2، المجلد 8 جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، نوفمبر 2020، ص 136.

² - كيفاجي ضيف، مرجع سابق، ص 183.

³ - حاتم مولود، مرجع سابق، ص 136.

⁴ - مولاي زكرياء و بن الزين محمد الأمين و خدايم كريم، مرجع سابق، ص 342.

⁵ - كيفاجي ضيف، مرجع سابق، ص 484.

⁶ - رحمة بريف و محمد لخضر دلاج، مرجع سابق، ص 72.

⁷ - مولاي زكرياء و بن الزين محمد الأمين و خدايم كريم، مرجع سابق، ص 342.

⁸ - كيفاجي ضيف، مرجع سابق، ص 486.

ج- أن يكون الظرف عاما: بمعنى يشمل الظرف عامة الناس ويكفي لتحقيق صفة العمومية تعلق الظرف بمنطقة معينة وهو ما ينطبق على ظرف تفشي فيروس كورونا والذي شمل عموما الناس كبار أو صغار مما أدى بالسلطات العليا اتخاذ الإجراءات الوقائية من تفشي فيروس كورونا¹.

3- جعل تنفيذ الالتزام مرهق

يعتبر إرهاق المدين من أهم الشروط التي يعتمد عليها القاضي لتحديد ما إذا كان هناك اختلال في التوازن الاقتصادي للعقد ومن ثم النظر في تطبيق نظرية الظروف الطارئة من عدمه² وكذلك النظر إلى درجة قدرة المدين على تحمله أو عدم تحمله، بل ينظر إلى قدرة الخسارة في حد ذاتها إذا ما كانت تدخل في حدود المألوف أو تتجاوزها، ويجب التنويه أن مسألة التكييف القانوني لكل واقعة، تخضع للسلطة التقديرية للقاضي³، حيث يعتمد القاضي لتقدير الإرهاق على المعيار الموضوعي الذي يتعلق بالعقد لتحديد الفرق بين قيمة الالتزام أثناء التعاقد وقيمته أثناء التنفيذ تحت تأثير وباء كورونا (كوفيد 19)، ومن خلاله تقدير الخسارة ما إذا كانت تصل إلى حد الخسارة الفادحة إلى جانب المعيار الشخصي الذي يتعلق بحالة المتعاقد وظروفه بالبحث عن إمكانياته المادية لتحديدها إذا كان تنفيذه للالتزام مرهقا باعتبار أن الإرهاق حالة متغيرة فما يكون مرهقا لمدين ما قد لا يكون مرهقا لمدين آخر⁴.

¹ - حاتم مولود، مرجع سابق، ص 136

² - المرجع نفسه، ص 137

³ - رحمة بريق ومحمد لخضر دلّاج، مرجع سابق، ص 72.

⁴ - المرجع نفسه، ص 137، 138.

خلاصة الفصل الأول

تطرقنا في هذا الفصل إلى ماهية التجارة الإلكترونية التي أصبحت وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي، كما استطاعت أن ترفع الحواجز التقليدية للتجارة وساهمت في زيادة حجم المعاملات التجارية عبر شبكات الانترنت، فهذه التجارة مبنية على السرعة والفعالية، حيث أصبح بإمكان تسويق المنتجات بمختلف أنواعها وإبرام الصفقات عبر العالم بكل سهولة وبأقل تكلفة، وبهذا اعطت شكل متطور للتجارة من خلال استخدام وسائل وأجهزة و وسائل الإلكترونية مثل الأنترنت ونظرا لأهميتها سعت مختلف الهيئات والمنظمات الدولية لإرساء قواعدها وقد أصبحت من بين القطاعات الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي .

كما تطرقنا إلى ماهية جائحة كورونا التي إجتاحت جميع دول العالم بشكل سريع ومفاجئ وأثرت على الكثير من القطاعات ، في غياب لقاح فعال يحمي به المواطنين أنفسهم مما دعت الضرورة الى اعلان وزارة لصحة لمجموعة من المراسيم المتعلقة بالتدابير اللازمة للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد 19) والحد من انتشاره، وموضوع جائحة كورونا حديث الدراسة فمنهم من يعتبرها ظرف طارئ، ومنهم من يعتبرها قوة قاهرة.

كما حاولنا تسليط الضوء في هذا الفصل على التجارة الإلكترونية وجائحة كورونا لمعرفة أهمية كل واحد منهما بالنسبة للآخر فكان للجائحة دور كبير في نمو التجارة الإلكترونية و ازدهارها وهذا ما سيتم تفصيله في الفصل الثاني.

الفصل الثاني

تأثير جائحة كورونا

على ممارسات التجارة الإلكترونية

الفصل الثاني : تأثير جائحة كورونا على ممارسات التجارة الإلكترونية

على ضوء التطور التكنولوجي الحاصل في العقود القليلة الماضية و إنتشار التجارة الإلكترونية في مختلف أرجاء العالم ، سعى المشرع في قانون التجارة الإلكترونية 18-05 على بيان شروط ممارستها لضمان سير المعاملات التجارية بكل مصداقية و في إطار المشروعية ، بالإضافة إلى تسليط الضوء على كل من أطرافها المستهلك و المورد الإلكتروني بإعتبارهما أساس العلاقة التعاقدية ، و تجدر الإشارة إلى أن طرق الدفع التقليدية أصبحت لا تتماشى مع طبيعة المعاملات التجارية الحديثة ، حيث أدت التجارة الإلكترونية إلى تطوير أنظمة ووسائل الدفع إذ أصبحت تتم عبر الإنترنت و أجهزة إلكترونية تشمل في طياتها جميع وسائل الوفاء ، وكان الدفع والتسويق الإلكتروني أحد أهم الحلول البديلة والأمنة خاصة في ظل جائحة فيروس كورونا التي ألزمت الجميع على التباعد الإجتماعي و الحجر المنزلي للحد من إنتشار العدوى ، و لضبط تأثير كورونا على ممارسات التجارة الإلكترونية خصصنا في المبحث الأول شروط ممارستها و أطرافها من حيث الأخطار التي يواجهونها و حمايتهم القانونية ، أما بالنسبة للمبحث الثاني سنتعرض فيه إلى الدفع و التسويق الإلكتروني من حيث المفهوم و نطاقهما في ظل جائحة فيروس كورونا .

المبحث الأول : تأثير جائحة كورونا على شروط ممارسات التجارة الإلكترونية و على أطرافها .

يعد تنظيم التجارة الإلكترونية من أهم موضوعات التي نالت إهتمام جل تشريعات دول العالم ، نظرا لدورها في رقي و تقدم الإقتصاد الوطني للدول وهذا ما دفع المشرع الجزائري من خلال القانون 18-05 إلى التركيز على شروط ممارستها بالشكل الذي يحقق الأمان القانوني ، و خصّ الذكر أيضا على أطرافها "المورد الإلكتروني" و "المستهلك الإلكتروني" بإعتبارهما أساس ممارسة التجارة الإلكترونية ، بحيث أقر القانون السالف الذكر إلتزامات كل منها على الآخر من خلال نصوص مواده .

حظي المستهلك الإلكتروني بحماية كبيرة نظرا للمخاطر التي يقع فيها كالتدليس، الغش، الإحتكار و الخداع و مع ظهور وباء كورونا إزدادت عمليات التجارة الإلكترونية و أصبح المستهلك الإلكتروني أكثر عرضة لذلك ، لكن المورد الإلكتروني لم يحظى بالحماية الكافية في قانون التجارة الإلكترونية ، على عكس المستهلك الإلكتروني بإعتباره الطرف الأقوى في العلاقة التجارية .

لذلك سيتم التعرف على شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في ظل القانون 18-05 في المطلب الأول ، ثم بيان الحماية القانونية لطرفي عقد الإستهلاك الإلكتروني و إلتزامات كل طرف على الآخر و المخاطر التي يواجهونها في ظل جائحة كورونا في المطلب الثاني .

المطلب الأول: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

يتطلب لممارسة التجارة الإلكترونية مجموعة من الشروط نصت عليها مواد القانون 18-05 المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ، وتختلف من شروط شكلية وأخرى موضوعية وسيتم التعرف عليها بالتفصيل من خلال الفرع الأول و الثاني وأخيراً سنتطرق إلى مدى تأثير جائحة كورونا في هذه الشروط.

الفرع الأول: الشروط الشكلية لممارسة التجارة الإلكترونية

تدخل المشرع الجزائري في تنظيم هذا النوع من النشاط التجاري نظراً لممارسته بصفة غير منتظمة بحيث إستوجب توافر شروط من خلال نص المادة 08 الفقرة 01 من القانون 18-05 كما يلي :

" يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية ، حسب الحالة ، و لنشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنت ، مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz"¹ وتتص الفقرة الثانية من ذات القانون على " يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني

¹ - المادة 1/8 من القانون 18-05 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته¹ كما تنص المادة 9 من نفس القانون على " تنشأ بطاقة وطنية وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري ، تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية . لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع إسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري ، تنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الإتصالات الإلكترونية و تكون في متناول المستهلك الإلكتروني² و قبل التطرق إلى توضيح هذه الشروط الشكلية نشير إلى التعريف القانوني لإسم النطاق والذي عرفته المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية، " عبارة عن سلسلة أحرف و / أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني³ وإنطلاقا من نص المادتين السابقتين "8" و "9" تحدد الشروط الشكلية لممارسة نشاط التجارة الإلكترونية بالقيام بإجراءات يقوم بها المورد الإلكتروني من جهة ، و المركز الوطني للسجل التجاري من جهة أخرى.

أولا : من جانب المورد الإلكتروني :

حتى يباشر المورد الإلكتروني نشاطا في التجارة الإلكترونية و يكون عمله في إطار القانون لابد من إتباع ما أقره المشرع الجزائري .
أول ما يقوم به المورد الإلكتروني هو تسجيل نشاطه في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية حسب الحالة ، ثم ضرورة نشره في موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنت ، مستضاف في الجزائر بإمتداد com.dz و أخيرا ضرورة إيداع إسم نطاق نشاطه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري .

1- التسجيل في سجل تجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية حسب الحالة :

يعتبر التسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية إجراء قانونيا إلزاميا، يتوجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يرغب في ممارسة هذا النشاط باسمه و لحسابه

¹ - المادة 2/8 من القانون 05-18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

² - المادة 09 من القانون 05-18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

³ - المادة 06 من القانون 05-18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

الخاص أن يصرح تحت مسؤوليته لدى هيئة إدارية رسمية مختصة ، تمسك سجلا خاصا بذلك ، وتتولى تدوين تصريحاته تثبيتا للحقوق و حماية للمصالح¹.

أ- تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل تجاري:

يلزم المشرع الجزائري كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في ممارسة نشاط تجاري بالقيود في السجل التجاري بناء على المادة 01/04 من قانون 08-04 بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، حتى تكون ممارسته للتجارة مشروعة و نزيهة تمكنه من الإستفادة من الحماية القانونية².

و بموجب المادة 05 مكرر من القانون رقم 06-13 المعدل والمتمم للقانون رقم 08-04 التي تنص على مايلي: " يمكن القيد في السجل التجاري بالطريقة الإلكترونية. يمكن إصدار مستخرج السجل التجاري بواسطة إجراء إلكتروني ، يحدد نمودجه عن طريق التنظيم"³ أصبح من الممكن التسجيل في السجل التجاري إلكترونيا .

فهو ما أكدت عليه كذلك المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 15-111 الذي يحدد كفيات القيد و التعديل و الشطب في السجل التجاري ، التي نصت على إمكانية التسجيل في السجل التجاري و إرسال الوثائق المتعلقة بها بالطريقة الإلكترونية .

إلى جانب إصدار المشرع الجزائري للمرسوم التنفيذي رقم 18-112 و الذي يهدف إلى تحديد مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني .

تنص المادة 07 من القانون 18-112 المعدل و المتمم على مايلي : " على التجار غير الحائزين السجل التجاري المزود بالرمز الإلكتروني "س.ت.إ" طلب تعديل مستخرجات سجلاتهم التجارية لدى فروع المركز الوطني للسجل التجاري المختصة إقليميا ، بغرض الحصول على الرمز الإلكتروني "س.ت.إ". تظل مستخرجات السجل التجاري غير المزودة بالرمز الإلكتروني ، صالحة لمدة سنة واحدة

¹ - نورالدين فاسل ، السجل التجاري و سجل الصناعة التقليدية و الحرف كآلية ضرورية لضبط الأنشطة التجارية والحرفية و توجيهها ، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية ، العدد 12 ، المجلد 5 ، جامعة الجزائر 01 ، نوفمبر 2018 ، ص 61 .

² - كريم كريمة ، إستعمال تكنولوجيا المعلوماتية و عمليات القيد في السجل التجاري ، مجلة معارف ، قسم العلوم القانونية ، العدد 24 ، جامعة البويرة ، الجزائر ، جوان 2018 ، ص 69 .

³ - قانون رقم 08-04 المؤرخ في 14 غشت 2004 ، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، الجريدة الرسمية ، العدد 52 ، الصادرة في 18 غشت 2004 ، المعدل و المتمم بالقانون 06-13 المؤرخ في 23 يوليو 2013 ، الجريدة الرسمية العدد 39 المؤرخة في 31 يوليو 2013 .

إبتداء من نشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية.¹ وهذا الرمز الذي إشتراطه المشرع الجزائري يتمثل في شفرة بيانية تتضمن معطيات مشفرة حول التاجر كما صرح المشرع ضمن نص المادة 5 و 6 من ذات المرسوم أن قراءة الرمز تكون بأي جهاز مزود بنظام إلتقاط الصور بواسطة تطبيق يحمل مجانا من البوابة الإلكترونية لمركز السجل و أي تلف يلحق به يجعل مستخرج السجل التجاري الإلكتروني غير صالح².

والملاحظ أن السجل التجاري الإلكتروني له أهمية كبيرة نظرا لوظيفته الإشهارية و الوظيفية التنظيمية أو القانونية .

ب- التسجيل في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية :

يجب هنا على كل حرفي سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا يرغب في ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية أن يسجله في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية لكي تكون ممارسته في إطار النزاهة و المشروعية .

2- نشر نشاط التجارة الإلكترونية في موقع الإلكتروني أو صفحة إلكترونية :

أوجب المشرع الجزائري إجراء شكلي آخر لممارسة التجارة الإلكترونية و هو ضرورة نشر هذا النشاط في موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنت ، مستضاف في الجزائر بإمتداد com.dz مع إشتراط أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد على وسائل تسمح بالتأكد من صحته ، بمعنى أن يكون له إسم نطاق خاص به ، إذ يعتبر هذا الأخير بوابة الوصول إلى المواقع الإلكترونية التجارية التي تعد من مرتكزات سياسة الشركات التجارية التي تتم عبر الإنترنت ، و ذلك أكسبه قيمة و مكانة كبيرة³.

3- إيداع إسم نطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري :

على كل مورد إلكتروني إيداع إسم نطاق نشاطه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري حتى يمكنه مزولة نشاط التجارة الإلكترونية، وقد يتم تعليق تسجيل إسم النطاق كعقوبة من طرف الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة و هذا حسب المادة 42 من

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 18-112 مؤرخ في 5 أبريل 2018 ، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني ، الجريدة الرسمية ، العدد 21 ، الصادرة بتاريخ 11 أبريل 2018 .

² - مزوز صورية و فيلاي بومدين ، السجل التجاري الإلكتروني في القانون الجزائري ، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية و السياسية ، العدد 02 ، المجلة 06 ، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، جانفي 2022، ص 469 .

³ - تيان أسعيد و بقة عبد الحفيظ ، ضوابط ممارسة التجارة الإلكترونية طبقا للقانون 18-05 ، مجلة الصدى للدراسات القانونية و السياسية ، العدد الرابع ، جامعة الجيلالي بونعامة ، خميس مليانة ، الجزائر ، سبتمبر 2020 ، ص 93 .

القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية و التي تنص على التعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، يقترح توفير سلع و خدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته¹.

وتنص المادة 43 من ذات القانون على تعليق إسم نطاق المورد الإلكتروني تحفظيا عندما يرتكب أثناء ممارسة نشاطه لمخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل وفق ماجاء في قانون الممارسات التجارية، وهنا لا يمكن أن يتجاوز مدة التعليق 30 يوما².

ثانيا: من جانب المركز الوطني للسجل التجاري :

إذا ما تبين للمركز الوطني للسجل التجاري أن المورد الإلكتروني قد إستوفى في الشروط الموضوعية و إلتزم بالإجراءات الشكلية المطلوبة للممارسة التجارية الإلكترونية فإن المركز و حسب المادة 09 من قانون التجارة الإلكترونية يتوجب عليه إدخال هذا المورد ضمن بطاقة و طنية خاصة بالموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري، أو في سجل الصناعات التقليدية و الحرفية و الهدف من ذلك إضفاء الطابع القانوني لهذا النشاط، و تنشر تلك البطاقة عن طريق الإتصالات الإلكترونية لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني³.

تعد هذه البطاقة إجراء شكلي لمزاولة المورد الإلكتروني لنشاط التجارة الإلكترونية و يحمي بواسطتها المستهلك الإلكتروني نظرا لخاصية العننية التي تتمتع بها و هذا ما يحقق مبدأ الشفافية في التعاملات التجارية الإلكترونية.

الفرع الثاني: الشروط الموضوعية لممارسة التجارة الإلكترونية:

أغلب القوانين الوطنية إستبعدت تطبيق القواعد الخاصة بالعقود الإلكترونية على بعض التصرفات القانونية الهامة ونصت على إبرامها في الشكل التقليدي دون الشكل الإلكتروني، باعتبار أن هذه الأمور ليست متعلقة بالنشاط التجاري و ليس لها علاقة بالمعاملات التجارية الإلكترونية، و إنما هي فقط مجرد تصرفات مدنية أو شخصية كالزواج و الوصية، أو لكونها تصرفات تتطلب توفر ركن

¹ - المادة 42 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سبق ذكره.

² - المادة 43 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سبق ذكره.

³ - عباس فريد و رحالي سيف الدين، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 05-18، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 8، المركز الجامعي مرسلني عبد الله، تيبازة، الجزائر، جانفي 2020، ص 84.

الشكلية لصحتها ومثل ذلك تسجيل العقار أو رهن السفينة¹ وفي هذا الصدد منع المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية بعض المعاملات من إبرامها في الشكل الإلكتروني وذلك بموجب المادة الثالثة والمادة الخامسة منه.

أولاً : المعاملات المستبعدة من خضوعها للتعامل الإلكتروني بموجب المادة الثالثة :

تنص المادة الثالثة من قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه " تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع و التنظيم المعمول بهما .

غير أنه، تمنع كل معاملة عن طريق الإتصالات الإلكترونية تتعلق بما يلي :

لعق القمار و الرهان و اليانصيب ، المشروبات الكحولية و التبغ، المنتجات الصيدلانية، المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به، كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي، تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الإتصالات الإلكترونية إلى الحقوق و الرسوم التي ينص عليها التشريع و التنظيم المعمول بهما"²

و من تحليلنا لنص المادة أعلاه يتبين لنا أن المشرع الجزائري حظر على سبيل الحصر لا المثال بعض المعاملات من ممارستها في إطار التجارة الإلكترونية باعتبارها غير تجارية أو غير مشروعة وسنوضح ذلك فيما يلي:

1- حظر لعب القمار والرهان و اليانصيب:

فيما يخص اليانصيب فقد إشتهرت فكرته و أصبحت متداولة عبر الإنترنت و المشكلة أنه تم إستغلالها في عمليات الإحتيال على الأشخاص و الكذب عليهم بواسطة رسائل البريد الإلكتروني .

أما لعب القمار و الرهان فهو من الممارسات الممنوعة باستثناء الرهان الخاص بالمسابقة والرهان الرياضي الجزائري ، حيث تنص المادة 612 من القانون المدني على مايلي: " يحظر القمار والرهان، غير أن الأحكام الواردة في الفقرة السابقة لا تطبق على الرهان الخاص بالمسابقة و الرهان الرياضي الجزائري"³.

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني ، الطبعة الثانية ، دار الفكر الجامعي الإسكندرية ، 2011 ، ص 195 .

² - المادة 03 من القانون 18-05 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

³ - المادة 612 من الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني ، مصدر سبق ذكره .

2- حظر التعامل بالمشروبات الكحولية والتبغ:

منع المشرع الجزائري الترويج و الإشهار لمواد التبغ و كذا المشروبات الكحولية طبقا للمادتين 51 و 60 على التوالي من القانون رقم 18-11 المتعلق بالصحة¹، إذ تقر المادة 51 على انه "يمنع كل شكل من أشكال الترويج و الرعاية و الإشهار لفائدة مواد التبغ"، أما المادة 60 تنص على أنه "يمنع الترويج و الرعاية والإشهار للمشروبات الكحولية و لكل مادة أخرى معينة و مصنعة مضرّة بالصحة".

3 - حظر التعامل بالمنتجات الصيدلانية:

تنص المادة 237 في فقرتها من قانون الصحة على منع الإشهار للمواد الصيدلانية و الترويج إتجاه المستهلكين و التي نصت على انه "يمنع الإشهار للمواد الصيدلانية و الترويج لها إتجاه الجمهور بكل الوسائل الإعلامية"².

4- حظر التعامل بالمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية :

حظر المشرع هنا مثلا عرض منتج ذو علامة تجارية مقلدة لعلامة حقيقية لمنتج أصلي لان هذا يعتبر مساس بالحقوق الإستثنائية المخولة لمالك العلامة الأصلية، و يعتبر هذا جنحة تقليد طبقا للمادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والتي نصت على أنه " مع مراعاة أحكام المادة 20 أعلاه ، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة، يعد التقليد جريمة يعاقب عليها في المواد 27 إلى 33 أدناه"³

5- حظر التعامل بكل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به:

و مثال ذلك منع الترويج بالمخدرات .

6- حظر التعامل بكل سلعة أو خدمة تستوجب عقد رسمي :

ومثال ذلك رهن سفينة أو تسجيل عقار .

غير أن هناك من الآراء الفقهية التي ترى إمكانية إبرام العقود التي تتطلب الرسمية إلكترونيا ، لا سيما و قد ظهرت مهنة جديدة في مجال المعاملات الإلكترونية و هي مهنة الموثق الإلكتروني⁴.

ثانيا : المعاملات المستبعدة من خضوعها للتعامل الإلكتروني بموجب المادة الخامسة :

¹ - المادتين 51 و 60 من القانون 18-11 المتضمن قانون الصحة الجزائري ، مصدر سبق ذكره .

² - المادة 1/237 من القانون 18-11 ، المتضمن قانون الصحة الجزائري ، مصدر سبق ذكره .

³ - الأمر رقم 03-06 المؤرخ في يوليو سنة 2003 ، يتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية ، العدد 44 ، الصادرة بتاريخ 23 يوليو سنة 2003 .

⁴ - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص199.

تنص المادة 05 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه:

" تمنع كل معاملة عن طريق إتصالات إلكترونية في العتاد و التجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، و كذا كل المنتجات و/ أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني و النظام العام و الأمن العمومي"¹ من خلال تحليلنا لنص المادة أعلاه يتضح لنا أن المشرع الجزائري قد حظر التعامل إلكترونيا بالمنتجات الحساسة، و كذا المنتجات التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني و النظام العام و الامن العمومي، و قد عرف المشرع المنتجات الحساسة بموجب المادة 02 في فقرتها الاولى من المرسوم التنفيذي رقم 09-410 الذي يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة كما يلي: " يقصد "بالتجهيزات الحساسة" في مفهوم هذا المرسوم" كل عتاد يمكن أن يمس إستعماله غير المشروع بالأمن الوطني و بالنظام العام"².

الفرع الثالث : شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا:

لا شك أن فيروس كورونا قد أحدث تغييرات كبيرة في جميع مجالات الحياة وأدخل العالم في أزمة إقتصادية، مالية و صحية بحيث إعتبر أشد وأعنف أزمة حدثت في تاريخ البشرية، والتي أدت إلى إثارة حالة من الهلع و الخوف الشديد نتيجة فقدان السيطرة عليه و خروج مسرى الحياة عن مسارها الإعتيادي، واتساع أجواء حالة عدم يقين بالمستقبل، فكان للجائحة أثر كبير على مختلف القطاعات وهو مادفع وزارة الصحة لإعلان مجموعة من التدابير الوقاية في شكل مراسيم تنفيذية للحد من إنتشار الفيروس وضمان التباعد الإجتماعي، نجد قطاع التعليم مثلا تم إنتهاج سياسة التعليم عن بعد في منصات رقمية عبر شبكة الإنترنت لضمان إستمرارية الدراسة و حماية المواطنين في نفس الوقت ، فيما يخص قطاع التجارة فهناك أيضا مجموعة التعليمات الموجهة للتجار كلبس الأقنعة الواقية و الغلق الفوري للمحلات التجارية عند وصول وقت الحجر المنزلي، والملاحظ هنا أن المشرع أبدى إهتمامه بالتجارة بصفة عامة و لم يخص بالذكر التجارة الإلكترونية ، بالرغم من أهميتها الكبيرة في رفع نسبة المعاملات التجارية و نمو الإقتصاد الدولي ، بحيث كانت الأداة الوحيدة و الحل الأمثل للمستهلكين لبيع و تسويق منتجاتهم من خلال الفضاء الرقمي، وهذا ما يدعو إلى الإلتفاف لموضوع التجارة الإلكترونية بما فيها من ممارسات وأنشطة مختلفة و توفير الآليات اللازمة لتبني التعامل بها، بالإضافة إلى بذل المزيد من الجهود على

¹ - المادة 05 من القانون 18-05 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مصدر سبق ذكره .

² - المرسوم التنفيذي رقم 09-410 مؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2009 ، يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة ، الجريدة الرسمية ، العدد 73 ، الصادرة بتاريخ 13 ديسمبر 2009 .

تحسين النصوص القانونية المتعلقة بها، كون أن القانون 18-05 لم يعدل منذ سنة 2018 و لم يصدر بمناسبة أي مرسوم متعلق بجائحة فيروس كورونا .

تقوم التجارة الإلكترونية على طرفين أساسهم هما المورد الإلكتروني سواء كان الشخص طبيعي أو معنوي يقوم بتقديم الخدمات وتسويقها عبر الوسائط الإلكترونية و الطرف الثاني هو المستهلك الإلكتروني كشخص طبيعي أو معنوي يتلقى المنتج أو الخدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية و باعتباره مهم في المعاملة التجارية قام المشرع الجزائري بتوفير الحماية الكافية وعليه سنتناول في هذا المطلب الحماية القانونية لكل الطرفين في الفرع الأول و الفرع الثاني سنتحدث عن التزامات الواقعة على عاتق كل من المستهلك الإلكتروني و المورد الإلكتروني أما في الفرع الثالث سنوضح أهم المخاطر التي يتعرض لها كل منهما .

المطلب الثاني : تأثير جائحة كورونا على أطراف التجارة الإلكترونية :

- سنتطرق في هذا المطلب إلى الحماية القانونية لأطراف التجارة الإلكترونية :

الفرع الأول : الحماية القانونية لأطراف التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا

يتمتع أطراف التجارة الإلكترونية و على رأسها المستهلك الإلكتروني من خلال هذا المطلب سنتحدث عن حمايته أولا و ثانيا المورد الإلكتروني.

أولا : الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني :

- سنذكر أهم ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني:

1- ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني قبل التعاقد:

يستوجب وضع آليات لحماية للمستهلكين في الفترة التي تسبق التعاقد عبر الإنترنت.

أ- حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام السابق عن التعاقد :

يعتبر الحق في الإعلام السابق عن التعاقد من أبرز الآليات القانونية في مجال حماية المستهلك بصفة عامة و يكون مطلوبا أكثر في مجال العقد الإلكتروني أمام الإقبال الواسع و المفتوح عليه بسبب أزمة كورونا و ما نجم عنها من الحجر الصحي¹، حيث يشكل الحماية القانونية من مختلف المخاطر المحتملة و مساعدة المستهلك الإلكتروني على إتخاذ القرار السليم حول إقدامه على التعاقد الإلكتروني من عدمه

¹ - حساين عومرية ، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل جائحة كوفيد 19 ، مجلة الإجتهد القضائي ، العدد

02 ، المجلد 13 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، أكتوبر 2021 ، ص 430 .

مما يقتضي وجود نظام وقائي ، يهدف إلى تحميل الطرف القوي واجب الإعلام و التبرص قبل التعاقد¹ ومن هنا يمكن تعريف لإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت على أنه : "إلتزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني يلتزم بموجبه أحد الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع تقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب بكل شفافية و أمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة"² وقد حدد المشرع الجزائري قواعد وقائية تهدف إلى حماية المستهلك من أي خطر قد يلحق به جراء التعامل بوسائط إلكترونية ضمن أحكام المادة 10 و 11 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية³.

ب- حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد :

يعد حق العدول أحد الضمانات المكرسة قانونا وهو أكثر وسائل حماية المستهلك الإلكتروني ملائمة لخصوصيات العقد نظرا لأن هذا الأخير لا تتوفر له الإمكانية الفعلية لوقاية السلع و التحقق من الأداء المناسب للخدمات بسبب الحجر الصحي الذي وجد نفسه يعيشه بسبب الجائحة⁴. حيث يمكن تعريف حق العدول عن التعاقد بأنه: " أحد الآليات القانونية الحديثة التي أوجدها المشرع الجزائري لغرض توفير الحماية اللازمة والفعالة للمستهلك في هذه المرحلة"⁵.

كما يمكن تعريف العدول عن العقد الإلكتروني بأنه: " حق المستهلك في التحلل من العقد الذي أبرمه عبر وسائل إتصال إلكترونية بإرادته المنفردة دون الحاجة إلى إثبات عيب أو خلل ما في السلعة أو الخدمة المتعاقد عليها و لا حتى ذكر سبب العدول و ذلك ضمن مدة معينة يحددها الإتفاق أو العرف أو القانون"⁶.

¹ - حكيمة دموش ، القواعد الوقائية لحماية المستهلك الإلكتروني ، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية ، العدد 04 ، المجلد 16 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، ديسمبر 2021 ، ص 495 .

² - حساين عومرية ، مرجع سابق ، ص 430 .

³ - المادة 10 و 11 من القانون 05-18 ، متعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

⁴ - حساين عومرية ، مرجع سابق ، ص 432 .

⁵ - معداوي نجيبية ، حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام و الحق في العدول عن التعاقد ، مجلد الفكر القانوني و السياسي، العدد 1 ، المجلد 6 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة عمر تليجي ، الاغواط ، الجزائر ، ماي 2022 ، ص 652 .

⁶ - معداوي نجيبية، مرجع سابق، ص 652 .

أما المشرع الجزائري فقد نص على حق العدول عن التعاقد من خلال المادة 11 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المتعلق بشروط و كفيات العروض في مجال القرض الإستهلاكي على أنه: "غير أنه يتاح للمشتري أجل للعدول مدة (8) أيام عمل، تحسب من تاريخ إمضاء العقد ، طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما"¹.

كما تم تعريفه بموجب قانون حماية المستهلك و قمع الغش 09-03 المعدل في 2018 بالقانون 18-09 في نص المادة 19 فقرة 02 " العدول هو حق المستهلك التراجع عن إقتناء منتج ما دون وجه سبب ، للمستهلك الحق في العدول عن إقتناء منتج ما ضمن إحترام شروط التعاقد و دون دفعه مصاريف إضافية تحدد شروط و كفيات ممارسة حق العدول و كذا آجال و قائمة المنتجات المعنية عن طريق التنظيم"².

- كما نجد المشرع الجزائري أشار إلى حق العدول في المادة 23 من 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية التي تتيح للمستهلك إعادة في غلافها الأصلي خلال مدة 4 أيام إبتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع الإشارة إلى سبب الرفض و تكون إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني³

2- ضمانات حماية المستهلك الإلكتروني عند إبرام العقد الإلكتروني:

إن مرحلة إبرام العقد هي من أخطر المراحل باعتبار أن المستهلك الإلكتروني قد يقدم على إبرام العقد دون العلم بمساوئه، أو يضطر إلى التوقيع على عقود نموذجية معدة سلفا من قبل المهني تحتوي على شروط تعسفية تجعل من العقد غير متوازن بين الأطراف⁴.
وتتمثل هذه الضمانات فيما يلي:

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 15-114 ، المؤرخ في 12ماي 2015 ، المتعلق بشروط و كفيات العروض في مجال القرض الإستهلاكي ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 24 مؤرخة في 13 ماي 2015

² - قانون رقم 09-03 ، المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 15 مؤرخة في 08 مارس 2009 .

³ - معداوي نجيبة ، مرجع سابق ، ص 654 .

⁴ - صراح خوالف ، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري ، مجلة الفقه القانوني و السياسي ، العدد 01 ، المجلد 01 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة ابن خلدون ، تيارت ، الجزائر ، بدون سنة نشر ، ص 239 .

أ- حماية رضا المستهلك في عقد الإلكتروني:

مكن المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني من الحماية القانونية والتي تتمثل في تخويله إبطال العقد الإلكتروني نتيجة وقوعه في عيب من عيوب الإرادة التي تمثل أبرزها في الغلط و التدليس و تتجلى هذه الحماية في إلزام المورد الإلكتروني إعلام المستهلك الإلكتروني حول بيانات المنتج و إلا اعتبر ذلك قرينة للإيقاع المستهلك ضحية الغش والتدليس¹.

ب- حماية المستهلك الإلكتروني من الشروط التعسفية :

لم يعرف المشرع الجزائري الشروط التعسفية بموجب القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلا أنه عرفها بموجب المادة 03 من القانون 04-02 المحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية على أنها "كل بند أو شرط بمفرده أو مشترك مع بند آخر أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنها الإخلال بالظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات الأطراف"².

3- ضمانات حماية المستهلك عن تنفيذ العقد الإلكتروني :

منح المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني العديد من مظاهر الحماية خلال مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني المنصب على السلع أو الخدمات التي يجعل عليها المستهلك الإلكتروني و من أهمها: منحت المادة 14 من القانون رقم 18-05 المستهلك حق إبطال العقد أو طلب التعويض عن الضرر الذي لحق به جراء مخالفة المورد الإلكتروني للبيانات الواردة في المادة 13 أو مخالفته بمضمون المادة 10 التي كرسست إلزام المورد بتقديم عرض إلكتروني قبل أي عملية تعاقدية مع توثيق المعاملة التجارية بعقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني³.

بالإضافة إلى الإلتزامات التي هي على عاتق المورد في عقود الإستهلاك سواء التقليدية منها أو الإلكترونية ، فإنه يوجد إلتزامين مرتبطين بالعقود الإلكترونية و يوفران حماية إضافية خاصة للمستهلك

¹ - هبة حمزة و بن قادة محمود أمين ، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني و فقا القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مجلة القانون الدولي و التنمية ، العدد 01 ، المجلد 8 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة عبد الحميد ابن باديس ، مستغانم ، الجزائر ، جوان 2020 ، ص 201 .

² - المرجع نفسه، ص 201.

³ - أحسن غربي، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر، اليوم الدراسي المعنون ب: ضوابط حماية البيئة في

المعاملات التجارية الإلكترونية ديسمبر 2020 ، ص 13

الإلكتروني الذي اضطرته الجائحة إلى اللجوء إلى مثل هذا التعاقد أهمها: حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني و حماية التوقيع الإلكتروني للمستهلك¹.

ثانيا: الحماية القانونية للمورد الإلكتروني:

بالرغم من إنتشار جائحة كورونا والمخاطر وما تستدعيه من إجراءات التباعد للحفاظ على صحة الأفراد كما يعتبر المورد الإلكتروني من أهم أطراف التجارة الإلكترونية إلا أنه لم يحض بالحماية القانونية الكافية من طرف التشريع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية و عليه كان من الضروري توفير الحماية اللازمة و حماية الموردين من الأخطار التي قد يتعرض لها مستقبلا مثل ما حظي بها المستهلك الإلكتروني .

الفرع الثاني : إلتزامات أطراف التجارة الإلكترونية

أولا : إلتزامات المورد الإلكتروني

سنتطرق فيما يلي تعريف المورد الإلكتروني و ثم ذكر أهم إلتزاماته:

1- تعريف المورد الإلكتروني:

يعرف المورد الإلكتروني في نص المادة 06 من القانون التجارة الإلكترونية 05-18 على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو إقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الإتصالات الإلكترونية"².

وبالتالي يعتبر طرفا في عقد الإستهلاك الإلكتروني و يقع على عاتقه مجموعة من الإلتزامات المتعلقة بالتعاقد و التي تهدف إلى حسن تنفيذ العقد في كل مراحله³.

2- إلتزام المورد بإعلام المستهلك قبل التعاقد الإلكتروني:

فهو إلتزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني بإعتبره محترفا ، يلتزم بالإدلاء بالمعلومات الجوهرية عن محل التعاقد بكل صدق ووضوح ، حتى تستنير إرادته و يقبل على التعاقد بإرادة واعية و يتمكن من التمييز بين ماهو معروض و التعرف على أفضل ما يحتاجه⁴.

¹ - حساين عومرية ، مرجع سابق ، ص 432 .

² - المادة 06 من القانون 05-18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

³ - قالية فيروز ، إلتزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 05-18 يتعلق بالتجارة الإلكترونية مجلة القانون و المجتمع ، العدد 02 ، المجلد 08 ، جامعة أحمد دراية ، أدرار ، الجزائر ، 2020 ، ص 389 .

⁴ - المرجع نفسه، ص 390 .

و لقد إهتم المشرع الجزائري بحق المستهلك في الإعلام سواء كان مستهلكا عاديا أو إلكترونيا¹ في نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري و التي تنص على الحق في العلم الكاف² كما نص المشرع الجزائري على إلزامية إعلام المستهلك في المادتين 17 و 18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش³، كما نص المرسوم التنفيذي رقم 13-378 في المادة 15/3 على أن إعلام المنتوجات: "الإعلام حول المنتوجات هو كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك أو وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الإتصال الشفهي".⁴

كما نجد المشرع الجزائري نص على الإلتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني بإصدار القانون رقم 18-05 إذا أنفق على عاتقه المورد الإلكتروني مسؤولية إعلام المستهلك الإلكتروني بكل الشروط التعاقدية و بكل المعلومات و المواصفات الخاصة بالمنتوج محل الطلب، و ذلك بموجب نصوص المواد 11، 12 و 13 منه⁵.

3- الإلتزام بحسن تنفيذ الإلتزامات المترتبة على العقد :

الإلتزام بحسن تنفيذ الإلتزامات المترتبة عن العقد أمر مطلوب في كل عقد بيع حتى في البيع التقليدي عملا بنص المادة 107 من القانون المدني⁶ و كذلك نصت المادة 18 من القانون 18-05 على أنه: " ... يصبح المورد الإلكتروني مسؤول بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الإلتزامات المترتبة على هذا العقد ...".⁷

كما نصت المادة 19 " بمجرد إبرام العقد ، يلزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني"⁸ ، وهذا يعني ضرورة إرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني ليطلع على مضمون الإتفاق، وما يرتبه من إلتزامات لكل الطرفين و التأكد من المعلومات المتفق عليها،

¹ - بوعمامة عصام و شارف بن يحي ، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد و في ظل جائحة كورونا ، مجلة صوت القانون ، العدد 01 ، المجلد 08 ، جامعة الجبيلي بونعامة ، ، خميس مليانة ، الجزائر ، نوفمبر 2021 ، ص 81 .

² - المادة 352 من القانون رقم 75-58 ، المتضمن القانون المدني ، مصدر سبق ذكره .

³ - قانون رقم 09-03 ، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، مصدر سبق ذكره .

⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 13-378 ، مؤرخ في نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 58 ، مؤرخة في 18 نوفمبر 2013.

⁵ - بوعمامة عصام و شرف بن يحي ، مرجع سابق ، ص 72 .

⁶ - المادة 107 من القانون 75-58 ، متضمن القانون المدني ، مصدر سبق ذكره .

⁷ - المادة 18 من القانون 18-05 ، متعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

⁸ - المادة 19 من القانون 18-05 ، متعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

و التي كانت محل تفاوض بين الطرفين¹ ، كما يتم إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني و تسلم إلى المستهلك الإلكتروني طبقا للتشريع و التنظيم المعمول بهما و فقا لما نصت عليه المادة 20 من نفس القانون سالف الذكر²، و في حالة تسليم المورد الإلكتروني منتوجا أو خدمة لم يتم طلبها من طرف المستهلك الإلكتروني لا يمكنه المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف التسليم (المادة 21)، و في حالة عدم تسليم المنتج للمستهلك في الموعد المحدد أي إخلاله بأجال التسليم ، مما يخول للمستهلك الحق في إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه 04 أيام عمل من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج ، و يجب على المورد في هذه الحالة إرجاع للمستهلك الثمن الذي دفعه مع قيمة مصاريف إرسال المنتج و ذلك خلال 15 يوم من تاريخ إستلامه للمنتج و هذا إستنادا إلى المادة 22 قانون رقم 05-18³

3- الإلتزام بالتسليم المطابق :

يقوم المستهلك الإلكتروني بالشراء إستنادا إلى عرض أوصاف المبيع عبر الشبكة العنكبوتية و ان العرض غالبا ما يتناول ذات المبيع ، بل يرد على نموذج مصور و عرض لأوصافه فقط⁴. لذا يسمح للمستهلك إذا تسلم المنتج و هو غير مطابق لما هو معلن عنه أن يرفضه و هنا يجب على المورد الإلكتروني إستعادة سلعته طبقا لما جاء في المادة 23 من القانون 05-18 كما خول المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة بنفس الحالة التي كانت عليها وقت تسلمها أو في غلافها الأصلي لكن يجب عليه الإشارة إلى سبب رفض المنتج أنه غير مطابق للطلبية خلال مدة أقصاها (4) أيام عمل إبتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج⁵ ، و تكون إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني كما يلتزم برد المبالغ التي يكون المستهلك قد دفعها كمقابل للحصول على المنتج خلال خمسة عشر (15) يوما من تاريخ إستلامه هذا المنتج ، كما أنه إذا لحق ضرر بالمستهلك

¹ - سهام مبكر ، إلتزامات المورد في عقد البيع الإلكتروني طبقا لأحكام القانون رقم 05-18 ، مجلة الدراسات القانونية و المقارنة ، العدد 01 ، المجلد 07 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف ، الجزائر ، جوان 2021 ، ص ص 5 ، 24 .

² - المادة 20 من القانون 05-18 ، متعلق بالتجارة بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

³ - سي يوسف زاهية صورية ، تفعيل الإلتزامات المورد الإلكتروني ، آلية لحماية المستهلك الإلكتروني ، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية و الإقتصادية ، العدد 01 ، المجلد 11 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة تمنراست ، الجزائر ، 2022 ، ص 116 .

⁴ - سي يوسف زاهية صورية ، مرجع سابق ، ص 116 .

⁵ - المادة 23 من القانون 05-18 ، متعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

الإلكتروني نتيجة تسلمه لمنتوج غير مطابق للطبقة ، فيمكنه إلى جانب الخيار جزاء إلغاء الطلبية و إرجاع المبالغ المدفوعة المطالبة أيضا بالتعويض لجبر الضرر الذي لحقه من جزاء هذا الخطأ¹.

4- الإلتزام بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك :

تناول المشرع الجزائري تعريف المعطيات ذات الطابع الشخصي في نص المادة 03 من قانون 07-18 و التي جاءت كما يلي :

" كل معلومة بغض النظر عن دعائها متعلقة بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه و المشار إليه أدناه الشخص المعني بصفة مباشرة أو غير مباشرة ، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيومترية أو النفسية أو الإقتصادية أو الثقافية أو الإجتماعية " ²

يتعين على المورد الإلكتروني الإعلان عن البنود العقدية المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية ضمن العرض التجاري الإلكتروني، والتفديد بضوابط معالجة المعطيات الشخصية للمستهلك الإلكتروني.

كما تنص المادة 1/26 من قانون التجارة الإلكترونية الجزائري على انه: " ينبغي للمورد الإلكتروني الذي يقوم بجميع المعطيات ذات الطابع الشخصي و يشكل ملفات الزبائن و الزبائن المحتملين ، أن يجمع إلى البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية كما يجب عليه :

- الحصول على الموافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل جمع البيانات،

- ضمان أمن نظم المعلومات و سرية البيانات،

- الإلتزام بالأحكام القانونية التنظيمية المعمول بها في هذا المجال.

- يتم تحديد كفاءات تخزين المعطيات ذات الطابع الشخصي و تأمينها و فقا للتشريع و التنظيم المعمول بهما"³.

أخيرا يلتزم المورد الإلكتروني بالإعلان عن مختلف الجوانب المتعلقة بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك من خلال العرض الإلكتروني، يحقق فكرة الإعلام المسبق بمسألة مهمة من مسائل التعاقد، و

¹ - سيف الدين رحالي و فريد عباس ، إلتزام المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق للطلبية حماية للمستهلك الإلكتروني ، مجلة دائرة البحوث و الدراسات و القانونية و السياسية ، العدد 01 ، المجلد 06 ، جامعة مرسلتي عبد الله ، تيبازة ، الجزائر ، جانفي 2022 ، ص ص 426،427 .

² - قانون رقم 07-18 ، المؤرخ في 10 يونيو 2018 ، بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي ، الجريدة الرسمية رقم 34 ، مؤرخة في 10 يونيو 2018 .

³ - المادة 26 من القانون 05-18 ، متعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

يشكل أحد الضمانات القانونية التي تحمي حق المستهلك في الخصوصية المعلوماتية بالنسبة لسلامة معطاته الشخصية في إطار التجارة الإلكترونية¹.

5- إلتزام المورد الإلكتروني بحفظ سجلات المعاملة التجارية :

إستنادا لنص المادة 25 من قانون التجارة الإلكترونية يلتزم المورد الإلكتروني بحفظ السجلات الإلكترونية و آجال للتنظيم كصفات تطبيق هذه المادة ليصدر بعد ذلك المرسوم التنفيذي رقم 19-89 و الذي عرف في المادة 01/02 منه سجل المعاملات التجارية على أنه " ملف إلكتروني يودع فيه المورد الإلكتروني عناصر المعاملة التجارية".

و في الأخير على المورد الإلكتروني أن يلتزم بمراعاة إجراءات و ضوابط حفظ عناصر المعاملة التجارية الإلكترونية الذي يكون في شكلها الأصلي أو في شكل غير قابل للتعديل أو الإتلاف ضمنا لبقائها و فق ما تم التعامل عليه².

ثانيا : إلتزامات المستهلك الإلكتروني:

سنتطرق فيما يلي إلى تعريف المستهلك الإلكتروني و ثم ذكر أهم إلتزاماته .

1- تعريف المستهلك الإلكتروني:

المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري: عرفت المادة 06 من القانون التجارة الإلكترونية 18-05 المستهلك الإلكتروني بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي بعبوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الإتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الإستخدام النهائي"³. ما يمكن قوله من هذا التعريف أن المشرع الجزائري أخذ بالتعريف الموسع للمستهلك ، بحيث أقحم في تعريفه الشخص المعنوي بإمكانه أن يقتني سلع و خدمات لصالحه شأنه شأن الشخص الطبيعي بغرض الإستخدام النهائي⁴.

¹ - سهام قارون، إلتزام المورد الإلكتروني بحماية المعطات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، العدد 02 ، المجلد 07 ، جامعة سوق أهراس ، الجزائر ، جوان 2020 ، ص 1019 .

² - قالبة فيروز ، مرجع سابق ، ص 401

³ - المادة 06 من القانون 18-05 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

⁴ - زاوي رفيق و باقسام مريم و طهراوي حسان ، الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري ، مجلة البيان للدراسات القانونية و السياسية ، العدد 01 ، المجلد 03 ، كلية الحقوق و العلوم ، جامعة برج بوعرييج ، الجزائر ، جوان 2018 ، ص 56 .

2- الإلتزام بالوفاء الإلكتروني :

إذا كان المورد الإلكتروني ملزماً بتسليم الشيء المباع للمستهلك الإلكتروني، فإن هذا الإلتزام يقابله إلتزام المستهلك بسداد الثمن، فالإلتزام بدفع الثمن هو الإلتزام الجوهرى الذي يقع على عاتق المستهلك، وتخلف المستهلك عن تنفيذ إلتزامه بدفع الثمن يعطي للمورد الحق في حبس المبيع لحين السداد¹. ويلتزم المستهلك بدفع الثمن المتفق عليه عن طريق وسائل الدفع الإلكترونية المستحدثة في المعاملات الإلكترونية والتي من أهمها:

- الدفع عن طريق التحويلات المالية الإلكترونية .
- الشيكات الإلكترونية.
- النقود الإلكترونية.
- الاوراق التجارية الإلكترونية.
- البطاقات البنكية الإئتمانية وغير الإئتمانية².

كما نجد المشرع الجزائري نص على دفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه من خلال المادة 16 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية³.

3- الإلتزام بتسليم المبيع:

يعتبر إلتزام المستهلك بتسليم المبيع مقابل الإلتزام البائع بتسليم المبيع ، و قد يتسلم المشتري المبيع بطريقة فعلية أو حكمية أو إفتراضية . و تتم عملية التسليم بأن يضع البائع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يكون هذا متمكناً من حيازته حيازة يستطيع معها أن ينتفع به دون عائق⁴. كما يلتزم المستهلك الإلكتروني بإعادة السلعة في غلافها الأصلي الغير مطابقة للطلبية في مدة أقصاها 04 أيام مع الإشارة إلى سبب الرفض⁵.

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 195

² - المرجع نفسه، ص 127.

³ - المادة 16 من القانون 05-18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

⁴ - خالد ممدوح إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 201 .

⁵ - المادة 2/23 من قانون رقم 05-18 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

4- الإلتزام بتوقيع وصل الإستلام :

نصت المادة 17 من القانون 18-05 سالف الذكر على أن: " يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك الإلكتروني في توقيع و وصل الإستلام عند التسليم الفعلي للمنتج أو تأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني .

لا يمكن المستهلك الإلكتروني أن يرفض توقيع وصل الإستلام .

- تسلم نسخة من وصل الإستلام وجوبا للمستهلك الإلكتروني¹.

و عليه يقع على عاتق المستهلك الإلكتروني عند إستلام المنتج أو تأدية الخدمة توقيع وصل الإستلام ولا يحق له أن يرفض ذلك كما أنها تسلم نسخة منه إلى المستهلك الإلكتروني .

الفرع الثالث : المخاطر التي يواجهها أطراف التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا :

قبل التحدث عن المخاطر التي يواجهها أطراف التجارة الإلكترونية ينبغي تعريفها وتوضيحها:

أولاً : الغش التجاري :

1- تعريف الغش: هو خداع الشاري بتبديل ماهية المشتري أو تبديل صفاته ، و يمكن في الزراعة غش البذور و الأسمدة ، و علف الدواب وغيرها².

و عن أبي هريرة رضي الله عنه قال : (نهى رسول الله صلى الله عليه و سلم عن بيع الحصة ، وعن بيع الغرر) و الغرر من غره أي خدعه و أطعمه بالباطل ، رواه مسلم³ .

2- تعريف الغش التجاري : هو تزيف البضائع و عدم مطابقتها للمواصفات القياسية أو الغش، والشروع

في غش أحد المتعاقدين الآخرين في مقدار البضاعة، أو جودتها أو صفاتها الجوهرية ، أو ذاتيتها، أو في أمر آخر متعلق بالبضاعة ، أو تقديم بيانات تجارية غير حقيقية ، أو صحيحة عن السلع المروجة⁴.

كما تم تعريف الغش التجاري في القانون الإماراتي بأنه: " خداع أحد المتعاملين بأية وسيلة كانت

و ذلك بتبديل أو تغيير ماهية السلع أو مقدارها أو جودتها أو سعرها أو صفاتها الجوهرية أو منشئها أو مصدرها أو صلاحيتها أو أي أمر آخر متعلق بها أو تقديم بيانات تجارية غير صحيحة أو مظلمة عن

¹ - المادة 17 من القانون 18-05 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

² - أسامة خيرى ، الرقابة و حماية المستهلك ، الطبعة الأولى ، دار الراجحة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 ، ص 63 .

³ - المرجع نفسه ، ص 63

⁴ - المرجع نفسه ، ص 64 .

المنتجات المروجة، ويشمل ذلك التدليس والتقليد وغش الخدمة بعدم إتفاقها مع القوانين النافذة بالدولة أو إنطوائها مع بيانات كاذبة أو مظلمة¹.

وبالرجوع إلى الشريعة نجد أن الغش حرم في المعاملات التجارية التي ينبغي أن يسودها الصدق والأمانة حيث أوصى الرسول صلى الله عليه و سلم الصادق الأمين بصفته كتاجر إذ قال في حديثه: " من غشنا فليس منا" كما قد نص القرآن الكريم و السنة النبوية عن الغش والخداع² في قوله تعالى: " ويل للمطففين الذين اذا إكتالو على الناس يستوفون و إذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون، ألا يظن أولئك أنهم مبعثون ليوم عظيم يوم يقوم الناس لرب العالمين"³.

3- تجريم الغش التجاري في القانون الجزائري :

نص قانون العقوبات الجزائري في المادة 433 على مختلف أنواع الغش سواء تعلق بالمواد الغذائية أو الطبية للإنسان أو الحيوانات المغشوشة أو الفاسدة ، كذلك نصت على عقوبة الغش المتمثلة في الحبس و الغرامة المالية كما نصت المادة 434⁴، على أقصى العقوبات المنصوص عليها في المواد السابقة كما تضمن قانون حماية المستهلك و قمع الغش في الفصل الثاني منه تحت عنوان المخالفات و العقوبات مجموعة من الأفعال ذات الطابع الجزائي⁵ .

4- مكافحة الغش التجاري:

إهتمت دول العالم وعلى رأسها الجزائر بصحة و سلامة حياة الإنسان حيث قامت من أجل حمايته من شتى انواع الغش بإنشاء المرافق الخدماتية و العلاجية تحت تصرفه و من أجل مراقبته شكلت الهيئات و اللجان الرقابية .

¹ - عواطف زرارة ، مكافحة الغش التجاري في ظل أزمة كوفيد 19 من دولة الإمارات العربية المتحدة ، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية ، عدد خاص ، المجلد 01 كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة تيزي وزو ، ماي 2021 ص 25 .

² - غزيوي هندا ، الغش التجاري بين التجريم و المواجهة ، كلية الحقوق ، جامعة 20 أوت 1955 ، سكيكدة ، الجزائر ، دون سنة النشر ، ص 4 .

³ - سورة المطففين ، الآية 6.

⁴ - الأمر رقم 66-156 الصادر في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات ، جريدة رسمية عدد 49 ، الصادرة في 11 جوان 1966.

⁵ - غزيوي هندا ، مرجع سابق ، ص 5.

ومن بين أهم القوانين و المراسيم التي وضعتها لتحدي المخالفين و حماية المستهلكين قانون حماية المستهلك الصادر 2021 و الذي ضاعف في العقوبات المقررة لمخالف هذا القانون¹ .

ثانيا : الخداع التجاري

يعرف الخداع على انه: " القيام بأعمال و أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته أو إلباسه مظهرا مخالفا لما هو عليه في الحقيقة و الواقع"².

بمعنى يشمل الخداع كل ما يندرج تحت إسم سلعة أو بضاعة أيا كان مجال إستعمالها³ .
وهنا سنتحدث على نوعين من الخداع التجاري:

أولا : الخداع الإشهاري

1- **تعريف الخداع الإشهاري :** يشمل عدة مصطلحات كالإشهار المظلل، الإشهار الخادع، الإشهار غير نزيه ، الإشهار غير شرعي و يعرف على أنه: " الذي يقوم على إغراء المستهلك بإقتناء سلعة معينة و تفضيلها على ماعداها " و تتمثل أطراف الخداع الإشهاري في الوكالة الإشهارية و مساعدتها وكذا المعلنون عن الإشهار كذلك هم المسؤولين عن الإشهارات الخادعة و حتى أصحاب الحوامل الإشهارية⁴.

2- **أساليب الخداع الإشهاري:** ومن أهم الأساليب الشائعة نجد مايلي :

- أ- **إدعاءات فردية:** وهنا تتضمن الرسائل الإشهارية تأكيد على ان السلعة فردية و لا وجود لغيرها في السوق من منتجات و تكون هذه الإدعاءات في مميزات المنتج ، مكوناته، أصله ، تاريخ صنعه ..إلخ⁵
- ب- **الإشهار التليفزيوني:** حيث يركز عليه جدا في المنظمات التجارية التي تنتهج الخداع الإشهاري منهج لها و يشمل أسلوب هذا الإشهار في إبراز مزايا و منافع المنتج بصورة مبالغة فيها .
- ج- **التخفيضات الوهمية:** إستخدام مصطلحات (تخفيضات) أو مجاني لإغواء المستهلك لإقتناء المنتج و هي في الواقع غير حقيقية فلا بد من التنويه أن هناك حالات يكون فيها التخفيض وهمي.

¹ - غزيوي هنده، مرجع سابق ، ص 12 .

² - مريم شبيح ، قمع الغش في إطار قانون حماية المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، كلية الحقوق و العلوم

السياسية ، جامعة العربي بن مهدي ، أم البواقي ، الجزائر ، 2014-2015 ، ص 12

³ - المرجع نفسه، ص 13

⁴ - بوهدة محمد ، أساليب الخداع الإشهاري في النشاطات التسويقية و السبل الكفيلة لمواجهتها ، مجلة معارف ، العدد

21 ، جامعة أكلي مهند أولحاج ، البويرة ، الجزائر ، ديسمبر 2006 ، ص ص 3 ، 37 .

⁵ - المرجع نفسه ، ص 38 .

د- **شهادات الخبراء و المختصين** : تستعمل وكالات الإشهار بعض النجوم المجتمع في مختلف المجالات لعرض منتج أو سلعة معينة و إبراز محاسن و صفات و جودة المنتج لإقناع المستهلك به .
 ذ- **التقليد** : الذي يعتبر أكثر الصور إنتشارا في الجزائر و يأخذ أشكالا عديدة منها الشفوي والشكلي¹.
ثانيا: الخداع التسويقي: سنتحدث عن تعريف الخداع التسويقي ثم التطرق إلى جوانب ممارساته.
1- تعريفه:

يعرف على أنه: " ممارسة التسويق بالشكل الذي يجعل المستهلك يأخذ إنطبعا خاطئا تجاه المنتج وعناصر المزيج التسويق الأخرى مما يقوده إلى إتخاذ قرارات إستهلاكية خاطئة قد تؤدي بطريقة أو بأخرى، ويهدف بعض المسؤولين من ذلك إلى خلق تأثير إيجابي على المبيعات و الأرباح².
 وبالتالي يعتبر نشاط تسويقي يترتب عنه أضرار بالغة بالمؤسسة أو المستهلكين في إتخاذ قرارات غير سلمية تضر بمصلحة المستهلك .

2- جوانب ممارسة الخداع التسويقي :

أ- في مجال المنتج أو الخدمة :

يمارس المسوقون الخداع في مجال المنتجات و الخدمات كتقليد علامات معروفة أو سرقة إشارات وتشفيرها و بثها في شكل قنوات مرئية أو شكل تسجيلات³ ، أو خداع المستهلك في تغيير شكل المنتج أو محتواه.

ب- في مجال السعر : يقوم المسوقون بتخفيض أحيانا في السعر أو بزيادة عنه لكي يدل على أن المنتج جودة عالية و هذا يؤثر بشيء كبير على المستهلك الجزائري عند شراءه منتج بقيمة عالية يعتقد أنه إشتري أفضل المنتجات.

¹ - عماد بوقلاش و عادل مستوي ، تطور سياسيات و آليات حماية المستهلك من مظاهر الغش التجاري في الجزائر (رؤية تحليلية خلال الفترة 1990-2014)، مجلة المناجير، العدد2، المدرسة العليا للإدارة و الإقتصاد الرقمي الجزائر ، بدون سنة النشر، ص110،111 .

² - يوسف تبوت، الخداع التسويقي وسبل حماية المستهلك، دراسة لعينة من مستعملي الهاتف النقال ، مجلة الإقتصاد الجديد، العدد02، المجلد 10 ، جامعة خميس مليانة، الجزائر ، جوان 2019 ، ص 65 .

³ - عادل بوقلاشي و عادل مستوي ، مرجع سابق ، ص111.

ج- في مجال الترويج : نظرا لأهمية الإعلان التجاري بالإضافة في التأثير بشكل سلبي في الواقع المعاصر على المستهلكين ووقع كثير منهم في فخه المنصوب عمدا من التجار ووكالات الإعلان التضليل للمستهلكين وشيوع وسائله من وسائل مرئية و مسموعة...¹.

د- في مجال التوزيع : يكون الخداع من خلال إستغلال بعض الوسطاء لبعض العروض المخصصة لهم من طرف منتجي السلع و الخدمات و لكن الوسطاء يستفيدون منها دون إيصالها للمستهلكين.²

المبحث الثاني : تأثير جائحة كورونا على الدفع و التسويق الإلكتروني

اتسعت مجالات التجارة الإلكترونية فشملت جل مجالات التجارة من بيع و شراء معتمدة في ذلك على وسائل الدفع الإلكترونية باعتبارها سهلت عملية المبادلات في وقت قصير وبأقل تكلفة خاصة في ظل وباء كورونا، حيث كانت لوسائل الدفع المتاحة في الجزائر أهمية كبيرة في ظل إجراءات الحجر الصحي و التباعد الجسدي للتقليل من إنتقال العدوى، بالإضافة إلى دور التسويق الإلكتروني في ترويج السلع و الخدمات عن بعد في شبكة الإنترنت، وهذا ما غير سلوك المواطنين بالتوجه نحوه والإعتماد عليه في ازمة كوفيد 19، باعتباره الطريقة الأنجع لتفادي التجمعات البشرية وإحترام تدابير التباعد الإجتماعي فاللجوء إليه أصبح ضرورة حتمية لا بد منها.

المطلب الاول: الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا

أدت جائح فيروس كورونا إلى توقف عجلة الإقتصاد حيث تم إعلان حالة طوارئ في العديد من البلدان، لا سيما في ظل فرض إجراءات الحجر الصحي ومرافقه من وقف لمختلف الأنشطة للحد من إنتشار الفيروس، وفي ظل هذه الظروف قامت معظم البنوك في الدول المتضررة بتوصية عملائها باستخدام الدفع الإلكتروني والذي سيتم توضيحه فيما يلي مع الإشارة إليه في ظل الجائحة.

الفرع الأول: الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري

يعد الدفع الإلكتروني صيغة جديدة للتعامل وتسديد قيمة المشتريات إلكترونيا، دون الحاجة للسداد النقدي التقليدي المباشر، وذلك بالإعتماد على شفرات سرية لا يعرفها إلا الزبون والجهة التي يتعامل معها.³

¹- ياسر محمد إبراهيم درباله، أثر الغش في الإعلان التجاري في الفقه الإسلامي، مجلة الدراسات الإسلامية، العدد 10 كلية العلوم الإنسانية والحضارة ، جامعة ثيلجي، الأغواط، الجزائر، جانفي 2018 ، ص 106، 105 .

² المرجع نفسه، ص68.

³- طاهير نادية ، الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا ، مجلة المنهل الإقتصادي ، العدد 02 ، المجلد 04 ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، أكتوبر 2021 ، ص 209 .

أولاً : تعريف وسيلة الدفع الإلكتروني : تطرق المشرع لتعريف وسيلة الدفع الإلكتروني من خلال نص المادة 6 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنها " كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية"¹. ومنه نستنتج أن وسيلة الدفع الإلكتروني هي وسيلة لتحويل الأموال و فق تقنية إلكترونية من أجل تسهيل عمليات التبادل بطريقة آمنة وسريعة وبأقل التكاليف ممكنة وتتم عملياته باشتراك خمسة أطراف وهي:

- 1- المشتري : وهو الطرف الذي يقوم بعملية الدفع الإلكتروني ثمناً لسلعة أو خدمة قام بشرائها .
- 2- التاجر أو البائع : وهو الذي يقوم باستلام قيمة الدفع الإلكتروني ثمناً لسلعة أو خدمة قام بتقديمها للمشتري .
- 3- المحرر : هو البنك او المؤسسة التي قامت بإصدار أداة الدفع الإلكتروني .
- 4- المنظم : و يمثل عادة المؤسسات الحكومية التي تضبط عمليات الدفع الإلكتروني .
- 5- مؤسسة التصفية التلقائية : وتعتبر شبكة إلكترونية تعمل على تحويل الأموال بين حسابات البائع والمشتري².

ثانياً : خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

هناك عدة خصائص جعلت وسائل الدفع الإلكترونية تتميز عن وسائل الدفع التقليدية يمكن تلخيصها فيما يلي:

- 1- من حيث إمتداد الصفة الدولية : أي انها وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم إستخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في جميع أنحاء العالم .
- 2- من حيث الجهة التي تقوم بخدمة الدفع الإلكتروني : يتم إبرام العقد بين اطراف متباعدة في المكان و يتم الدفع بواسطة الأنترنت، من خلال وسائل الإتصال و يتم إعطاء أمر بالدفع و فقا لمعطيات إلكترونية تسمح لأطراف العقد بالإتصال المباشر .

¹ - المادة 06 من القانون 05-18 ، متعلق بالتجارة الإلكترونية ، مصدر سبق ذكره .

² - أسماء كرعلي ، الدفع الإلكتروني كحل للتقليل من أزمة السيولة النقدية في الجزائر خلال جائحة كورونا ، مجلة دراسات إقتصادية ، العدد 02 ، المجلد 21 ، جامعة زياني عاشور ، الجلفة ، الجزائر، ديسمبر 2021، ص 120،121 .

3- من حيث وسائل الأمان : هذه الخاصية تعتبر سلبية لنظام الدفع الإلكتروني لان الفضاء المعلوماتي يضم و يستقبل جميع الأشخاص من جميع البلدان بمختلف مقاصدهم و نواياهم¹.

ثالثا : أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

تعددت وسائل الدفع الإلكترونية و إتخذت أشكالا ومتطلبات التجارة الإلكترونية وكذلك طبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت ونذكرهم فيما يلي:

1- **البطاقات البنكية** : و تمكن هذه البطاقة حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي (ATM) كما تمكنه من شراء معظم إحتياجاته أو اداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر الضياع أو السرقة أو الإلتلاف² و هي نوعين :

أ- **البطاقات غير الإئتمانية** : يطلق على هذا النوع بطاقة الخصم الفوري، حيث تستخدم كأداة للوفاء فقط، يحصل حامل البطاقة على إحتياجاته من السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديمه للبطاقة، ويتم الخصم مباشرة من الحساب الجاري المفتوح من طرف البنك المصدر دون إنتظار إعداد كشف حساب البطاقة، وهي بطاقات لا تمنح لصاحبها أي إئتمان أو قرض إلا انه إذا توفر فعليا على الاموال القابلة لعملية التسوية³.

ب- **البطاقات الإئتمانية** : هي أداة دفع وسحب نقدي يصدرها البنك أو مؤسسة مالية في حدود مبالغ معينة، تمكن حاملها من الشراء الفوري لإحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها، على ذمة مصدرها أو من غيره بضمانه، كما تحتسب فائدة مدنية على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها الزبون نهاية كل شهر وبعبارة اخرى هي بطاقة بلاستيكية مغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود، تحمل اسم

¹ - ليزة هشام و محمد الهادي ضيف الله ، واقع و تحديات و وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر ، مجلة الدراسات

والبحوث الإجتماعية ، العدد 24 ، جامعة الشهيد حمه لخضر ، الوادي ، الجزائر ، ديسمبر 2018 ، ص 280 .

² - آمنة زربوط ، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة للتجربة ، الجزائر ، مجلة آراء للدراسات الإقتصادية والإدارية ، العدد 01 ، المجلة 01 ، المركز الجامعي أفلو ، الجزائر ، جويلية 2019، ص 54 .

³ - بوخاري فاطنة ، تحديات و ضرورة تحسين و وسائل الدفع الإلكترونية لأداء البنوك في ظل جائحة كورونا، مجلة جديد الإقتصاد ، العدد 01 ، المجلد 16 ، جامعة الجيلالي ليايس سيدي بلعباس ، الجزائر ، ديسمبر 2021 ، ص 188

المؤسسة المصدرة لها و شعارها و توقيع حاملها و تاريخ إنتهاء صلاحياتها ، وظهرت البطاقة الإئتمانية كنتاج للتطور الذي مس النقود¹.

2- **النقود الإلكترونية** : و يطلق عليها أيضا بالنقود الرقمية ، تعد النقود الإلكترونية من أهم العوامل التي ساعدت على إنتشار التجارة الإلكترونية نظرا لسهولة الدفع و السداد و إجراءات التحويلات البنكية ، و هي عبارة عن قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا على حامل إلكتروني مثل بطاقة ذات رقاقة أو ذاكرة حاسوب تصدر مقابل إيداع مبلغ مالي قيمته لا تقل عن القيمة النقدية الصادرة و تكون كبديل إلكتروني للقطع و الأوراق النقدية تحت تصرف مستعملها².

وفي تعريف آخر للبنك المركزي الأوروبي عرف النقود الإلكترونية بأنها: "مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة إلكترونية (مثل بطاقة بلاستيكية) قد تستخدم في السحب النقدي ، أو تسوية المدفوعات لوحداث إقتصادية أخرى غير تلك التي أصدرت البطاقة"³.

وكان للنقود الإلكترونية دور كبير في الحد من إنتشار فيروس كورونا على إعتبار أن النقود المعدنية و الأوراق النقدية تشكل خطرا كبيرا للإصابة بالفيروس حيث أفادت منظمة الصحة العالمية في هذا الصدد أن الفيروس يبقى أكثر من ساعتين على الأسطح خاصة الجافة مثل أوراق النقد⁴.

3- الشيك الإلكتروني:

يعتبر الشيك الإلكتروني من اهم وسائل الدفع الإلكترونية و لكن المشرع الجزائري و رغم اهميته لم يدرج تعريفه في مادة صريحة و إنما إكتفى بذكر البيانات التي يحتوي عليها الشيك ، في المادة 472 من القانون التجاري .

يعتبر الشيك الإلكتروني المكافئ الإلكتروني للشيك الورقي التقليدي وهو رسالة إلكترونية مؤمنة و موثقة يحمل توقيع إلكتروني يرسلها مرسل الشيك إلى حامله و يقدمها للبنك الذي يعمل عبر الأنترنت ليقوم هذا

¹ - لعلاوي نواري و حماني عبد الرؤوف ، مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجا ، مجلة المشكاة في الإقتصاد التنمية والقانون، العدد 12 ، المجلد 5، جامعة يحي فارس، المدية، ديسمبر 2020 ، ص 45 .

² - دويني مختار، وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر ، مجلة القانون العام الجزائري و المقارن، العدد 01 ، المجلد السابع ، جامعة الجبلالي اليابس ، سيدي بلعباس ، الجزائر ، جوان 2021 ، ص 197 .

³ - قرفي سميرة و فاضل فهيمة ، مرجع سابق ، ص 69 .

⁴ - ماطي مريم ، واقع وسائل الدفع الإلكترونية و مستقبلها في ظل أزمة كوفيد 19 دراسة حالة الجزائر ، مجلة البحوث الإقتصادية المتقدمة ، العدد 01 ، المجلد 07 ، جامعة حمه خيضر ، الوادي، مارس 2022 ، ص 18 .

الأخير بتحويل قيمة الشيك إلى حساب المستفيد و بعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك أو إعادته إلكترونياً ليكون دليلاً أنه قد تم صرفه فعلاً¹ يحتوي الشيك الإلكتروني على ملف إلكتروني آمن يتضمن معلومات خاصة لمحرر الشيك ووجهة صرف هذا الشيك بالإضافة إلى المعلومات الأخرى كتاريخ صرف الشيك ، قيمته ، المستفيد منه ، رقم الحساب و المحول إليه².

4- التحويل المالي الإلكتروني: يقصد بنظام التحويلات المالية الإلكترونية عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدبنة إلكترونياً من حساب بنكي إلى آخر وتنفيذ عن طريق غرفة المقاصة الآلية كل عملية التحويل المالي الإلكتروني، وقد يتم التحويل عبر الهاتف وأجهزة الكمبيوتر عوضاً عن استخدام الأوراق، وبعبارة أخرى فهو عملية تتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب لآخر عن طريق تقييده في الجانب المدين للأمر والجانب الدائن للمستفيد سواء تم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أو في بنكين مختلفين وهذه البنوك مرخص لها بالقيام بهذه العملية، ومن بين أهم الخصائص التي تتميز بها التحويلات والمصادقية بالنسبة للمتعاملين، السهولة ووفرة الزمن والجهد والتكلفة.

وتعد شبكة سويفت إحدى النماذج الرائدة في التحويل الآلي للمدفوعات الدولية كما يعد نظام TRaget نموذج آخر للتحويل في أوروبا³.

خامساً : أهمية وسائل الدفع الإلكتروني

إن الانتشار الواسع لوسائل الدفع الإلكتروني يترجم أهميتها البالغة في مجال التجارة الإلكترونية وفي مختلف المجالات الأخرى سواء على الصعيد العام أو على الصعيد الأطراف المتعاملين بها و سنوضح ذلك فيما يلي :

1- الأهمية العامة: تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية أداة وفاء شخصية توفر لحاملها عنصر الأمان حيث لا يمكن لأحد استخدامها سوى صاحبها الموقع عليها و الذي يمكنه التعامل بها فوراً و إلغائها في حالة

¹ - صراع كريمة، مرجع سابق، ص 69.

² - بوخاري فاطنة، مرجع سابق، ص 189 .

³ - طاهير نادية، مرجع سابق، ص 211

ضياعها، تعتبر أيضا وسيلة لسداد تكاليف السفر مثلا و إتمام مختلف الصفقات التجارية أثناء السفر في الخارج، وهذا ما يشجع السياحة في الخارج¹.

2- **الأهمية بالنسبة للأطراف:** تسهل وسائل الدفع الإلكترونية المعاملات التجارية بين كل طرف من الأطراف المتعاملين بها وهذا ما جعلها محل أمان و ثقة بالنسبة لهم .

أ- **بالنسبة لحاملها:** تعطي لحاملها عدة مزايا من اهمها النزاهة و الثقة و الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع ، بالإضافة الإستفادة من الفارق بين قيمتها المعروضة و القيمة المخزنة وهذا ما يشجع المستهلك من التعامل بهذه الوسائل و أخيرا السهولة في الإستعمال دون أي تعقيد فما يترتب على حامل البطاقة هو إبرازها و تمريرها في الجهاز الخاص الموجود لدى التاجر في إستقبال البطاقة فقط ، وفي حالة الدفع عبر الشبكة الأنترنت يكفي أن يقوم المستهلك بإعطاء أمر بالدفع من النقود المخزنة على مستوى الكمبيوتر الخاص به حتى تتم العملية .

ب- **بالنسبة للتاجر:** تعد أقوى ضمان لحقوق البائع حيث يعلم التاجر القيمة الإلكترونية التي قام المستهلك بدفعها لهم قابلة للتحويل إلى نقود عادية فلا مجال للإدعاء بعد كفاية الحساب المصرفي للمستهلك، و عدم وجود إئتمان خاص به، تساهم في زيادة المبيعات، كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن كما ان العبء يقع على عاتق البنك و الشركات المصدرة، و أخيرا توفر الحماية الإضافية للمال و هذا من إنقاص حجم النقود السائلة لدى التجار .

ج- **بالنسبة لمصدر البطاقة:** تعتبر مصدر لتوليد مداخيل إضافية أخرى تتمثل في الإستغلال المسبق للأموال التي تمثل قيمة هذه البطاقة من قبل مؤسسة الإصدار² و بعبارة أخرى تعتبر الفوائد و الرسوم و الغرامات من الأرباح التي تحصل عليها المصارف و المؤسسات المالية³.

سادسا : حماية وسائل الدفع الإلكترونية

نظرا لأهمية وسائل الدفع الإلكتروني الكبيرة ينبغي أن تتمتع بالحماية التقنية و القانونية معا و سنوضح ذلك فيما يلي:

¹ -السايس إيتسام و نيلي صفاء ، و سائل الدفع في التجارة الإلكترونية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، كلية

الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة ، الجزائر ، 2020/2019 ، ص 12

² -المرجع نفسه ، ص 13

³ -مرزوقي حورية وحيدة عائشة مباركة ، وسائل الدفع الإلكترونية و دورها في رفع إيرادات البنوك التجارية ، مذكرة مقدمة

لنيل شهاد الماستر الأكاديمي ، كلية العلوم الإقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، جامعة أحمد دراية ، أدرار ،

الجزائر ، 2019/2018 ص 12

1- الحماية التقنية:

أ- **الكتابة الإلكترونية** : يحتل عنصر الإثبات مكانة مهمة في كافة العلاقات و العقود و أول ما يطرح في موضوع الإثبات هو توفير السند الخطي و بصدر القانون 05-10 المعدل و المتمم للقانون المدني الجزائري تم إعتقاد الإثبات بالنظام الإلكتروني إلى جانب النظام الورقي و ذلك من خلال نص المادة 323 مكرر 01 من القانون المدني 05-10 و التي نصت على أنه: " يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كإثبات بالكتابة على الورق"¹.

ب- التوقيع الإلكتروني:

إعتد المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة بنص المادة 2/327 من القانون المدني ومن ثم في القانون المتعلق بنظام الإستغلال المطبق على نوع من أنواع الشبكات بما في ذلك اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات الموصلات السلكية و اللاسلكية وصولاً إلى تعريف المشرع الجزائري للتوقيع الإلكتروني في القانون الخاص بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين في القانون رقم 04/15 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين².

إعترف المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني في المواد 323 مكرر و 323 مكرر 1 و 327 من القانون المدني و 323 المستحدثة منه و نصت على مايلي: " ينتج الإثبات بكتابة و تسلسل الحروف أو الأوصاف أو أرقام أو أية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها أو طرف إرسالها"³.

أما التوقيع الإلكتروني المؤمن هو توقيع إلكتروني يكون خالصاً بالموقع و يتم بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية .

2- الحماية القانونية : تتعرض وسائل الدفع إلى الكثير من الجرائم و المخاطر و هذا ما دفع الكثير من الدول إلى النص على معاقبة كل من يحاول ذلك ، و الجزائر على غرار هذه الدول وفرت الحماية الجزائرية للأنظمة المعلوماتية و أساليب المعالجة الآلية للمعطيات و ذلك لسد الفراغ القانوني في بعض

¹- المادة 323 مكرر 1 من القانون 75-58 ، المتضمن القانون المدني ، مصدر سبق ذكره .

²- القانون رقم 15-04 المؤرخ في 01 فيفري 2015 ، المتضمن القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الإلكتروني ، جريدة رسمية ، عدد 06 ، الصادرة بتاريخ 10 فبراير 2015.

³- المادة 323 مكرر من القانون 75-58 ، المتضمن القانون المدني ، مصدر سبق ذكره .

المجالات بالإضافة إلى القانون العقوبات الذي خصص ثمانية مواد تحت عنوان المساس بانظمة المعالجة الآلية للمعطيات¹.

الفرع الثاني: نطاق الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا

أنعشت جائحة كورونا معاملات الدفع الإلكتروني، وذلك مع رغبة الزبائن في تجنب إستخدام النقود التقليدية والتي كانت أحد وسائل إنتقال العدوى وفي ظل الظروف الصعبة التي عاشتها الجزائر دعا بريد الجزائر مستخدمى البطاقة الذهبية إلى إستخدامها في دفع الفواتير عن طريق الإنترنت و سحب الأموال عن طريق الموزعات الآلية، حيث قام بالإضافة إلى البنوك الوطنية بتركيب أجهزة الدفع الإلكتروني لدى التجار مجاناً، مع التسهيل في إجراءات الحصول على البطاقة الذهبية². واطلق البريد الجزائري خدمة جديدة للدفع الذاتي أطلق عليها "بريد الجزائر" عبر تطبيق الهاتف "بريدي موب" التي تسمح لحاملي البطاقة الذهبية ببرمجة الاموال من حساب بريدي جاري إلى حسابات بريرية أخرى .

و البطاقة الذهبية يمكن تعريفها على انها بطاقة خصم صادرة عن بريد الجزائر و مطابقة لمعيار الامان الدولي تحمل الرسم البياني لبريد الجزائر، و يمكن لحاملها أن يجري مختلف العمليات الخاصة بالخدمات بواسطتها كعملية سحب الأموال مثلاً، عمليات دفع الأموال عبر نهائيات الدفع الإلكتروني، دفع الفواتير عبر الأنترنت، تحويل الأموال من حساب لآخر والإطلاع على الحساب البريدي الجاري .

من الملاحظ أن جائحة فيروس كورونا ساهمت في تسريع التحول إلى منصات الدفع الإلكتروني و أظهرت قيمتهم الجوهرية التي لم تكن موجودة في ظل وسائل الدفع التقليدية، بإعتبار أن عمليات الدفع الإلكتروني تتم دون الإحتكاك بين الأفراد مما يساهم في التقليل من خطر الإصابة بفيروس كورونا و كذا التقليل من الإكتظاظ في الوكالات البنكية³ وقد كانت البطاقة الذهبية في الجزائر أوله وسائل الدفع الأكثر تداول خاصة مع إجراءات الحجر المنزلي التي فرضتها وزارة الصحة منذ بداية الجائحة ، فأصبح من الصعب التنقل إلى المحلات التجارية أو إلى الفضاءات العامة، لأنها تستخدم في أي وقت 24/24 ساعة .

¹ - لينة هشام و محمد الهادي ، مرجع سابق، ص 289 .

² - لعلاوي نوري و حماني عبد الرؤوف، مرجع سابق، ص 49 .

³ - حمادي أيمن و زيتوني زينب و درود و فاء ، أثر جائحة كورونا على التطور إستخدام الدفع الإلكتروني ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي ، الجزائر ، 2020-2021 ، ص 12.

وأشارت الدراسات إلى ان الزيادة في اعتماد الدفع الإلكتروني لا سيما الدفع عبر الانترنت في ظل هذه الجائحة و القيود الصحية المفروضة قد يؤدي إما إلى إحداث تغيير إيجابي على المدى الطويل وتبنى الدفع الإلكتروني بطريقة إيجابية لان التجربة تؤدي إلى إدراك المزايا، أو قد يكون اللجوء له في ظل الجائحة فقط أي إتجاه عابر و سينتهي على المدى القريب، لأن ومع عمليات الدفع المتاحة سجلت نسب التعامل بالنقود المعدنية في ظل الجائحة أكثر من النقود الإلكترونية، و لذا يلزم مراقبة و تسيير عمليات الدفع الإلكتروني و الحرص على العمل بها و إعطائها الحماية القانونية الكافية نظرا للأخطار التي تواجهها سواء من طرف حامل البطاقة أو مصدرها أو المورد الإلكتروني، أو الصعوبات التي يجدها المواطن في إستعمالها فمثلا البطاقة الذهبية الكثير لا يلجأ إليها لأنهم لا يحسنون إستخدامها خاصة إذا ما تيقن عليهم القيام بعملية تسديد الثمن بأنفسهم عن طريق إدخال البطاقة داخل جهاز الدفع وإتمام العملية دون وجود موظف يساعدهم على ذلك مما يجعلهم يفضلون الطرق التقليدية خوفا من أي خطأ في إدخال الأرقام يجعلهم يخسرون أموالهم التي لا يمكن إستردادها طالما أنهم هم من باسروا العملية¹.

نستنتج أن في ظل الظروف الإستثنائية التي تشهدها البلاد و العالم ككل لمواجهة جائحة فيروس كورونا تظهر الحاجة إلى مواكبة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و طرح خدمات إلكترونية حديثة للحفاظ على الصحة العامة و تحقيق الإستقرار الإقتصادي و الإجتماعي ، بالإضافة إلى سن القوانين و التشريعات التي تحمي عمليات الدفع الإلكتروني لضمان إستمراريتها .

المطلب الثاني: التسويق الإلكتروني

عرفت المعاملات التجارية الإلكترونية إقبالا كبيرا مع بداية ظهور جائحة كورونا ومع فرض الإجراءات الوقائية مثل غلق المحلات و العديد من الانشطة الإقتصادية و التجارية توجه المستهلكين لإقتناء حاجياتهم للتسويق الإلكتروني وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم التسويق الإلكتروني في الفرع الاول والفرع الثاني سنتحدث عن التسويق الإلكتروني في ظل جائحة كورونا .

الفرع الاول : مفهوم التسويق الإلكتروني

لقد تعددت تعاريف التسويق الإلكتروني خاصة بعد إنتشار الإستخدامات التجارية للإنترنت و قبل التطرق لتعريف التسويق الإلكتروني يجدر بنا ان نعرف التسويق أولا :

¹ - رشا مقدم و أحلام مقدم ، تحديات إستخدام بطاقة الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا الكوفيد 19 ، البطاقة الذهبية نموذجا ، مجلة العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، العدد 06 ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، الجزائر ،

عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق فإن: "التسويق هو عبارة عن عملية تخطيط و تنفيذ و تصميم و تسعير و ترويج و توزيع الافكار و السلع و الخدمات من اجل خلق التبادلات التي تحقق أهداف الأفراد و المنظمات"¹ و بعد التعرف على مفهوم التسويق سنتطرق إلى تعريف التسويق الإلكتروني:

يعرف على انه: "تسويق عادي لكنه يوظف أو يعتمد أو يستخدم أو يسخر الأنترنت عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أهداف العملية التسويقية بشكل أكثر فعالية و بما يعزز القيمة المقدمة للمستهلك"².

- كما يعرف على انه: "إدارة التفاعل بين المؤسسة و العميل في فضاء البيئة الإلكترونية من أجل تحقيق المنافع المشتركة، والبيئة الافتراضية للتسويق الإلكتروني تعتمد بصورة أساسية على تكنولوجيا الانترنت وعملية التسويق الإلكتروني لا تركز فقط على عمليات بيع المنتجات إلى العميل بل تركز أيضا على إدارة علاقات بين المؤسسة من جانب و العميل و عناصر البيئة الداخلية و الخارجية من جانب آخر"³

كما يمكن تعريفه على انه: "مفهوم واسع متكامل يعطي الإعلان والتواصل مع الزبون و تعزيز المكانة التجارية للمنظمة من أجل لفت نظر الزبون و كسبه والإحتفاظ به ولأطول مدة ممكنة"⁴.

من خلال ما سبق نستنتج بأن التسويق الإلكتروني هو:

-
- ¹ - منال حاف الله و وسام قتاتلية ، أثر التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قرار الشراء لدى المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة 08 ماي 1945 ، قالمة ، الجزائر 2018-2019 ص 03 .
- ² - محمد شباح و موسى سداوي ، التسويق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، تأثيره على السلوك الشرائي للمستهلك ، دراسة عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر ، *revuedes R2FORmes* ، *economiques et intégration en economie mondiale* ، العدد 13 ، مارس 2009 ، ص 237 .
- ³ - فارلو محمد الأمين و رابحي بوعبد الله ، دور التسويق الإلكتروني في تحقيق ولاء الزبون احالة مؤسسة بريد الجزائر بولاية، تيارت ، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية ، العدد 02 ، المجلد 05 ، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، سبتمبر 2021، ص167،168.
- ⁴ - العيد حيتامة و سهام شيخاوي و ليلي مطالي ، تأثير التسويق على سلوك المستهلك ، مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة ، العدد 02 ، جامعة جيجل مخبر أداة المؤسسات الإقتصادية الجزائرية في ظل الحركة الإقتصادية الدولية، الجزائر، 2020، ص89.

ممارسة الأنشطة التسويقية بالإعتماد على الأدوات والوسائل التي أتاحتها تكنولوجيا المعلومات عموماً والانترنت خصوصاً¹.

2- خصائص التسويق الإلكتروني :

يقوم التسويق الإلكتروني على عدة خصائص وهي:

* **التفاعلية** : بمعنى القدرة على مخاطبة أو إرسال رسالة لفرد ما وتلقي إجابات ذلك الفرد التي تعبر عن حاجاتهم و رغباتهم²، وهذا يعني إمكانية تحقيق تفاعل بين رجال التسويق والزبائن في الوقت الفعلي³.

* **غياب المستندات الورقية** : تنفذ الصفقات و المعاملات إلكترونياً دون الحاجة لإستخدام الأوراق و خصوصاً المنتجات التي تقبل الترفيم وذلك من عملية التفاوض حيث تسليم البضاعة و في الأخير قبض الثمن⁴.

* **إمكانية الوصول** : وهذه الخاصية مرتبطة بكمية المعلومات الموجودة على الأنترنت و تتمثل في سهولة الحصول على المعلومات المهمة بعين المكان، حيث يمكن الزبائن الحصول على بيانات تفصيلية على المنتجات التي يرغبون في شرائها وهو ما يساهم في ترسيخ صورة العلامة في أذهان المستهلكين من زوار المواقع الإلكترونية.

* **الرقمنة**: وتعين إستخدام الانترنت في عرض المنتجات و تبيان الخصائص المميزة و المنافع التي يقدمها هذا المنتج و بعبارة أخرى الرقمنة هي قدرة تأثير الموقع على الزبائن لقبول المنتج عبر نتائجه الرقمية⁵.

* **الخدمة الواسعة**: يتميز التسويق الإلكتروني بتقديم خدمات واسعة للعملاء عبر الموقع التسويقي والتعامل معه من أي وقت من خلال الانترنت يمكن إيجاد مستهلكين أكثر و موردين أفضل⁶.

¹ - بن البارموس ، بدين التسويق الإلكتروني من خلال المواقع الإلكترونية في المؤسسات الإقتصادية (دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية) ، مجلة العلوم الإقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، العدد 02 ، المجلد 12 ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، الجزائر ، ديسمبر 2019 ، ص 293 .

² - أحلام ساري و نورالدين قالفيل ، التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في ظل جائحة كورونا ، مجلة الإقتصاد الصناعي ، (خزراتك) ، العدد 01 ، المجلد 11 ، خاصة الحاج لخضر ، باتنة ، الجزائر ، 2019 ص 663 .

³ - العيد حيتامة و سهام شيخاوي و ليلي مطالي ، مرجع سابق ، ص 89 .

⁴ - منال حنّاف الله و وسام قناتلية ، مرجع سابق ، ص 6

⁵ - العيد حتامية و سهام شيخاوي و ليلي مطالي ، مرجع سابق ، ص 90 .

⁶ - منال حنّاف الله و وسام قناتلية ، مرجع سابق ، ص 90

* **الرقابة** : وهذه الخاصية مرتبطة بقدرة تنظيم و تقديم المعلومات التي يشاهدها الزبائن على شبكة الأنترنت و بهذا يكون المضمون الأساسي للرقابة هو جذب الزبائن و إثارة إهتمامهم و المحافظة عليهم لكي لا ينتقلوا إلى مواقع أخرى منافسة على الأنترنت¹.

* **خاصية أوتوماتيكية الوظائف التسويقية**: و خاصة الوظائف التي تتصف بالتكرار و القابلية للقياس الكمي مثل بحوث التسويق و تصميم المنتجات و المبيعات².

3- أهمية التسويق الإلكتروني:

- توسيع قاعدة العملاء نتيجة إمكانية الدخول اللحظي والدائم، فالموقع متاح للمتعاملين في أي وقت ومفتوح دائما على مدار الساعة طوال السنة³.

- إنخفاض التكلفة حيث تكمن أهمية إستعمال الأنترنت في المجال التسويقي لتقليل الحاجة لطباعة و توزيع المواد اللازمة لإجراء الإتصالات التسويقية⁴.

- تهدف المؤسسات عبر التسويق الإلكتروني إلى تحسين الصورة الذهنية و تقديم الخدمات و تحسين العناية بالزبائن و العمل على بحث المستهلكين أفضل و خلق فرص عمل تسويقية جديدة⁵.

- يعمل التسويق الإلكتروني على تحسين خدمة المستهلك من خلال الأدوات التي توفرها الأنترنت بالشكل الذي يمكن من تكوين قواعد للبيانات تتدرج على أهم التساؤلات التي يقترحها المستهلك عن الخدمة المقدمة⁶.

- الدخول بسهولة لأسواق جديدة مع توفير إمكانية الوصول إلى الاسواق العالمية و التعرف على منتجاتها⁷.

¹ - العبد حتامية و سهام شيخاوي و ليلي مطالي، مرجع سابق ، ص 90 .

² - طلبة مليكة و بوحنيك هدى ، أثر التسويق الإلكتروني الخدمي في تحقيق القيمة المدركة للعميل (دراسة حالة مؤسسة أوريدو للإتصالات) ، الجزائر ، مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة ، العدد 02، المجلد 04 ، جامعة عمر تليجدي ، الأغواط ، الجزائر ، أكتوبر 2021 ، ص 316

³ - إبراهيم مرزقلال ، إستراتيجية التسويق الإلكتروني للكتاب في الجزائر ، (دراسة تقييمية للمواقع الإلكترونية للناشرين) ، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علم المكتبات ، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2010/2009 ، ص 34 .

⁴ - منال حنّاف الله و وسام قتالية ، مرجع سابق ، ص7

⁵ - محمد شباح و موسى سعداوي ، مرجع سابق ، ص 237

⁶ - منال حنّاف الله و وسام قتالية ، مرجع سابق ، ص 8

⁷ - إبراهيم مرزقلال ، مرجع سابق ، ص 34

- خلق ميزة تنافسية بين المؤسسات التي تقدم منتجات جديدة وفتح أسواق جديدة قبل منافسيها¹.
- إمكانية أكبر لإستفادة من خبرة ومساعدة و نصائح الخبراء والمختصين².
- إستخدام وسائل تسويقية فعالة وجديدة لمحتويات الموقع الإلكتروني³.
- يعمل إلى تحقيق التكامل مع جميع أنشطة الأعمال الإلكترونية ، و يجب أن تنعكس هذه الأنشطة في كل مرحلة من مراحل عملية التسويق الإلكتروني⁴.
- يعمل على تحسين و توفير الإتصالات بين المستهلكين و العاملين و الموزعين.
- يساهم بتحقيق الأهداف التنموية خاصة في الدول النامية و بما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي وإرتفاع مستوى المعيشة⁵.

الفرع الثاني : التسويق الإلكتروني في ظل جائحة كورونا

نتيجة تفشي فيروس كورونا في مختلف دول العالم إتخذت الدول عدة إجراءات وقائية لحماية الأفراد و الإقتصاد حيث معظم دول العالم قامت بغلق حدودها و منع الرحلات وغلق المطارات والموانئ⁶ مما أدى هذا إلى توقف العديد من الأنشطة الإقتصادية وتأثير المستهلك من عدة جوانب سياسية، إقتصادية وإجتماعية⁷ حيث أدى تطبيق التباعد الإجتماعي والإغلاق والتدابير الأخرى إستجابة لوباء (covid 19) إلى دفع المستهلكين إلى زيادة التسوق عبر الأنترنت وإستخدام وسائل التواصل الإجتماعي⁸ حيث غيرت جائحة كورونا عادات المستهلكين بالنسبة للشراء من المواقع الإلكترونية عبر العالم و نظرا

¹ - منال حنّاف الله ووسام قتالية ، مرجع سابق ، ص 7 .

² - إبراهيم مرزقلال ، مرجع سابق ، ص 35 .

³ - المرجع نفسه ، ص 35 .

⁴ طلبية مليكة و بوحنيك هدى ، مرجع سابق ، ص 316 .

⁵ - إبراهيم مرزقلال ، مرجع سابق ، ص 24 .

⁶ - منية شوايدية و سماح كحل الراس ، مرجع سابق ، ص 4.

⁷ - بن وسعد زينة ، أثر جائحة كورونا على سلوك و توجه المستهلك نحو التسويق الإلكتروني (دراسة ميدانية لعينة من

المستهلكين بولاية عين تيموشيننت) ، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية ، العدد 03 ، الجزء 2 ، المجلد 16

، جامعة سطيف 2 ، الجزائر، نوفمبر 2021 ص 403 .

⁸ - حوارية بوريدج ، مرجع سابق ، ص 6

لمحافظة على التدابير الوقائية لفترات غير محددة ، إختارت غالبية القطاعات و المتاجر البيع الإلكتروني عبر التطبيقات المختلفة¹.

ومن بين العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك و التي جعلته يتجه نحو التسويق الإلكتروني فرض الحجر الصحي من قبل الحكومة الجزائرية حيث أصدرت مرسوما تنفيذيا رقم 20-69 يتعلق بتدابير الوقاية من إنتشار وباء فيروس كورونا و مكافحته حيث تم فرض حجر كامل على الولايات الموبوءة هذا ما أدى إلى ظهور القلق والهلع وسط المواطنين² على إقتناء حاجاتهم و مما جعلهم التوجه نحو التسويق الإلكتروني طيلة الحجر الصحي والتخلي عن المحلات التقليدية حيث زادت معاملات التسويق الإلكتروني و أثبت جدارته في هذه المرحلة التي مر بها العالم ، وأكد لمن كان متخوفا منه سابقا أنه الحل السليم و الطريقة الأنسب لتجنب الإختلاط و بات التسويق الإلكتروني في عصر كورونا طريقا آمنا يجنب أصحاب الاعمال الوقوع تحت القيود التي فرضها الوباء على المنشآت والمؤسسات التجارية³. كما أدت جائحة كورونا إلى زيادة الطلب على المنتجات الإلكترونية عالميا و محليا عبر الإنترنت من خلال مواقع عالمية ، حيث أصبح الشراء و البيع الإلكتروني أمرا طبيعيا بعد رفع الحجر الصحي و الرجوع إلى الحياة الطبيعية إلا أنه لم يتخلى الناس على التسويق عبر الانترنت فالتسويق الإلكتروني يوفر الوقت و الجهد و إختيار أفضل المنتجات و الخيارات بأرخص الأسعار لبناء ثقة بين الناس⁴.

¹ - منية شوايدية و كحل الراس سماح ، نداعيات فيروس كورونا على التسويق الإلكتروني في الجزائر ، مرجع سابق ،

ص 215

² - أحلام ساري ونور الدين قالفيل ، مرجع سابق ، ص 665 .

³ - المرجع نفسه، ص 665 و 672.

⁴ - المرجع نفسه، ص 672.

خلاصة الفصل الثاني:

تعتبر التجارة الإلكترونية من أهم المواضيع التي حظيت باهتمام المشرع بحيث كرس لها قانون خاص بها يحدد شروط ممارستها و إلتزامات كل من أطرافها، لكن لم ينص على نصوص قانونية تخص حماية المستهلك والمورد الإلكتروني من الأخطار الموجودة على شبكة الانترنت خاصة في ظل جائحة فيروس كورونا، بالإضافة إلى أن في مثل هذه الظروف الصعبة أصبحت وسائل الدفع الإلكترونية والتسويق الإلكتروني ضرورات لا بد منها لمسايرة المتطلبات التي تستلزمها الحياة خاصة مع ما اعلنته وزارة الصحة من تدابير احترازية وحجر صحي منزلي ، ومع ذلك تبقى الوسائل التقليدية الأكثر رواجاً في العالم .

الخاتمة

الخاتمة:

تحتل تكنولوجيا المعلومات والاتصال مكانة خاصة في أي فرع أو مؤسسة حيث أصبح يعتمد عليها بشكل أساسي في مختلف المعاملات ولعل التحدي الأكبر هو خلق علاقات مميزة ودائمة بين الشعوب ومنظمات الأعمال والحكومات معاً، وتحقيق تطور هائل للآليات وأدوات تعامل جديدة في الحياة.

ومن خلال هذه الدراسة حاولنا تسليط الضوء على ممارسات التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا حيث تعد التجارة الإلكترونية من بين أهم الأدوات الحديثة التي غيرت المعاملات التجارية فأصبحت تتم بأعلى درجة وفعالية وبأقل تكلفة وقد ساهمت في جعل هذا العالم قرية صغيرة وسوق واحد تتعادل فيه الفرص بين الأفراد والشركات.

لقد أصبحت ممارسات التجارة الإلكترونية تتم بكل يسر وسهولة منخطة كل الحدود بالنسبة للزبائن الذين أصبحوا باستطاعتهم اقتناء احتياجاتهم ورغباتهم، كما بإمكانهم تسويق وترويج لمنتجاتهم كالبيع والشراء السلع والخدمات من خلال ما يسمى بالتسويق الإلكتروني الذي عرف انتشار واسع في ظل جائحة كورونا هذه الأخيرة تعد من بين أخطر الفيروسات التي شهدتها العالم ونتيجة لتدهور الوضع الصحي والارتفاع الكبير في عدد الوفيات تدخلت السلطات العليا الجزائرية باتخاذ إجراءات احترازية صارمة للحد من انتشار العدوى من خلال فرضي الحجز المنزلي الكلي والجزئي أدى إلى توقف الأنشطة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية الأمر الذي أثر على سلوك المستهلك فتغيرت وجهته من السوق العادي إلى التسوق الإلكتروني كأتمثل حل لتلبية حاجاته في ظل سياسة الحجز المنزلي.

كما ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في تسهيل عمليات ممارسة التجارة الإلكترونية في ظل تفشي فيروس كورونا من خلال استعمال وسائل الكترونية حديثة.

من خلال ما سبق توصلنا إلى النتائج التالية:

- بالرغم من الامتيازات التي حملها القانون 05/18 إلا أن ذلك لم يساهم في زيادة المتعاملين.
- لم ينظم القانون 5/18 ممارسات التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا وشروط ممارستها حيث لم يعدل المشرع الجزائري شروط ممارسة التجارة الإلكترونية عند ظهور فيروس كورونا.
- التجارة الإلكترونية في الجزائر لا تزال في بدايتها بالرغم من التطور الهائل التي شهدته في الآونة الأخيرة في تطوير الاقتصاد العالمي.

- خلق فيروس كورونا تخوف كبير بين أفراد المجتمع مما جعلهم يلتزمون بإجراءات الحجر المنزلي حيث واجه المستهلك في هذه الفترة صعوبة كبيرة في التسوق واقتناء حاجياته الكمالية مما دفعه إلى التوجه نحو ممارسة التجارة الالكترونية.
 - انتشار عدد كبير من البائعين في ظل تفشي وباء كورونا وهو ليسوا بالضرورة تجار على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي وممارساتهم لعمليات غير قانونية، بالإضافة إلى حالات الغش التي يتعرض لها المستهلكين مما ساهم في تراجع ثقة المستهلك في استعمال هذا النوع من التجارة.
 - لم يساهم فيروس كورونا في استخدام الدفع الالكتروني بدرجة عالية في الجزائر.
 - يعتبر الدفع الالكتروني والتسويق الالكتروني من الوسائل الالكترونية التي لجأ إليها المستهلك الالكتروني في ظل انتشار وباء كورونا، لكنه ليس بدرجة عالية كما في البلدان المتقدمة.
- من خلال النتائج التي توصلنا إليها نقترح بعض التوصيات كالتالي:**
- نشر شبكة الانترنت على نطاق واسع وبأسعار تنافسية في الجزائر.
 - العمل على نشر الوعي العلمي والثقافي المعلوماتي بين أفراد المجتمع للاطلاع والتعرف أكثر على التجارة الالكترونية وعلى أهميتها ومزايا وفوائدها وضرورتها الملحة في الوقت الراهن.
 - التعامل مع المواقع الالكترونية التي سبق التعامل معها المقربون حتى يتقادم المستهلك والوقوع في المخاطر التي يتخوف منها.
 - استخدام المواقع الالكترونية التي تتيح فرصة استبدال المنتج الغير المطابق للمواصفات المطلوبة وكذلك التعامل مع المواقع التي تكفل التسديد عند استلام المنتج لنقادي الغش التجاري.
 - عمل السلطات العليا على سن قوانين وتشريعات من انتشار أعمال التجارة الالكترونية وذلك من أجل تعزيز الثقة لتعاملات التجارية وحماية المستهلكين.
 - يلزم تفعيل النصوص القانونية التي تنظم التجارة الالكترونية كما يتناسب مع أي ظروف استثنائية.
 - لا بد من إبقاء على تدابير وقائية لمواجهة مثل هذه الأوبئة.
 - نتيجة للآثار السلبية لوباء كورونا ينبغي إيجاد حل قانوني لحماية المستهلك والمورد الالكتروني لأن هذا الأخير لم يحض من قبل المشرع الجزائري الحماية القانونية الكافية.
 - الاهتمام أكثر بالدفع الالكتروني وضرورة تعميم استعماله لحد من تقليل الاكتظاظ في جميع المؤسسات.
 - يجب على مواقع التسويق الالكتروني العالمية تسهيل طرق الدفع، خاصة في بلدان العالم الثالث مثل: الجزائر.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً- المصادر:

القرآن الكريم.

I- النصوص القانونية

أ- النصوص الدستورية

01- التعديل الدستوري 2020 ، الصادر بموجب المرسوم رقم 20-442 المؤرخ في 30 ديسمبر 2020، يتعلق بإصدار التعديل الدستوري، المصادق عليه في إستفتاء أول نوفمبر سنة 2020، الجريدة الرسمية رقم 82 بتاريخ 30 ديسمبر 2020.

ب-القرارات الوزارية:

01- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 6 ماي 2020، يتعلق بالقواعد المطبقة على نقل دفن جثامين الأشخاص الذين ترتبط وفاتهم بالعدوى بوباء فيروس كورونا، الجريدة الرسمية، العدد 31، الصادرة في 30 ماي 2020

ج- القوانين:

01- قانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 غشت 2004 ، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، الجريدة الرسمية ، العدد 52 ، الصادرة في 18 غشت 2004 ، المعدل و المتمم بالقانون 13-06 المؤرخ في 23 يوليو 2013 ، الجريدة الرسمية العدد 39 المؤرخة في 31 يوليو 2013

02- قانون رقم 09-03 ، المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 15 مؤرخة في 08 مارس 2009

03- القانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 يونيو 2011، المعدل والمتمم ، المتضمن قانون البلدية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 37، الصادرة في 3 يوليو 2010

04- القانون رقم 15-04 المؤرخ في 01 فيفري 2015 ، المتضمن القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الإلكتروني ، جريدة رسمية ، عدد 06 ، الصادرة بتاريخ 10 فبراير 2015

05- القانون رقم 18-05، المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018

06- قانون رقم 18-07 ، المؤرخ في 10 يونيو 2018 ، بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات ذات الطابع الشخصي ، الجريدة الرسمية رقم 34 ، مؤرخة في 10 يونيو 2018

07- القانون رقم 18-11 المؤرخ في 2 يوليو 2018، المتضمن قانون الصحة الجديد، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة بتاريخ 29 يوليو 2018

د- الأوامر:

01- الأمر رقم 66-156 الصادر في 8 جوان 1966 المتضمن قانون العقوبات ، جريدة رسمية عدد 49 ، الصادرة في 11 جوان 1966

قائمة المصادر والمراجع

- 02- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 78، الصادرة بتاريخ 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.
- 03- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو سنة 2003

هـ - المراسيم:

- 01- المرسوم التنفيذي رقم 09-410 مؤرخ في 10 ديسمبر سنة 2009، يحدد قواعد الأمن المطبقة على النشاطات المنصبة على التجهيزات الحساسة، الجريدة الرسمية، العدد 73، الصادرة بتاريخ 13 ديسمبر 2009
- 02- المرسوم التنفيذي رقم 15-114، المؤرخ في 12 ماي 2015، المتعلق بشروط و كفاءات العروض في مجال القرض الإستهلاكي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24 مؤرخة في 13 ماي 2015
- 03- مرسوم تنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في نوفمبر 2013، يحدد الشروط و الكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 58، مؤرخة في 18 نوفمبر 2013
- 04- المرسوم التنفيذي رقم 18-112 مؤرخ في 5 أبريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، الجريدة الرسمية، العدد 21، الصادرة بتاريخ 11 أبريل 2018
- 05- المرسوم التنفيذي رقم 20-69 المؤرخ في 21 مارس 2020، المتعلق بالتدابير الوقائية من انتشار وباء فيروس كورونا كوفيد 19 ومكافحته، الجريدة الرسمية، العدد 15 الصادرة بتاريخ 21 مارس 2020
- 06- المرسوم التنفيذي رقم 20-70، المؤرخ في 24 مارس 2020، يحدد تدابير تكمليه للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا كوفيد 19 و مكافحته، الجريدة الرسمية، العدد 16، الصادرة في 24 مارس 2020
- 07- المرسوم الرئاسي رقم 20-158 المؤرخ في 13 يونيو 2020، المتضمن إحداث وكالة وطنية للأمن الصحي، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادرة بتاريخ 14 يونيو 2020
- 08- مرسوم تنفيذي رقم 20-109، المؤرخ في 5 مايو 2020، المتعلق بالتدابير الاستثنائية لمواجهة لتسهيل تموين السوق الوطني بالمواد الصيدلانية والمستلزمات الطبية وتجهيزات الكشف لمجابهة وباء فيروس كورونا (كوفيد 19)، الجريدة الرسمية، العدد 27، المؤرخة في 6 مايو 2020
- 09- المرسوم التنفيذي رقم 20-104 المؤرخ في 2 أبريل 2020، المتضمن تأسيس علاوة استثنائية لفائدة بعض فئات مستخدمي الجماعات الإقليمية والمؤسسات العمومية التابعة لها، المجندين في إطار الوقاية من انتشار فيروس كورونا (كوفيد 19) و مكافحته، الجريدة الرسمية، العدد 26 الصادرة بتاريخ 3 ماي 2020.
- 10- المرسوم التنفيذي رقم 20-211، المؤرخ في 30 يوليو 2020، يتضمن مساعدة مالية لأصحاب المهن المتضررة من آثار فيروس كورونا (كوفيد 19)، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 44، الصادرة بتاريخ 30 يوليو 2020

ثانياً_ المراجع:

1. الكتب باللغة العربية:

- 01- أسامة خيربي، الرقابة وحماية المستهلك، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2015
- 02- أمير فرج يوسف، التجارة الالكترونية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008

قائمة المصادر والمراجع

- 03- محمد حسين الطائي، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010
- 04- عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015
- 05- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الجامعية، الإسكندرية، 2014
- 06- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2011

II. الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ- رسائل الماجستير:

- 01- إبراهيم مرزقلال، إستراتيجية التسويق الإلكتروني للكتاب في الجزائر، (دراسة تقييمية للمواقع الإلكترونية للناشرين) رسالة لنيل شهادة ماجستير في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة 2010/2009

ب- مذكرات الماستر:

- 01- الساييس إبتسام و نبلي صفاء، و سائل الدفع في التجارة الإلكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2020/2019
- 02- حمادي أيمن و زيتوني زينب و درود و فاء، أثر جائحة كورونا على التطور استخدام الدفع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، 2020-2021
- 03- مريم شبيح، قمع العث في إطار قانون حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2014-2015
- 04- مرزوقي حورية وحيدة عائشة مباركة، وسائل الدفع الإلكترونية و دورها في رفع إيرادات البنوك التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2018/2019
- 05- منال حاف الله و وسام قتاتلية، أثر التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الإجتماعي على قرار الشراء لدى المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر 2018-2019
- 06- قرفي سامية و فاضل فهيمة، التجارة الالكترونية في ظل القانون 18-05، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2018-2019

III. المقالات:

- 01- اليمين سعادة، تداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد على الاقتصاد العالمي، الآثار على اهم القطاعات الاقتصادية وسبل المواجهة، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 2، المجلد 5، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، ديسمبر 2021

قائمة المصادر والمراجع

- 02- أسماء كرعلي ، الدفع الإلكتروني كحل للتقليل من أزمة السيولة النقدية في الجزائر خلال جائحة كورونا ، مجلة دراسات إقتصادية ، العدد 02 ، المجلد 21 ، جامعة زياني عاشور ، الجلفة ، الجزائر ، ديسمبر 2021
- 03- العيد حيتامة و سهام شيخاوي وليلى مطالي ، تأثير التسويق على سلوك المستهلك ، مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة ، العدد 02 ، جامعة جيجل مخبر أداة المؤسسات الإقتصادية الجزائرية في ظل الحركة الإقتصادية الدولية، الجزائر، 2020،
- 04- أحلام ساري و نورالدين قالقيل ، التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في ظل جائحة كورونا ، مجلة الإقتصاد الصناعي ، (خزراتك) ، العدد 01 ، المجلد 11 ، خاصة الحاج لخضر ، باتنة ، الجزائر .
- 05- بوجاني عبد الحكيم و ريم هند، التجارة الالكترونية، مجلة الباحث للدراسات القانونية والاقتصادية ، العدد 03، كلية الحقوق، جامعة بوشعيب بلحاج، عين تموشنت، الجزائر، ديسمبر 2021
- 06- بوراس بودالية، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، جامعة بلحاج شعيب، عين تموشنت، الجزائر، مارس 2021
- 07- بن البار موسى، تبني التسويق الإلكتروني من خلال المواقع الإلكترونية في المؤسسات الاقتصادية -دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية-، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم لتجارية ،العدد 2، المجلد 12، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والإدارية، جامعة المسيلة، الجزائر، ديسمبر 2019
- 08- براهيم طارق، مال تنفيذ الالتزام التعاقد في ظل انتشار فيروس كورونا، كوفيد 19، المستجد، قوة القاهرة، حسب القانون المدني الجزائري، دفتر السياسية والقانون، العدد 01، المجلد 13، جامعة القاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2021
- 09- بوعمامة عصام و شارف بن يحي ، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد و في ظل جائحة كورونا ، مجلة صوت القانون ، العدد 01 ، المجلد 08 ، جامعة الجيلالي بونعامة ، ، خميس مليانة ، الجزائر ، نوفمبر 2021
- 10- بوهدة محمد ، أساليب الخداع الإشهاري في النشاطات التسويقية و السبل الكفيلة لمواجهتها ، مجلة معارف ، العدد 21 ، جامعة أكلي مهند أولحاج ، البويرة ، الجزائر ، ديسمبر 2006
- 11- بن البارموس ، بدين التسويق الإلكتروني من خلال المواقع الإلكترونية في المؤسسات الإقتصادية (دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية) ، مجلة العلوم الإقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، العدد 02 ، المجلد 12 ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، الجزائر ، ديسمبر 2019
- 12- بن وسعد زينة ، أثر جائحة كورونا على سلوك و توجه المستهلك نحو التسويق الإلكتروني (دراسة ميدانية لعينة من المستهلكين بولاية عين تموشيننت) ، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية ، العدد 03 ، الجزء 2 ، المجلد 16 ، جامعة سطيف 2 ، الجزائر ، نوفمبر 2021
- 13- جلطي منصور، تأثير فيروس كورونا المستجد كوفيد19 على الإلتزامات التعاقدية، هل هو حالة قوة القاهرة؟، مجلة القانون الدولي والتنمية ، العدد عدد خاص، المجلد 8، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، نوفمبر 2020،
- 14- دوييني مختار، وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، العدد 01، المجلد السابع، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، جوان 2021
- 15- هبة حمزة و بن قادة محمود أمين ، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني و فقا القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مجلة القانون الدولي و التنمية ، العدد 01 ، المجلد 8 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة عبد الحميد ابن باديس ، مستغانم ، الجزائر ، جوان 2020
- 16- زكرياء وهبي، متلازمة الأوبئة والاقتصاد في ظل جائحة كورونا كوفيد 19، مجلة مدارات سياسية، العدد 04،

- المجلد 04، جامعة الجزائر ، الجزائر ، جويلية 2020
- 17- زاوي رفيق و باقسام مريم و طهراوي حسان ، الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، العدد 01 ، المجلد 03 ، كلية الحقوق و العلوم ، جامعة برج بوعريريج ، الجزائر ، جوان 2018.
- 18- صورية بورديج، التجارة الإلكترونية وتأثير جائحة كورونا، (دراسة ميدانية على مستوى ولاية جيجل)، مجلة المهل الاقتصادي، العدد 01، المجلد 01، جامعة حمة لخضر، الوادي، الجزائر، جوان 2021
- 19- حربي سميرة و عقيلة يوبي، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وعراقيل استخدامها، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 02، المجلد 05، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، جويلية، 2021
- 20- حايف سي حايف شيراز و خان أحلام ، التجارة الإلكترونية بين دوافع ومخاوف التعامل ، مجلة استراتيجيات التحقيقات التجارية والمالية، العدد 01، المجلد 03، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2011
- 21- حسن منديل حسن، اصطلاح الجائحة بين اللغة والفقه ومنظمة الصحة العالمية، مجلة الكلم ، العدد 1، المجلد 6، جامعة أحمد بن بلة، وهران ، الجزائر، مارس 2021
- 22- حريد رامي و تامين عبد الكريم، دراسة تحليلية لتداعيات أزمة فيروس كورونا المستجد على الاقتصاد العالمي، الأفاق للدراسات الاقتصادية ، العدد 01، المجلد 06، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميلة، الجزائر.
- 23- حاتم مولود، تداعيات وباء كورونا كوفيد 19 على الالتزام التعاقد في القانون المدني الجزائري، مجلة القانون الدولي والتنمية، العدد 2 ، المجلد 8 جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم، الجزائر، نوفمبر 2020
- 24- حساين عومرية ، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل جائحة كوفيد 19 ، مجلة الإجتهد القضائي، العدد 02 ، المجلد 13 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، أكتوبر 2021
- 25- حكيمة دموش ، القواعد الوقائية لحماية المستهلك الإلكتروني ، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، العدد 04 ، المجلد 16 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، الجزائر ، ديسمبر 2021
- 26- طاهير نادية ، الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا ، مجلة المنهل الإقتصادي ، العدد 02 ، المجلد 04 ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، أكتوبر 2021
- 27- طالبة مليكة و بوحنيك هدى ، أثر التسويق الإلكتروني الخدمي في تحقيق القيمة المدركة للعميل (دراسة حالة مؤسسة أوريدو للاتصالات) ، الجزائر ، مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة ، العدد 02، المجلد 04 ، جامعة عمر تيليجدي ، الأغواط ، الجزائر ، أكتوبر 2021.
- 28- يوسف تبوت، الخداع التسويقي وسبل حماية المستهلك، دراسة لعينة من مستعملي الهاتف النقال ، مجلة الإقتصاد الجديد، العدد 02، المجلد 10 ، جامعة خميس مليانة، الجزائر ، جوان 2019.
- 29- ياسر محمد إبراهيم درباله، أثر الغش في الإعلان التجاري في الفقه الإسلامي، مجلة الدراسات الإسلامية، العدد 10 كلية العلوم الإنسانية والحضارة ، جامعة تيليجي، الأغواط، الجزائر، جانفي 2018
- 30- كاتية بوروية، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لجائحة كورونا- الإجراءات المتخذة والتدابير المقترحة حالة الجزائر-، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، العدد، 01، المجلد 12، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، الجزائر ، ديسمبر 2020
- 31- كيفاجي ضيف، تنفيذ العقد بين الظروف الطارئة والقوة القاهرة في ظل تأثير فيروس كورونا كوفيد 19، مجلة المعيار، العدد 3، المجلد 26، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، مارس 2022، الجزائر

قائمة المصادر والمراجع

- 32- كريم كريمة ، إستعمال تكنولوجيا المعلوماتية و عمليات القيد في السجل التجاري ، مجلة معارف ، قسم العلوم القانونية ، العدد 24 ، جامعة البويرة ، الجزائر ، جوان 2018
- 33- لعلاوي نواري و حماني عبد الرؤوف ، مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر نموذجا ، مجلة المشكاة في الإقتصاد والتنمية والقانون، العدد 12 المجلد 5، جامعة يحي فارس، المدينة، ديسمبر 2020
- 34- منية شوايدية و سماح كحل الرأس، جائحة كورونا نحو أزمة اقتصادية عالمية؟ ، تأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945قائمة الجزائر، ماي 2021
- 35- مجاهد ناصر و لعروسي أحمد، تدابير المشرع الجزائري لحماية البيئة من خطر التلوث بفيروس كورونا كوفيد 19، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، العدد 2، المجلد 11، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، ديسمبر 2021
- 36- مؤمن بكوش احمد، الإجراءات القانونية لمواجهة جائحة كورونا (كوفيد19) على المستوى الدولي والوطني، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، العدد3، المجلد4، جامعة الوادي، الجزائر، ديسمبر 2020
- 37- مولاي زكرياء و بن الزين محمد الأمين و خدايم كريم ، تأثير فيروس كورونا كوفيد 19 على تنفيذ الالتزامات التعاقدية حوليات جامعة الجزائر 1، عدد خاص، المجلد 34، جامعة بن حدة يوسف، الجزائر، جويلية 2020
- 38- محمد كريم قروف، حدود تأثير فيروس كورونا المستجد على الالتزامات التعاقدية لعقود التجارة الدولية، مجلة التكامل الاقتصادي، العدد 1، المجلد 9، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، مارس 2021
- 39- مزور صورية وفيلالي بومدين، السجل التجاري الإلكتروني في القانون الجزائري ، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية و السياسية العدد 02 ، المجلة 06، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، جانفي 2022
- 40- معداوي نجيبية ، حماية المستهلك الإلكتروني بموجب الحق في الإعلام و الحق في العدول عن التعاقد ، مجلد الفكر القانوني و السياسي، العدد 1 ، المجلد 6 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة عمر تليجي ، الاغواط ، الجزائر ، ماي 2022
- 41- ماطي مريم ، واقع وسائل الدفع الإلكترونية و مستقبلها في ظل أزمة كوفيد 19 دراسة حالة الجزائر ، مجلة البحوث الإقتصادية المتقدمة ، العدد 01 ، المجلد 07 ، جامعة حمه خيضر ، الوادي، مارس 2022
- 42- محمد شباح وموسى سعداوي ، التسويق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الإجتماعي ، تأثيره على السلوك الشرائي للمستهلك، دراسة عينة من مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر، revuedes R2FORmes économiques et intégration en économie mondiale ، العدد 13 ، مارس 2009.
- 43- نعيمة يحيوي و مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وأثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد6، المجلد4، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والإدارية، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة، الجزائر، جوان 2017.
- 44- نورالدين فاستل ، السجل التجاري و سجل الصناعة التقليدية و الحرف كآلية ضرورية لضبط الأنشطة التجارية والحرفية و توجيهها ، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية ، العدد 12 ، المجلد 5 ، جامعة الجزائر 01 ، نوفمبر 2018.
- 45- نذير العلواني، تدابير الوقاية من فيروس كورونا كوفيد 19 وأثرها على الحق في العمل بين ضرورة مكافحة الوباء ومتطلبات المشروعية في تصرفات الادارة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، العدد 3، المجلد 5،

قائمة المصادر والمراجع

- جامعة احمد بن يحيى الونشريس، تسمسيلات، الجزائر، ديسمبر، 2020.
- 46- سلمان حسين، التجارة الالكترونية في الجزائر بين الواقع والتحديات في ظل تداعيات جائحة كورونا، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 1، المجلد 21، جامعة زيانى عاشور، الجلفة، الجزائر، جوان 2021
- 47- سهام مبكر، إلتزامات المورد في عقد البيع الإلكتروني طبقا لأحكام القانون رقم 18-05، مجلة الدراسات القانونية والمقارنة، العدد 01، المجلد 07، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، جوان 2021.
- 48- سي يوسف زاهية صورية، تفعيل التزامات المورد الإلكتروني، آلية لحماية المستهلك الإلكتروني، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، العدد 01، المجلد 11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تمنراست، الجزائر، 2022.
- 49- سيف الدين رحالي و فريد عباس، إلتزام المورد الإلكتروني بالتسليم المطابق للطلبية حماية للمستهلك الإلكتروني مجلة دائرة البحوث و الدراسات و القانونية و السياسية، العدد 01، المجلد 06، جامعة مرسلبي عبد الله، تيبازة الجزائر، جانفي 2022.
- 50- سهام قارون، إلتزام المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 02، المجلد 07، جامعة سوق أهراس، الجزائر، جوان 2020.
- 51- عتاب يونس، تدابير الوقاية لحماية الصحة لعمومية من وباء كوفيد 19، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد 2، المجلد 5، جامعة زيانى عاشور، الجلفة، الجزائر، جوان 2020.
- 52- عباس فريد و رحالي سيف الدين، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 8، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله، تيبازة، الجزائر، جانفي 2020
- 53- عواطف زرارة، مكافحة الغش التجاري في ظل أزمة كوفيد 19 من دولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد خاص، المجلد 01 كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، ماي 2021
- 54- عماد بوقلاش و عادل مستوي، تطور سياسيات و آليات حماية المستهلك من مظاهر الغش التجاري في الجزائر (رؤية تحليلية خلال الفترة 1990-2014)، مجلة المناجير، العدد 2، المدرسة العليا للإدارة و الإقتصاد الرقمي الجزائر، بدون سنة النشر.
- 55- فضيلة بوطورة ونوفل سمايلي، التجارة الالكترونية بين ضرورة وفعالية آلية حماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 01، المجلد 9، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، الجزائر، جويلية، 2019
- 56- فارلو محمد الأمين و رابحي بوعبد الله، دور التسويق الإلكتروني في تحقيق ولاء الزبون - حالة مؤسسة بريد الجزائر بولاية تيارت -، مجلة الشعاع للدراسات الاقتصادية، العدد 2، المجلد 5، معهد الدراسات الاقتصادية والتجارية وعلوم الادارة، مركز الونشريس الجامعي، الجزائر، ديسمبر 2021
- 57- فارلو محمد الأمين و رابحي بوعبد الله، دور التسويق الإلكتروني في تحقيق ولاء الزبون احالة مؤسسة بريد الجزائر بولاية، تيارت، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد 02، المجلد 05، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، سبتمبر 2021
- 58- صراح خوالف، الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري، مجلة الفقه القانوني و السياسي، العدد 01، المجلد 01، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت،

- الجزائر ، بدون سنة نشر
- 59- قالية فيروز ، إلتزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية مجلة القانون و المجتمع ، العدد 02 ، المجلد 08 ، جامعة أحمد دراية ، أدرار ، الجزائر ، 2020
- 60- رحمة بريق و محمد لخضر دلاج ، تأثير جائحة كورونا على تنفيذ الإلتزامات التعاقدية و على التجارة الإلكترونية مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 3، المجلد 13، جامعة زياني عاشور، الجلفة، الجزائر، أكتوبر 2020
- 61- رشا مقدم و أحلام مقدم، تحديات إستخدام بطاقة الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا الكوفيد19، البطاقة الذهبية نموذجاً، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 06، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، جوان 2021
- 62- تيباني أسعيد و بقة عبد الحفيظ ، ضوابط ممارسة التجارة الإلكترونية طبقاً للقانون 18-05 ، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد الرابع، جامعة الجليلي بونعامه، خميس مليانة، الجزائر، سبتمبر 2020
- 63- غزيوي هندة ، الغش التجاري بين التجريم و المواجهة ، كلية الحقوق ، جامعة 20 أوت 1955 ، سكيكدة ، الجزائر ، دون سنة النشر.

IV. مداخلة:

- 01- أحسن غربي، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في الجزائر، اليوم الدراسي المعنون بـ : ضوابط حماية البيئة في المعاملات التجارية الإلكترونية ديسمبر 2020.

الفهرس

الفهرس

1	مقدمة:
6	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية وجائحة كورونا
7	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
7	المطلب الأول: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية
7	الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية
9	الفرع الثاني: تطور التجارة الإلكترونية
11	المطلب الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية
12	الفرع الأول: التعريف القانوني
13	الفرع الثاني: التعريف الفقهي
14	الفرع الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية
16	الفرع الرابع: تمييز التجارة الإلكترونية عن المفاهيم المشابهة لها:
20	المبحث الثاني: ماهية جائحة كورونا
21	المطلب الأول: مفهوم جائحة كورونا
21	الفرع الأول: تعريف جائحة كورونا
23	الفرع الثاني: أعراض جائحة كورونا وأسباب انتشاره
24	الفرع الثالث: تدابير مكافحة جائحة كورونا في الجزائر
31	المطلب الثاني: الطبيعة القانونية لجائحة كورونا
31	الفرع الأول: إعتبار جائحة كورونا كقوة قاهرة
35	الفرع الثاني: إعتبار جائحة كورونا كظرف طارئ
39	خلاصة الفصل الأول
41	الفصل الثاني : تأثير جائحة كورونا على ممارسات التجارة الإلكترونية
42	المبحث الأول : تأثير جائحة كورونا على شروط ممارسات التجارة الإلكترونية و على أطرافها . . .
42	المطلب الأول: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية
42	الفرع الأول: الشروط الشكلية لممارسة التجارة الإلكترونية

46	الفرع الثاني: الشروط الموضوعية لممارسة التجارة الإلكترونية:
49	الفرع الثالث : شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا:
50	المطلب الثاني : تأثير جائحة كورونا على أطراف التجارة الإلكترونية :
50	الفرع الأول : الحماية القانونية لأطراف التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا
54	الفرع الثاني : إلتزامات أطراف التجارة الإلكترونية :
60	الفرع الثالث : المخاطر التي يواجهها أطراف التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا :
64	المبحث الثاني : تأثير جائحة كورونا على الدفع و التسويق الإلكتروني :
64	المطلب الاول: الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا
64	الفرع الأول: الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري
71	الفرع الثاني : نطاق الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا :
72	المطلب الثاني : التسويق الإلكتروني :
72	الفرع الاول : مفهوم التسويق الإلكتروني :
76	الفرع الثاني : التسويق الإلكتروني في ظل جائحة كورونا :
78	خلاصة الفصل الثاني :
81	الخاتمة:
84	قائمة المصادر والمراجع:
93	الفهرس
95	الملخص:

الملخص:

تعد التجارة الإلكترونية في هذا العصر بديلا حتميا عن التجارة التقليدية، والتي تتم عن بعد في بيئة افتراضية عبر شبكة الانترنت، وبالرغم من أهمية هذا النوع من التجارة إلا أن ذلك لا ينفى النمو البطيء له خاصة في بعض الدول التي لا تزال ثقافة استخدامها ضعيفة، ومع ظهور جائحة كورونا وما فرضته من تقييد لحركة الأفراد من خلال الحجر الكلي أو حتى الجزئي كان لها الفضل في إعادة الاعتبار للتجارة الإلكترونية وتطور وسائلها، بالإضافة إلى القانون 05-18 الذي يحدد معالمها الأساسية وشروط ممارستها والتزامات كل من أطرافها في ممارسة المعاملات التجارية لضمان حماية حقوقهم وعدم الوقوع في المخاطر، وتكون جميع التعاملات في إطار المشروعية، بحيث كان الدفع الإلكتروني من الطرق البديلة والأمن في ظل جائحة كورونا بحيث يضمن التباعد الاجتماعي وعدم الملامسة، وكان للتسويق الإلكتروني الفضل أيضا في الترويج لمختلف السلع والخدمات وتقديمها للمستهلك عن بعد ودون جهد ويطرق مضمونة دون نقل العدوى.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية- جائحة كورونا- المستهلك الإلكتروني- المورد الإلكتروني - الدفع الإلكتروني- التسويق الإلكتروني.

Abstract:

Electronic commerce in this era is an inevitable alternative to traditional commerce, which takes place remotely in a virtual environment via the Internet, and despite the importance of this type of commerce, this does not negate its slow growth, especially in some countries whose culture of use is still weak, and with The emergence of the Corona pandemic and the restriction it imposed on the movement of individuals through total or even partial quarantine has had the credit for restoring electronic commerce and the development of its means, in addition to Law 18-05 that defines its basic features and conditions for its practice and the obligations of each of its parties in practicing commercial transactions to ensure the protection of their rights And not to fall into risks, and all transactions are within the framework of legality, so that electronic payment was one of the alternative and optimal methods in light of the Corona pandemic so as to ensure social distancing and non-contact, and electronic marketing was also credited with promoting various goods and services and providing them to the consumer remotely and without effort and in guaranteed ways without Transmission of infection.

Keywords: E-commerce - Corona pandemic - electronic consumer - electronic supplier - electronic payment - e-marketing.