



جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



النظام القانوني للمحل التجاري الالكتروني

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

من إعداد الطالبين

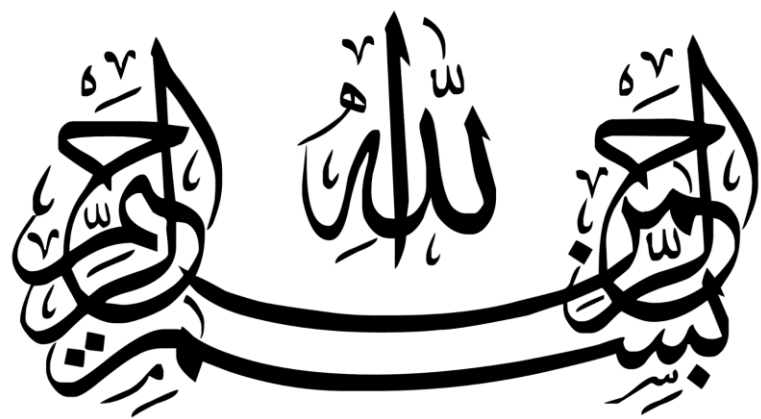
❖ كمال بلول

❖ العيد محبوب

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. دريس كمال فتحي	أستاذ محاضر " أ "	جامعة حمه لخضر الوادي	رئيساً
د. الأزهر لعبيدي	أستاذ محاضر " أ "	جامعة حمه لخضر الوادي	مشرفاً ومقرراً
أ. جعفر عرارم	أستاذ مساعد " أ "	جامعة حمه لخضر الوادي	مناقشاً

السنة الجامعية : 2021/2020



قَالَ تَعَالَى: ﴿وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا أَنْفَضُوا إِلَيْهَا

وَتَرَكُوا قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِّنْ أَلَهْوٍ وَمِنَ

التَّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ﴿١١﴾ ﴿

سورة الجمعة: الآية 11



الإهداء

بعد الحمد والشكر لله عز وجل
الذي أنار لي دربي ومنحني القوة والإرادة للكفاح والصمود
من أجل طلب العلم وتحقيق النجاح
أهدي ثمرة جهدي المتواضع
إلى أغلى ما في الوجود، إلى رمز نجاحي وقوة صبري
إلى ينبوع العطاء والدعاء والدي ووالدتي الحبيبة
إلى إخوتي وأخواتي
إلى كل عائلي القريبة والبعيدة
إلى أحبائي وأصدقائي وزملائي في العمل وأخص بالذكر
فاروق بولعراس، سليم قماري ، ذهب الصغير
إلى كل من مد لي يد العون من قريب أو من بعيد
إلى كل من سهى قلبي عن ذكره

العيد محبوب





الإهداء

بعد الحمد والشكر لله عز وجل

الذي أنار لي دربي ... وبعد

إلى من جذوره في الأرض وجبا أن تعانق السماء.

إلى من زرع الأمل فينا في أن نكون نعطي لنعطي

إلى روح والدي أهدي ثمرة جهدي رحمه الله وجعل مثواه الجنة

إلى أمي من روتنا بحنينها لنطفئ ضمناً السنين.

إلى إخوتي وأخواتي حبا وتقدير .

إلى كل الأصدقاء وكل من ساهم في هذا العمل من قريب أو بعيد.

كمال بلول





شكر وتقدير

أولا نحمد الله حمدا كثيرا وله الشكر الجزيل على توفيقه لنا

في إتمام هذا العمل

وأتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف الدكتور

"الأزهر لعبيدي"

على تفضله بإشراف على هذا العمل وكل توجيهاته لنا

كما نتقدم بشكرنا الخالص والموصول

إلى إدارة وقسم الحقوق

كما لا ننسى جميع أساتذة قسم الحقوق

بجامعة حمّه لخضر بالوادي

كما نتقدم بشكر خاص للأستاذ **ذهب الصغير** على مجهوداته القيمة

التي كانت عوناً لنا

العيد محبوب

كمال بلول



قائمة المختصرات

دون قسم	د . ق
دون سنة نشر	د . س . ن
دون نوع مجلة	د . ن . م
دون عدد مجلة	د . ع . م
صفحة	ص
page	p

مقدمة

تعتبر فكرة المحل التجاري فكرة قديمة ظهرت في مطلع القرن التاسع عشر، كذلك هي من سمات الحياة الاقتصادية، وهذا منذ أن بدأ التاجر يعرض سلعته للجمهور مستخدماً بعض الآلات والمعدات لتسهيل ممارسة نشاطه، لأن العناصر المادية في المحل التجاري هي محور الاهتمام .

ومع انتشار التجارة وكثرة المشروعات التجارية بدأت تظهر الفكرة الجديدة أو المفهوم الجديد للمحل التجاري فنتيجة لظهور الثورة الصناعية بما جاءت به من ابتكارات واختراعات جديدة كبراءات الاختراع والعلامات التجارية والصناعية، وعليه بدأت تظهر الفكرة المكونة لعناصر المحل التجاري، ومع مرور الوقت أصبحت لهذه العناصر أهمية كبيرة من العناصر المادية المكونة للمحل التجاري، وبالتالي أصبحت فكرة المحل التجاري تتبلور في مجموعة من العناصر المادية والمعنوية تشكل وحدة مستقلة عن العناصر الداخلة في تكوينها .

إن التحولات التي شهدتها العالم في شتى المجالات، والتي ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين، والتي أحدثت العديد من التغيرات والتحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، مما أدى إلى انفجار ثورة تكنولوجية أصبح فيها العالم قرية صغيرة تسارعت فيها وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية وساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، حيث انفتحت فيها البيئات الإقليمية على العالم الخارجي وأصبح هناك تداخل في الأمور السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية .

ولعل المجال الاقتصادي من أكثر المجالات تأثراً بعوامل تطور العولمة، والتي يمكن تحديدها في التكتلات الإقليمية والأسواق المشتركة والتحالفات الإستراتيجية للشركات العالمية وغيرها... الخ، وذلك كله راجع للتطور السريع في مجال تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة والتي كانت السبب في ذلك هو الانتشار السريع لشبكة الانترنت.

ونتيجة لهذه التطورات التكنولوجية في جميع المجالات ظهرت التجارة الالكترونية كأحد ثمار الثورة المعلوماتية التي يقوم عليها الاقتصاد الرقمي حتى غدت العمود الفقري

لاقتصاديات الدول المتقدمة، ولم يكن هذا التطور حكراً على الدول المتقدمة، بل انتشرت في معظم دول العالم حتى وصلت إلى كل متجر وشركة ومنزل من خلال شبكة الاتصال.

إن ما تقدمه التجارة الالكترونية في ظل نمو حجم المعاملات التجارية من مزايا كثيرة، ساعدت على تنمية التبادل التجاري، حيث تحتل التجارة الالكترونية مكانة هامة في إبرام الصفقات التجارية بمختلف أشكالها، وبذلك فهي توفر فرصاً لا محدودة وإمكانيات ضخمة لعرض السلع والخدمات من المكان نفسه لكل الأفراد دون التقيد بحدود المكان أو المسافة أو الوقت، وهي وسيلة سهلة وبسيطة يمكن استخدامها من جميع الأفراد والشركات، وتؤدي إلى تبادل المنافع مابين المتعاملين من بائعين ومشتريين، كما تعمل على اتخاذ القرارات المناسبة لكلا الطرفين.

وإذا كانت التجارة الالكترونية تتيح عرض المنتجات والسلع والخدمات والترويج لها من خلال الإشهار عبر أنحاء العالم بواسطة المواقع الالكترونية أو ما يعرف بالمراكز التجارية الافتراضية أو المحلات والمتاجر الالكترونية، قد أتاح للمجتمعات والشركات إمكانية الاطلاع على المنتجات وشراءها وإبرام الصفقات عن بعد، والمحلات التجارية الالكترونية ماهي إلا أعمال تجارية يقوم بها التاجر بوسائل إلكترونية والمتمثلة في العناصر المستخدمة من برامج الكترونية ووسائل الدفع الالكتروني، بالإضافة إلى العناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني الذي تطرق إليهما المشرع الجزائري من خلال القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية رقم 18-05 باستثناء عقد الإيواء الالكتروني .

حيث تعددت التسميات للمحل التجاري الالكتروني، فنجد هناك من يطلق عليه المتجر الالكتروني أو المحل التجاري الالكتروني أو الأصل التجاري الالكتروني وكل هذه المصطلحات لهما مدلول ومقصود واحد.

1. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا لهذا الموضوع في:

■ الأهمية العملية

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية حادثة الموضوع الذي تطرقنا إليه، فهو موضوع ظهر مع التطور التكنولوجي الحاصل، وبرزت أهميته جلياً خلال الأزمة العالمية الصحية التي يعيشها العالم وهو وباء كورونا (COVID-19)، الذي أوقف عجلة الاقتصاد والحركة التجارية، حيث فرض على الناس حتمية المكوث في البيت، فكان لابد من بديل لاستمرارية الحركة التجارية، لتلبية متطلبات وحاجيات المجتمع، فكانت المحلات التجارية الالكترونية هي الملاذ للحفاظ على أرواح الناس من خلال تلبية الحاجيات الشخصية للعائلات، وذلك باقتنائها عن طريق ما يسمى بالمحلات التجارية الالكترونية.

بالإضافة أيضاً إلى الأهمية القانونية من خلال القانون المنظم للتجارة الالكترونية رقم 05-18، والخوض في تحليل ومناقشة النصوص القانونية التي أوردها المشرع الجزائري في هذا الشأن، والتي لها علاقة مباشرة بموضوع دراستنا.

2. أهداف الدراسة:

- نحاول من خلال هذه الدراسة بلوغ الأهداف الآتية :
- المعرفة المميزة للمحل التجاري الالكتروني عن المحل التجاري التقليدي.
- معرفة الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني.
- معرفة مظاهر الخصوصية بين المحل التجاري في القواعد العامة والمحل التجاري الالكتروني.
- معالجة بعض الإشكاليات في ظل عدم وجود نصوص خاصة تعالجها.

3. أسباب اختيار الموضوع:

أي بحث علمي له مجموعة من الدوافع والأسباب لاختياره، وتنقسم إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

■ الأسباب الذاتية :

✓ لدينا الرغبة في خوض غمار البحث على موضوع النظام القانوني للمحل التجاري الإلكتروني.

✓ الميول الشخصي لمواضيع القانون التجاري عموما، ولاسيما في المجال الإلكتروني الحديث.

✓ يعد هذا الموضوع جزء من تحضيرنا لمسابقة الدكتوراه.

■ الأسباب الموضوعية:

✓ ندرة الدراسات العلمية المتخصصة في هذا الموضوع، إن لم نقل انعدامها سواء على مستوى الجامعة أو الجامعات الجزائرية الأخرى.

✓ إثراء مكتبة الكلية والجامعة بمثل هذه المواضيع المتخصصة المستحدثة.

✓ تقديم قيمة مضافة في المجال والعمل الأكاديمي.

✓ معرفة مدى تطبيق النصوص القانونية للمحل التجاري التقليدي على المحل التجاري الإلكتروني.

4. صعوبات البحث:

تجدر الإشارة إلى أن هناك بعض الصعوبات التي واجهتنا أثناء الدراسة والتي تتمثل أساسا في :

✓ قلة الدراسات القانونية والفقهية التي تناولت هذا الموضوع لا سيما الوطنية منها.

✓ عدم نشر الأبحاث المتخصصة.

✓ صعوبة الحصول على المراجع و الأبحاث المتخصصة في ظل الانتشار الرهيب لوباء كورونا (COVID19)، لأنها لم تعد متاحة، بل أصبحت تخضع لنظام التجارة الالكترونية، والذي بدوره يستخدم المحلات التجارية الالكترونية ونظام دفع الكتروني.

5. الدراسات السابقة :

قمنا بالإطلاع على عينة من الرسائل والمذكرات الجامعية كالدراسات السابقة، سواء كانت وطنية أو دولية، وذلك في محاولة منا لإيجاد مراجع ودراسات تتناول موضوع بحثنا، نستطيع التوصل من خلالها إلى تجميع أعمال البحث في أطر متكاملة وأبعاد مفصلة، فنذكر من بين الدراسات التي أجريت في هذا الميدان :

✓ أطروحة دكتوراه بعنوان النظام القانوني للمحل التجاري الالكتروني دراسة مقارنة للدكتورة إسلام مجيد حوشي بجامعة بغداد، العراق.

✓ رسالة ماجستير بعنوان النظام القانوني للمتجر الالكتروني للطالب منذر البطوش بجامعة مؤتة، الأردن.

6. إشكالية الدراسة:

باعتبار المحل التجاري الالكتروني مالاً منقول معنوياً يحتوي على عناصر معنوية وأخرى مادية فإن الإشكال المطروح في هذا الصدد تدور حول: إلى أي مدى يمكن تطبيق الأحكام القانونية للمحل التجاري التقليدي على المحل التجاري الالكتروني ؟

وتتدرج ضمن هذه الإشكالية أسئلة فرعية كالاتي:

- ماهو المقصود بالمحل التجاري الالكتروني؟
- ماهي الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني؟
- ماهي مظاهر الخصوصية التي يتميز بها المحل التجاري الالكتروني عن المحل التجاري التقليدي ؟
- ماهي الوسائل المستخدمة للمحل التجاري الالكتروني؟

7. منهج الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة، قد تم الاعتماد على المنهج التحليلي كونه يتماشى وطبيعة الموضوع وذلك لتحليل النصوص القانونية خاصة المتعلقة بموضوعنا ومن بينها قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية أهمها تلك المواد الخاصة بالعناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني، وكذلك المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني، كما اعتمدنا على المنهج الوصفي لإبراز أهم المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالموضوع من أجل المعرفة التفصيلية لعناصر البحث.

8. تقسيم الموضوع:

إنّ الإجابة على الإشكاليات السابقة الذكر، فقد قمنا بتقسيم موضوع الدراسة إلى فصلين، حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى الإطار المفاهيمي للمحل التجاري الالكتروني، وقسمنا هذا الفصل بدوره إلى مبحثين تناولنا في المبحث الأول مفهوم المحل التجاري الالكتروني، أما المبحث الثاني تناولنا فيه الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني. أمّا في الفصل الثاني خصصناه لدراسة مظاهر الخصوصية للمحل التجاري الالكتروني عن المحل التجاري التقليدي، وأدرجنا ضمنه مبحثين تطرقنا في المبحث الأول لمظاهر الخصوصية في العناصر المكونة للمحل التجاري الالكتروني، أما المبحث الثاني تطرقنا إلى الوسائل المستخدمة في المحل التجاري الالكتروني.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للمحل التجاري الالكتروني

إن ظهور شبكة الانترنت وانتشار وسائل الاتصال الحديثة، قد أدى إلى توسع وارتفاع حجم التجارة الالكترونية، ومن هنا طغى التعامل الالكتروني في كل المجالات التجارية وغير التجارية، حتى أنّ دخول المشاريع الاقتصادية الكبرى أو الصغرى مثل المتاجر الالكترونية عالم التجارة الالكترونية، أصبح معيار يمكن الحكم من خلاله على نجاح هذه المشاريع .

لقد شهد تحول في نمط مزاوله النشاط التجاري للمحلات التجارية بالشكل التقليدي إلى المحل التجاري الالكتروني، بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلى مهارة وكفاءة عالية في العنصر البشري، حيث أن بلوغ التجارة الالكترونية هذا المستوى من الانتشار وتعاضم قيمة الوقت فيها ونقص التكلفة.. الخ، قد أثار جدلا واسعا في الأوساط القانونية والفقهية، حتى أن التشريعات سواء الوطنية أو الدولية وجدت نفسها مضطرة إلى إيجاد منظومة قانونية تتكيف وهذا النوع من التجارة .

المبحث الأول

مفهوم المحل التجاري الالكتروني

إن فكرة المتجر (المحل) هي فكرة قديمة، وكان ينظر إليه نظرة مادية بحتة، ريثما تحولت هذه النظرة تدريجياً حيث أصبح المحل التجاري مجموعة من العناصر المادية والمعنوية المخصصة للاستغلال التجاري¹، غير أنه مع التطور التكنولوجي وظهور التجارة الالكترونية أصبح التاجر الذي يملك محل تجاري الكتروني قد لا يحتاج إلى محل تجاري تقليدي، لأن التجارة الالكترونية كسرت المألوف، وأصبح التاجر يملك متجر الكتروني قادر على جذب العمل وخلق بيئة الكترونية فعالة.²

المطلب الأول

تعريف المحل التجاري الالكتروني

إن الفضل في اكتشاف الفكرة الحديثة للمحل التجاري لا يرجع فقط إلى رجال الفقه والقانون، بل إن التجار أنفسهم الذين أدركوا أهمية النظر إلى العناصر المادية والمعنوية مجتمعة عندما اهتموا إلى التعامل بالمحل التجاري ثم أظهر العمل، الأهمية الاقتصادية للعناصر المعنوية وتفريقها على العناصر المادية وظهر ذلك بصفة خاصة في حالة بيع المحل التجاري ورهنه.

ومع تبلور الفكرة القانونية للمحل التجاري لدى أغلبية رجال الفقه بدأت حركة التشريع في الدول المختلفة تتابع هذا التبلور وتحاول وضع إطار قانوني يتلاءم مع طبيعته³.

¹ زهيرة جبالى عبد القادر كيسي، تأجير المحل التجاري " دراسة مقارنة بين القانون الجزائري والقانون الفرنسي "، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، د . ق، كلية الدراسات العليا، جامعة عمان العربية، الدراسات العليا، 2008، ص 01.

² عبد الله بن محمد الشمراني، النظام القانوني للمتجر الالكتروني دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار العالمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص 90.

³ هيثم عبد الرحمان يعقوب البناء، رهن المحل التجاري " دراسة مقارنة "، أطروحة الدكتوراه، تخصص القانون الخاص، قانون الخاص، كلية الدراسات القانونية العليا، جامعة عمان العربية للدراسات، 2004، ص ص 5 ، 6.

الفرع الأول

تعريف المحل التجاري وفقاً للاتجاهات التقليدية

إن الحديث عن تعريف المحل التجاري التقليدي ، يقتضي التطرق إلى :

أولاً: التعريف الفقهي للمحل التجاري

من خلال تتبع التاريخي لنشأة القانون التجاري يظهر لنا على أنه قانون قديم في الظهور والتطور، إلا أنه وبخصوص الموضوع الذي نحن بصدده والخاص بالمحل التجاري، نجد أن الفكرة في حد ذاتها لم تتحدد كمفهوم قانوني، إلا في مرحلة متأخرة سواء في نطاق أعراف التجارة أو حتى في تقنين المشرع التجاري لها، ولعل السبب الأول في هذا التأخر يرجع إلى عدم اكتمال عناصر المحل التجاري عند التجار والمشرعين، والسبب الآخر هو تأخر ظهور الاختراعات والاكتشافات الحديثة كالعلامات التجارية، والنماذج والرسوم الصناعية.. الخ.¹

يقصدُ العامة من تداول لفظ المحل التجاري، أداة العمل التي يستخدمها التاجر في الاستغلال التجاري، والمحل التجاري في قواميس اللغة الفرنسية لها تعاريف متشابهة بصفة عامة فتعرفه بعضها بأنه مجموع متكون من جملة أموال وعناصر مخصصة لاستغلال صناعي أو تجاري وله تنظيم يختلف من عدة وجوه عند تنظيم المحل الحرفي أو المدني. وورد في بعض القواميس أن المحل التجاري يعد بصفة عامة كمجموع متكون من جملة عناصر يكرسها الصانع أو التاجر لممارسة مهنته.²

¹ وسيلة شريط، القواعد القانونية لبعض التصرفات الواردة على المحل التجاري " البيع والرهن أنموذجاً"، مجلة المعيار، دورية علمية محكمة، العدد 27، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2021، ص 02.

² حلو أبو حلو، القانون التجاري، طبعة 2008، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، مصر، 2009، ص 199.

حيث عرف الأستاذ محسن شفيق المحل التجاري بأنه "مجموعة من الأموال المنقولة تخصص لممارسة مهنة تجارية، وتتضمن على وجه الخصوص مقدمات معنوية، وقد تضمن أخرى مادية".¹

وقد عرفه الدكتور علي حسن يونس أيضا بأنه " مجموعة من الأموال المنقولة مادية ومعنوية تآلفت معا ورتبت بقصد استغلال مشروع تجاري والحصول على العملاء، والعناصر التي تترتب منها هذه المجموعة لا تنوب فيها ولا تتلاشى في محيطها ولا تتفاعل في ما بينها تفاعلا يترتب عليه فقدان معالمها أو خصائصها إنما يظل كل عنصر منها محتفظ بذاتيته وطبيعته وخاضعا للقواعد القانونية الخاصة به".²

كما تعرفه الدكتورة سميحة القيلوبي بقولها " أنه مال منقول معنوي يتضمن مجموعة أموال منقولة ومخصصة لاستغلال تجارة أو بضاعة معينة".³

فذهب رأي إلى القول بأن المحل التجاري بأنه " مجموعة أموال مادية ومعنوية تخصص لمزاولة مهنة تجارية، وقد يسمى بالمتجر أو المصنع بحسب ما إذا كان مخصصا لمزاولة التجارة بالمعنى الضيق أو المزاولة الصناعية، ويسمى أيضا بالمنشأة في تطبيق قوانين الضرائب".⁴

حتى أن الرأي الراجح من الفقه يرى أن المحل التجاري عبارة عن ملكية معنوية تشمل على عنصر الاتصال بالعملاء الذين يرتادون المحل بسبب العناصر التي تستخدم في استقلاله، ومن ثم فإن مفهوم المحل التجاري ينصرف إلى المكان الذي يباشر فيه التاجر أعماله التجارية أو البضائع الموجودة من الأموال المنقولة، معنوية أو مادية، ومستقلة تماما عن مفردات هذه الأموال.⁵

¹ موسى ناصر، حماية المحل التجاري في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص حقوق، فرع القانون الخاص الأساسي قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلاي اليابس، سيدي بلعباس، 2019، ص 07.

² حلو أبو الحلو، المرجع السابق، ص 200.

³ سميحة القيلوبي، الوسيط في شرح قانون التجارة المصري، الجزء الأول، دار النهضة، مصر، 2010، ص 289.

⁴ أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1980، ص 178.

⁵ علي البارودي ومحمد السيد القصي، القانون التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، مصر، 1999، ص 165.

ثانيا: التعريف التشريعي للمحل التجاري

إن فكرة المحل التجاري باعتباره مجموعا مستقلا عن مقوماته وعناصره يمكن أن يكون محلا للتصرفات القانونية، فكرة حديثة لم يتعرض لها التقنين التجاري المصري في أي نص من نصوصه، وظهرت في التشريع المصري لأول مرة بمقتضى القانون رقم 11 لسنة 1940 الخاص ببيع المحال التجارية ورهنها.

وقد نص المشرع المصري في المادة 34 من قانون التجارة الجديد على أن " المتجر مجموعة من الأموال المنقولة تخصص لمزاولة تجارة معينة ويجب أن تتضمن عنصر الاتصال بالعملاء والسمعة التجارية".¹

وقد عرفت محكمة النقض المصرية المحل التجاري بأنه وعلى ما يقضي به القانون التجاري رقم 11 لسنة 1940 يعتبر منقولا معنويا منفصلا عن الأموال المستخدمة في التجارة ويشمل مجموعة العناصر المادية والمعنوية المخصصة لمزاولة المهنة التجارية من اتصال بالعملاء وسمعة واسم تجاري وحق في الإيجار وحقوق الملكية الأدبية والفنية مستقلة عن المفردات المكونة لها.²

وقد تناول المشرع العماني المحل التجاري من خلال الكتاب الثاني من الباب الأول وقد أطلق عليه مصطلح المتجر، حيث أورد له تعريفا في قانون التجارة والذي تضمنته المادة 37، حيث نصت على أن " المتجر هو محل التاجر والحقوق المتصلة بهذا المحل ويشمل المتجر على مجموعة من الأموال المنقولة بعناصرها المادية وغير المادية وهي بوجه خاص، البضائع والأثاث التجاري والآلات الصناعية والعملاء والاسم التجاري، وفق الإيجار والعلامات والبيانات التجارية وبراءات الاختراع والتراخيص والرسوم والنماذج".³

¹ مصطفى كمال طه ووائل أنور بندق، أصول القانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، الشركات التجارية، المحل التجاري، الملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص ص 645، 647.

² أم الخير قود، أحكام بيع المحل التجاري، رسالة ماجستير، تخصص قانون خاص، د.ق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2006، ص 17.

³ عادل علي المقدادي، القانون التجاري، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص ص 180، 181.

أما المشرعان الأردني والكويتي لم يقوما بتعريف المحل التجاري في قانون التجارة، وإنما قاما بذكر العناصر التي يتكون منها المحل التجاري فقط، ولكن ذهب المشرع الأردني إلى أنه يقصد بالمحل التجاري " المؤسسة الفردية أو الشركة " .

ويتضح من هذا النص أن التعريف التشريعي للمحل التجاري جاء على الإطلاق والعموم مما يفهم منه أن أي مؤسسة فردية أو شركة تعد محلا تجاريا، وعليه فإن هذا التعريف يمكن أن يتحوي على كافة المستجدات في المجتمع التجاري.¹

أما في فرنسا، وبصدور القانون التجاري الفرنسي سنة 1807 لم يتم إعطاء مفهوما حقيقيا له، وحتى عبارة المحل التجاري لم تكن في محلها وهو نفسه ما ذهب إليه القضاء الفرنسي في عدم إعطائه تعريف للمحل التجاري،² إلي حين تمت معالجة أحكام المحل التجاري لأول مرة وبشكل شامل بالقانون الصادر في 19 مارس 1909.³

أما المشرع الجزائري فقد تناول المحل التجاري في الكتاب الثاني من القانون التجاري من المادة 78 إلى المادة 168⁴، حيث لم يورد تعريف له، شأنه في ذلك شأن العديد من التشريعات الدولية، وانتهى بتحديد العناصر التي يشتمل عليها وذلك في المادة 78 من القانون التجاري.⁵

¹ حمد دهام دغيم الرشدي، تأجير المحل التجاري، دراسة مقارنة بين التشريعي الأردني والكويتي، رسالة ماجستير، تخصص القانون، عمادة الدراسات العليا، كلية القانون، جامعة آل البيت، الأردن، 2016، ص 12.

² موسى ناصر، المرجع السابق، ص ص 04، 05.

³ فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، مصادر القانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، المتجر، العقود التجارية، الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، لبنان، 2006، ص 184.

⁴ سفيان بن زواوي، بيع المحل التجاري في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص القانون الخاص، فرع قانون أعمال، د. ق، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013، ص 14.

⁵ رضوان جامع، أحكام رهن المحل التجاري في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، د. ق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص 05.

الفرع الثاني

تعريف المحل التجاري الالكتروني وفقا للاتجاهات الحديثة

لقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الحديثة ومنها الانترنت، إلى انتعاش حركة التبادل التجاري للسلع والخدمات بين مناطق مختلفة حول العالم، فالانترنت قربت المسافات الجغرافية إلى حد كبير وأدى إلى ظهور نمط جديد من التجارة ما يعرف بالتجارة الالكترونية التي تتم من خلال مواقع الكترونية تقدم خدمات تجارية، كالدعاية والترويج والتسويق للسلع والخدمات والتي تسمى بالمحلات التجارية الالكترونية.¹

لذا كان المستقبل للتجارة الالكترونية في اغلب منافذها ومنها المحل التجاري الالكتروني الذي يمثل كيان تجاري افتراضي أكثر من مجرد تقنية جديدة بل أنه وسيلة مؤثرة وفعالة في اتجاهات التجارة الالكترونية.

وقد أوجد من خلاله عدد من المفاهيم القانونية والفنية، كإبرام العقود التجارية من دون تدخل بشري، بحيث أن طلبات المستهلك وحاجاته تنتقل من حاسوب إلى آخر ومن ثم تتداول البضائع أو الخدمات عن طريق الوسائل الالكترونية.²

ونظرا لحدثة مصطلح المحل التجاري الالكتروني الذي ظهر بعد منتصف التسعينات من القرن الماضي إذ أن شبكة الانترنت أوجدت نوعا جديدا من المتاجر يعرف بالمتاجر الالكترونية، وهي متاجر افتراضية غير مادية وغير ملموسة.³

فالمتجر الالكتروني (المحل التجاري الالكتروني) في شكله البسيط ماهو إلا معرض افتراضي تجاري يسمح للعملاء بالتسوق من خلال تكوين علاقة تجارية، وبشكل آخر يمكن

¹ محمد مجيد كريم الإبراهيمي، إشكالية حماية الاسم التجاري عبر الانترنت في القانون العراقي، مجلة جامعة ذي قار، مجلة علمية محكمة، العدد 13، جامعة ذي قار، العراق، 2018، ص 50.

² إسلام مجيد الحوشي، النظام القانوني للمحل التجاري الالكتروني "دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه، تخص قانون خاص، دن، كلية القانون، جامعة بغداد، 2007، ص 07.

³ منذر قاسم البطوش، النظام القانوني للمتجر الالكتروني، رسالة ماجستير، تخصص الحقوق، قسم القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة مؤتة، الأردن، 2016، ص 26.

تعريف المحل التجاري الالكتروني بأنه " عبارة عن معرض افتراضي تتم من خلالها عملية المعاوضة للسلع والخدمات ".¹

كما يعرفه البعض الآخر بأنه " كيان من العناصر المتنوعة من حيث طبيعتها ومن حيث نظامها القانوني القادر على جلب الزبائن وتحقيق الربح ".²

ويعرف كذلك المتجر الالكتروني (المحل التجاري الالكتروني) بأنه " موقع يعرض منتجات شركة معينة في شكل منسق وجميل، وكل الشركات الكبرى تستخدم هذا النظام على اختلاف المنتجات ".³

كما أنّ الفقه الفرنسي حاول تعريف المحل التجاري الالكتروني الذي يعتبره مؤسسة حديثة من خلال الأستاذ لوازو (LOISEAU) عندما قال بأنه " عندما تقوم مقولة بتطوير نشاطها التجاري على شبكة الانترنت وتخصص في مجال التجارة الالكترونية، فإن اسم المجال يؤسس لأصل تجاري افتراضي ومحل الكتروني ".⁴

وقد عرّفت وزارة التجارة للمملكة العربية السعودية المحل التجاري الالكتروني من خلال الدليل الإرشادي للمتاجر الالكترونية وفقاً لنظام التجارة الالكترونية على أنه " منصّة الكترونية تتيح لموفر الخدمة عرض منتج أو بيعه أو تقديم خدمة، أو إعلان عنها أو تبادل البيانات بها ".⁵

ويرى المؤلف عبد الله بن محمد الشمراني أن تعريف المتاجر الالكترونية أن تكون البضاعة أو الخدمة معروضة على الخط، يتبعها طلب الخدمة، أو طلب الشراء من العميل

¹ عبد الله بن محمد الشمراني، المرجع السابق، ص 90.

² يوسف بن القائد، خصائص الأصل التجاري الالكتروني، مجلة المنارة لدراسات القانونية والإدارية، مجلة علمية فصلية محكمة، العدد 31، مركز المنارة للدراسات والأبحاث، المغرب، 2020، ص 28.

³ عبد الله بن محمد الشمراني، المرجع السابق، ص 91.

⁴ يوسف بن القائد، المرجع السابق، ص 286.

⁵ وزارة التجارة السعودية، 2019/09/28، الدليل الإرشادي للمتاجر الالكترونية وفقاً لنظام التجارة الالكترونية، أطلع عليه بتاريخ

2021/05/26، على الساعة : 12:18 ، دليل منشور على الرابط www.mc.gov.sa

المتصفح، وبالتالي يمثل الموقع المعلوماتي على الشبكة وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد، وثمنه، أو بدله في حالة الخدمات على الخط (أي عبر شبكات المعلومات)¹. وحتى لا نقع في الخط، يجب أن نميز بين المحل التجاري الإلكتروني والتقليدي وبين المواقع الإلكترونية .

أولاً: التمييز بين المحل التجاري الإلكتروني والمحل التجاري التقليدي.

أهم ما يميز المحل التجاري الإلكتروني (المتجر الإلكتروني) عن المتجر التقليدي هو عالميته، لأن رواد الانترنت هم من جميع أنحاء العالم في حين أن اغلب المتاجر التقليدية هي محلية ضمن الدولة.²، إذ تتيح تكنولوجيا التجارة الإلكترونية إمكانية تجاوز الحدود الدولية إلى أبعد ما يكون وبطريقة فعالة جداً بالمقارنة مع التجارة التقليدية، وهذا راجع إلى المعايير التقنية للانترنت للتعامل مع تطبيقات التجارة الإلكترونية تتصف بالعالمية حيث أنها تكون مشتركة بين جميع الدول، ومن ذلك إيجاد سوق عالمي واحد.³

بالإضافة إلى ذلك أن عقد المتجر الإلكتروني، هو من عقود الخدمات الإلكترونية وهو عقد يلتزم بمقتضاه مقدم الخدمة تمكين التاجر من عرض بضاعته من أحد المواقع أو من خلال المراكز الافتراضية الموجودة على شبكة الانترنت وذلك مقابل أجر متفق عليه.⁴

ثانياً: التمييز بين المحل التجاري الإلكتروني واسم الموقع الإلكتروني.

يختلف المحل التجاري الإلكتروني عن اسم الموقع الإلكتروني من خلال أن اسم الموقع الإلكتروني وهو عبارة " عن عنوان على شبكة الانترنت وتسمح بتحديد ذلك الموقع وتميزه عن غيره من المواقع الأخرى ولا يمكن للمستخدمين الدخول إلى الموقع إلا عن طريق هذا الاسم".⁵

¹ عبد الله بن محمد الشمراني، المرجع السابق، ص 91.

² ينظر: أمال حابت، التجارة الإلكترونية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015، ص 213.

³ عبد الرحمن العيشي، آليات التجارة الإلكترونية وأثرها في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلة علمية أكاديمية نصف سنوية، العدد 13، جامعة البليدة 02، د . س. ن، ص 155.

⁴ عبد الوهاب مخلوفي، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012، ص 72.

⁵ نسيم خالد الشواروة وغيث مصطفى الخصاونة، التسجيل والاستعمال لأسماء المواقع الكترونية مماثلة لعناصر الملكية الصناعية والتجارية على الانترنت " دراسة مقارنة "، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلة علمية دولية محكمة، العدد 07، جامعة يحي فارس المدية، 2018، ص 07.

المطلب الثاني

خصائص المحل التجاري الالكتروني

لقد أتاحت تكنولوجيا التجارة الالكترونية إمكانية تجاوز الحدود الدولية إلى أبعد ما يكون وبطريقة فعالة جدا، بالمقارنة مع التجارة التقليدية، وهذا راجع إلى المعايير التقنية للانترنت للتعامل مع تطبيقات التجارة الالكترونية.

الفرع الأول

المحل التجاري الالكتروني واقع الكتروني ومجتمع افتراضي

نظرا للطبيعة غير المادية وغير الملموسة للمحل التجاري الالكتروني، فإنه يقتضي التطرق إلى :

أولا: المحل التجاري الالكتروني واقع الكتروني

تشير أنشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها من التحديات القانونية القائمة، تتمحور حول أثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية، ويتوسط كل نشاط من أنشطة التجارة الالكترونية، الكمبيوتر والانترنت أو شبكة المعلومات.¹ ومن أهم العقود التي وجدت لتنظيم عقود المراكز والمحلات الالكترونية ونذكر منها على سبيل المثال، **العقد النموذجي الفرنسي وعقود المراكز التجارية**، ومن أجل تسهيل التعاقد عبر الانترنت في فرنسا فقد تمت صياغة العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الالكترونية بين التجار والمستهلكين، وتم اعتماده من مكتب غرفة التجارة والصناعة في باريس في 1998/04/30، وقد تمت صياغته ووضع نصوصه وفقا لأحكام القانون الفرنسي، بحيث إذا كانت القواعد العامة للعقد قابلة للتطبيق على هذا العقد، فإن هذه القواعد يجب تطويع بعض الشيء لكي لا تتصادم مع الثقة الحديثة.

فالحجوة إلى الأدوات المعلوماتية والوسائل الالكترونية في التعاقد، لابد أن يؤدي إلى استحداث بعض القواعد الخاصة الموجودة التي تحظى بالاهتمام الأكبر في هذا الشأن.²

¹ رشيد بوعافية ومحمد يدو، **التجارة الالكترونية والاستثمار عبر شبكة الانترنت**، الإطار النظري والتطبيقي، "مجلة الاقتصاد الجديد"، مجلة علمية سداسية، العدد 18، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى الجزائر، 2018، ص 159.

² أسامة أبو الحسن وآخرون، **الجوانب القانونية للتجارة الالكترونية**، "خصوصية التعاقد عبر الانترنت" الطبعة الأولى، المجلس الأعلى للثقافة، مصر، د. س. ن.، ص 17.

وعليه فالمحل التجاري الإلكتروني عبارة عن محل من التعاملات والعلاقات الإلكترونية من أجل بيع السلع والخدمات والمعلومات الكترونياً.¹

ويتم إنشاء المحل التجاري الإلكتروني بموجب عقد يطلق عليه البعض عقد المشاركة وذلك لأن العقد بمقتضاه يصبح المتجر أو المحل التجاري الإلكتروني (الافتراضي) مشاركاً في المراكز التجارية الافتراضية الذي يجمع العديد من التجار تحت عنوان واحد، إلا أنه توجد بعض المواصفات أو الخصائص التي ينبغي توافرها في الموقع مثل سهولة الاستخدام، وجمال التصميم وفاعليته، وسرعة تحميل الصفحات والسماح لمستخدمي الانترنت بالدخول إلى الموقع والتجول فيه بحرية كاملة، بحيث يتمكنوا من العثور على السلع والمنتجات بصورة واضحة، مع بيان دقيق لمواصفاتها وأسعارها وبيان كيفية الوفاء بالثمن، ونفقات النقل والتسليم.²

ثانياً: المحل التجاري الإلكتروني مجتمع افتراضي

أدى التطور السريع في أنظمة الاتصالات إلى الانتشار الواسع لاستخدام الوسائط التكنولوجية في مجال الأنشطة الاقتصادية بشكل أدى إلى تسارع وتيرة التجارة الإلكترونية في مختلف دول العالم،³ مما أفرز نمط جديد من المجتمعات وهي المجتمعات الافتراضية. ويتيح المجتمع الافتراضي للأفراد (العميل)، وإدارة المحل التجاري الإلكتروني، الالتقاء عبر شبكة الانترنت للتفاوض وطرح الأسئلة والنقاش وذلك للوصول إلى إتفاق حول التعاقد النهائي دون ضرورة الحضور الشخصي.⁴

وحتى تكتمل هذه العملية على أكمل وجه لا بدّ من توفر عنصر الثقة، وفي ظل اقتصاد الكتروني يتميز بالعديد من الميزات والمسميات (اقتصاديات المعارض، اقتصاديات المعلومات، وكثافة الاتصالات)، يكون التنافس على التوسع والحصول على أكبر حصة

¹ إسلام مجيد الحوشي، المرجع السابق، ص 17.

² عبد الوهاب مخلوفي، المرجع السابق، ص 73.

³ يزيد عربي باي، تحديات التجارة الإلكترونية في ظل القوانين العربية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلة دولية محكمة نصف سنوية، العدد 07، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015، ص 174.

⁴ إسلام مجيد الحوشي، المرجع السابق، ص 20.

سوقية في العديد من الأسواق، حيث سمعة المؤسسة أو المتجر أكثر أهمية من تضخيم العوائد والأرباح.¹

ومن أهم الأسباب التي تعزز الثقة وفي نفس الوقت تكون أداة استقطاب لهذه المجتمعات الافتراضية نذكر منها:

■ استمرارية الخدمة، إذ مكّنت التجارة الإلكترونية من خلال المتاجر الإلكترونية المستهلك أو العميل من الإبحار على شبكة الانترنت والتسوق وإجراء معاملاته على مدار 7 أيام/24 ساعة.

■ حرية الاختيار والمفاضلة ما بين المنتجات نظراً لتعدد البدائل المتاحة بكل موصفاتهما وتفاصيلها.

■ انخفاض أسعار المنتجات فهذه التجارة تسمح بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة ومفاضلات بين السلع والخدمات المعروضة، مما يمكّن العملاء من الاستفادة من فروق الأسعار.

■ تعتبر أرضية خصبة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.²

ووفقاً لهذا عرّفت الثقة على أنها التوقع الايجابي بأن الآخر لن يتصرف بطريقة انتهازية، وهي عملية تعتمد على السيرة الذاتية للشخص وتاريخه، وتبنى الثقة على التوقع (التكهن).

ويرى (fukuyama) أن الثقة كرأس مال اجتماعي تعد عنصراً في تحقيق الأرباح المشتركة كما أنها وفقاً (wany & emurion) محدد أساسي لسلوك الفرد ونيته في التسوق الإلكتروني، لهذا يركز بناء الثقة على مجموعة من العوامل والمحددات هي:

1. الثقة في الطرف الآخر (الثقة المرتبطة بطبيعة العلاقة مع المنتج، الماركة أو المؤسسة أو المتجر) .

¹ اليامين فالتة وآخرون ، المخاطر الإلكترونية المدركة وعلاقتها بثقة العملاء في المنظمات الافتراضية، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، مجلة دورية محكمة، العدد 01، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2020، ص 17.

² لخضر بن عليّة، التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل مسار التجارة البينية العربية، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلة علمية دولية محكمة، العدد 02، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2019، ص 332.

2. الثقة في آليات الرقابة القانونية والتقنية (الثقة المرتبطة بالإطار القانوني، وبروتوكولات الأمن التي تحد من التطفل خلال تحويل التكنولوجيا).¹

وخلاصة القول أن المحل التجاري الالكتروني مجتمعا افتراضيا، يقدم أنشطة تجارية جديدة في وجودها ويوفر إمكانيات كثيرة تربط بين العملاء وبينه عبر شبكة الانترنت، والذي يعد من أكثر نماذج الأعمال الالكترونية فعالية بالنسبة للأعمال التي تمارس عبر هذه الشبكة وتقوم بدور كبير في نجاح النشاط التسويقي لمختلف البضائع.²

الفرع الثاني

المحل التجاري الالكتروني يعرض سلع وخدمات غير مادية (غير ملموسة)

إن التجارة الالكترونية هي أحد أشكال التعامل الذي يجرى إلكترونيا عبر المراكز والمحلات التجارية الالكترونية، والتي تجرى بين ثلاث أطراف أساسية لا يتصلون ماديا بينهم.³

وبموجب هذه الخاصية لا يستطيع العميل المستهلك أن يلمس البضاعة أو يتفحصها كما هو الحال في المحلات التجارية التقليدية، وهذا الأمر يفسر أن الأغلبية من المعروضات على شاشة المحل التجاري الالكتروني هي الخدمات.⁴

وتتم إبرام أي صفقة من الصفقات التجارة الالكترونية من خلال المتاجر الالكترونية بين هاته الأطراف بمجموعة من المراحل بدأ بعرض المنتجات وانتهاء بتسليمها، ويمكن تحديد أطراف التجارة الالكترونية في المستهلك، البائع، البنك.⁵

¹ اليامين فالتة وآخرون، المرجع السابق، ص 17.

² إسلام مجيد الحوشي، المرجع السابق، ص 20.

³ نصيرة غزالي، التجارة في العالم الافتراضي، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مجلة دولية دورية علمية محكمة، العدد 04، جامعة

عمار ثليجي الاغواط، 2016، ص 50

⁴ إسلام مجيد الحوشي، المرجع السابق، ص 21.

⁵ نصيرة غزالي، المرجع السابق، ص ص 51، 50.

1. المستهلك:

لقد أورد المشرع تعريف للمستهلك من خلال المادة 03 من القانون 03 - 09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هذا في نصه " المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به".¹

أما مصطلح المستهلك الإلكتروني فلم يرد إلا في القانون 18- 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المؤرخ في 10 ماي 2018 حيث نصت الفقرة 03 من المادة 06 من على أن المستهلك الإلكتروني هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".²

ويمكن تصنيف المستهلكين الذين يزورون المواقع الإلكترونية ضمن ثلاث شرائح أساسية هي :

- ❖ **مستهلكون عرضيون:** وتكون زيارة المستهلك لمواقع الانترنت بشكل غير منظم فقد تكون زيارة الموقع مرة واحدة فقط.
- ❖ **مستهلكون منتظمون:** وهو المستهلك الذي تتكرر زيارته لمواقع الانترنت بشكل منظم كزيارة الموقع التجاري الإلكتروني كل نهاية أسبوع.
- ❖ **مستهلكون دائمون:** تكون زيارة هؤلاء الأشخاص بشبكة الانترنت بشكل دائم يومي قصد معرفة آخر التطورات والتحسينات في هذه المنتجات.³

¹ القانون 09 - 03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادر في 13 جوان 2018.

² القانون رقم : 18- 05 ، المؤرخ في 10 ماي 2018 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية ، العدد 28 ، 16 ماي 2018.

³ نصيرة غزالي، المرجع السابق، ص ص 51، 50.

2. البائع (التاجر):

لقد عرف المشرع الجزائري التاجر في نص المادة الأولى المعدلة من خلال الأمر رقم 96-27 المؤرخ في 1996/12/09، بأنه " يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة له، ما لم يقضي القانون خلاف ذلك".¹

ولنجاح التاجر في إدارة موقعه الالكتروني أي المتجر الالكتروني وجني أرباح باتخاذ واحترام مجموعة من النقاط التي تؤدي إلى فاعلية ونجاحه ومن بينها:

- توفير معلومات مفصلة وكافية حول المنتجات والخدمات.
- تماشي المنتجات المعروضة مع رغبات المستهلكين.
- أسعار معقولة للمنتجات.
- التصميم الجيد للمنتج مما يجلب رضا المستهلكين.²

3. البنك :

يعتبر تطوير الجهاز المصرفي وإصلاحه مؤشرا جيدا لسير اقتصاد الدول، كما يلعب دورا فعالا في تسريع حركة المبادلات التجارية والاقتصادية، لذلك تتسابق الدول مؤخرا في مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة وتكنولوجيا المعلومات وتوظيفها لأجل الرقي بالمنظومة المصرفية وتحسين خدماتها³، بحيث سلكت البنوك تطوير سياسة عملها من خلال توظيف التقنيات الحديثة واستخدام الشبكة العالمية للانترنت لتكملة أعمالها والتوجه إلى البنوك الالكترونية أو البنوك الافتراضية.⁴

¹ الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم بموجب الأمر 96 - 27 ، الجريدة الرسمية العدد 77 الصادرة في 1996/12/11.

² نصيرة غزالي، المرجع السابق، ص 51.

³ هداية بوعزة ، الدفع الالكتروني في القانون الجزائري ، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مجلة علمية محكمة، العدد 02، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2020 ص 196.

⁴ نصيرة غزالي، المرجع السابق، ص 51.

ويعرف مصطلح البنوك الإلكترونية على أنه تعبير متطور وشامل للخدمات المالية والمصرفية عن بعد أو البنك المنزلي أو البنك على الخط، وهو يشمل المؤسسات المالية والمصرفية التي تقدم عملياتها الكترونياً.¹

وفي إطار سعي الجزائر لتبني مشروع الصيرفة الإلكترونية، فقد عملت على إيجاد هذا النوع من الخدمات في السوق المالي الجزائري، فجاءت فكرة إنشاء مؤسسة تقدم وتساعد البنوك الجزائرية على تقديم هذا النوع من الخدمات فكانت شركة " الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية " بالإضافة إلى تحديث أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني²، التي نظمها القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية .

وبالرجوع إلى خاصية عرض السلع والخدمات غير المادية (غير الملموسة) للمحل التجاري الإلكتروني يمكن القول بأن الأمر لا يختلف كثيرا بالنسبة لطبيعة الخدمة سواء جرى شرائها عبر المحلات التقليدية أم من المحلات الإلكترونية، بسبب عدم قدرة العميل على لمس هذه الخدمة ومعرفة مدى جودتها.

ويترتب على هذه الخاصية كون المحل التجاري الإلكتروني يقدم ما هو غير ملموس وغير مادي أي مرحلة ما قبل التعاقد النهائي ، نخلص إلى النتائج التالية :

❖ عدم إمكانية تخزين البضائع في المحلات التجارية الإلكترونية التي لا يوجد لها موقع حقيقي.

❖ صعوبة الحكم على مستوى جودة البضاعة أو الخدمة قبل عملية الشراء.³

¹ ميلود وافي، محمد داودي، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية، " دراسة حالة الجزائر " مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، مجلة دولية محكمة متخصصة، العدد 01، جامعة طاهري محمد بشار، 2017، ص 04.

² هداية بوعزة، المرجع السابق، ص 202.

³ إسلام مجيد الحوشي، المرجع السابق، ص 21.

المبحث الثاني

الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني

قبلولوج في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني فانه يثار تساؤل عن مدى إمكانية اعتبار المحلات التجارية بصورتها التقليدية محلات تجارية الكترونية، إذا ما امتلكت موقعا الكترونيا تفاعليا على شبكة الانترنت ومارست من خلالها نشاطها.¹

المطلب الأول

نظرية المجموع القانوني والواقعي

لقد أثارتا نظريتا المجموع القانوني أو ما يسمى بنظرية الذمة المستقلة والواقعي جدال فقهي حول طبيعة المحل التجاري، بما أن المحل يتكون من عناصر مادية وأخرى معنوية.² لذلك سنستعرض نظرية المجموع القانوني ونقدها في (فرع أول)، وفي (فرع ثاني) نظرية المجموع الواقعي ونقدها.

الفرع الأول

نظرية المجموع القانوني ونقدها

من أجل تحديد طبيعة المحل التجاري الالكتروني القانونية، سنستعرض نظرية المجموع القانوني، مع الانتقادات التي وجهت لها.

أولاً: نظرية المجموع القانوني

وتسمى كذلك بنظرية التخصيص أو الذمة المستقلة، وقد نادى بها الفقهاء الألمان حيث يرى الفقه الألماني أن أهم خصائص ذمة التخصيص هي أنها ذمة تدور حول هدف، وأن تحديد الهدف هو المعيار الوحيد لبناء الذمة المستقلة؛ فهي قوة الترابط الداخلي بين

¹ إبراهيم نبأ فرحان، أسباب التكيف القانوني للمحل التجاري الالكتروني . ' دراسة مقارنة ' مجلة كلية القانون والعلوم القانونية والسياسية، مجلة علمية محكمة، العدد 33، كلية القانون جامعة كركوك العراق، 2020، ص 70.

² نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري - الأعمال التجارية - التاجر - المحل التجاري-، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 188.

عناصر الذمة المستقلة وهي التي تسمح للشخص الواحد بأن يفصل بين أمواله، ويترتب على تخصيص الذمة استقلالها عن بقية عناصرها بحيث تكون لها حقوقها وديونها المنفصلة وليس لدائنيها إلا الرجوع عليها دون باقي أموال الذمم الأخرى.¹

وعلى هذا فإن التشريع الألماني أخذ بهذه النظرية، وأجاز تعدد الذمم وخصص كل منهما لعمليات معينة، فقد تكون لشخص الواحد ذمة زراعية تخصص للاستغلال الزراعي، بحيث تضمن عناصرها الايجابية كل ما ينشأ من التزامات، وذمة ثانية تجارية ترصد لمباشرة التجارة فتصير حقوقها ضامنة لديونها.²

وبمقتضى هذه النظرية، فإنه ينفرد دائنوا المحل التجاري بالتنفيذ عليه دون مزاحمة الدائنين الآخرين للتجار فيصبح بذلك المحل وحدة قانونية مستقلة عن شخص التاجر ولا مجال للأخذ بهذه النظرية في القانون الجزائري، لأنّ القول بتخصيص ذمة المحل التجاري يتنافى مع موقف المشرع الجزائري الذي يعرف مبدأ وحدة الذمة؛ بمعنى أن التاجر لا يكون له إلا ذمة مالية واحدة، وسند هذا القول المادة 188 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أن جميع أموال المدين ضامنة للوفاء بدونه، واستنادا إلى هذا المبدأ يمكن لدائني التاجر التنفيذ على جميع أمواله بما في ذلك المحل التجاري.³

إذا فالمحل التجاري الالكتروني وفقا لهذه النظرية له ذمة مالية مستقلة لها أصولها وخصومها فهي وحدة قانونية قائمة بذاتها إذ تظهر مقومات الشخصية المعنوية للمحل التجاري الالكتروني، من خلال امتلاكه عناصر معنوية وكونه محلا للتصرفات القانونية.⁴

¹ هيثم عبد الرحمان يعقوب البناء، المرجع السابق، ص 48.

² حورية بورنان، تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري، مجلة المفكر، مجلة علمية محكمة، العدد 03، جامعة محمد خيضر بسكرة،

كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016، ص 99.

³ موسى ناصر، المرجع السابق، ص ص 18، 19.

⁴ نبأ إبراهيم فرحان، المرجع السابق، ص 72.

ثانيا: نقد نظرية المجموع القانوني

وقد انتقدى البعض هذه النظرية بأنها تتعارض مع مبدأ وحدة الذمة المالية للتاجر والضمان العام لكافة الدائنين مع جميع أموال التاجر، كما أنها تتعارض مع عدم انتقال الحقوق والالتزامات الناشئة من استغلال المحل التجاري إلا إذا كان ذلك باتفاق الطرفين وكان التنازل يشمل العنوان التجاري للمحل موضوع التنازل، كما أنها تتعارض مع نظام الإفلاس الذي يجعل جميع الديون المستحقة الأداء سواء كانت ديون مدينة أم ديون تجارية وللدائنين الحق في الاشتراك في قسمة الأموال.¹

وكذلك يأخذ على هذه النظرية أن المحل (المتجر) التجاري لا يعتبر مجموعا قانونيا بل مجموعة من نوع خاص، وأن هذه النظرية لم تتمكن من أن تجعل للمحل التجاري تكيف قانوني محدد يتفق والمفهوم الذي طرحته، كما أن هذه النظرية لا تسوغ اعتبار المحل التجاري من هذا القبيل، حيث أنه بموجب هذه النظرية ليس ضمانا مقصورا على الدائنين التجاري، نظرا لما واجهته هذه النظرية من انتقاد فإنها لم تلقى قبول لدى الرأي السائد ولم تأخذ بها أغلب التشريعات العربية.²

كما انتقدت هذه النظرية على أساس أن الأخذ بها يؤدي إلى إهدار نص الفقرة الثانية من المادة 188 من القانون المدني الجزائري، إذ أن القول بتقرير ذمة مخصصة للمحل التجاري سيكون من شأنه الاعتراف للدائنين الذين تنشأ ديونهم بمناسبة استغلال المحل التجاري بفرصة التقدم للحصول على حقوقهم من هذا المال دون أي مراجعة من الدائنين الشخصيين لمستغل المحل التجاري والذين سوف يحرصون على التنفيذ على المحل

¹ نصر الدين أبو شيبه الخليل، الأحكام القانونية للمحل التجاري، مجلة العدل، سنوية، العدد 23، نيابة الكلاكلة، د.س.ن، ص 151.

² ألاء يحي محمد أبو سارة، أحكام رهن المحل التجاري، " دراسة مقارنة "، رسالة ماجستير، د.ن.ت، الدراسات العليا، كلية الحقوق، جامعة الإسراء، د.ت.م، ص 18.

التجاري، وهذا قول مرفوض ومخالف للقاعدة العامة التي تنص على أن جميع أموال المدين ضامنة للوفاء بديونه.¹

وخلاصة القول أن هذه النظرية لم تحدد الطبيعة القانونية للمحل (المتجر) التجاري التقليدي، وكذلك لم تحدد الطبيعة القانونية للمتجر الالكتروني²، وذلك لأنها تفصل بين التاجر ومحلّه التجاري في الذمة؛ فالذمة المالية للمحل التجاري يجب ألا تتفصل عن الذمة المالية للتاجر الذي يقوم بإدارته³.

الفرع الثاني

نظرية المجموع الواقعي ونقدها

إن الانتقادات الموجهة للنظرية الأولى ، أدى إلى ظهور نظرية المجموع الواقعي

أولاً: نظرية المجموع الواقعي

حسب هذه النظرية يعتبر المحل التجاري مجموعاً واقعياً من الأموال ويتكون هذا المجموع من عناصر متألّفة بقصد استغلال واستثمار المحل التجاري، وعليه فإن الذي يجمع هذه العناصر هو التآلف والاتحاد بمعنى رابطة فعلية أو واقعية بين مختلف عناصر المحل التجاري بغرض الاستغلال مع احتفاظ كل عنصر بطبيعته ونظامه القانوني الخاص به.⁴ وبالتالي لا يترتب على التنازل عن المحل التجاري، التنازل عن الحقوق والالتزامات الشخصية المتعلقة بالمحل التجاري ونشاطه التجاري، إلا إذا اتفق على ذلك صراحة⁵.

¹ فريد كركادان، الطبيعة الخاصة للمحل التجاري بين النصوص التشريعية الجزائرية وأحكام القضاء الفرنسي، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، د.ن.م، العدد 03، جامعة بجاية، 2019، ص 432.

² منذر قاسم البطوش، المرجع السابق، ص 28.

³ نصر الدين أبو شيبه الخليل، المرجع السابق، ص 151.

⁴ حمد دهام دغيم الرشدي، تأجير المحل التجاري، " دراسة مقارنة بين التشريعين الأردني والكويتي "، رسالة ماجستير، تخصص قانون، كلية قانون، كلية قانون، د. ق، جامعة آل البيت الأردن، 2016، ص 15.

⁵ موسى ناصر، المرجع السابق، ص 19.

ويجمع أنصار هذه النظرية على أن المحل التجاري ليس وحدة قانونية مستقلة بديونه وحقوقه، وإنما هو وحدة عناصر فعلية أو واقعية تتألف باتحاد عناصره وتخصيصه لغرض الاستثمار التجاري، مالا خاصا في الذمة العامة للتاجر ذا طبيعة متميزة ومستقلة عن طبيعة كل عنصر من العناصر الذي يتألف منها دون أن يترتب على ذلك نشوء ذمة مستقلة عن ذمة مالكة أو وجود قانوني فهو لا يخرج عن كونه كتلة من الأموال لها وجود فعلي فحسب.¹

وإذا اعتبر المحل التجاري وفقا لهذا الرأي كتلة فعلية، فإنه لا يفهم من ذلك عدم تدخل القانون في أمرها، ولا الاعتراف بوجودها، فقد أعتبر المحل التجاري كتلة لها كيائها الخاص وطابعها المتميز، بحيث وضع لها المشرع أحكاما تتعلق ببيعها ورهنها، مبرزاً فكرة أن المحل لا يعتبر ذمة منفصلة عن ذمة صاحبها.²

وكذلك هو الأمر بالنسبة للمحل التجاري الالكتروني فان اتحاد عناصره ينتج عنه مال معين ذو طبيعة خاصة ومتميزة عن العناصر المكونة له، غير أنه من يقول بهذا الرأي لابد له من التبرير بأن التصرفات التي ترد على المحل التجاري الالكتروني (البيع، الرهن) لا يكون واردة على كل عنصر من عناصره على حدى، وإنما ترد على المحل التجاري الالكتروني باعتباره مجموعة فعلية وكتلة واقعية، وكذلك ما يبرر استمرار المحل التجاري الالكتروني على الرغم من تغير بعض عناصره، كما يبرر خضوعه عند بيعه أو رهنه إلى نظام قانوني يختلف عن النظام القانوني الذي يخضع له بيع أو رهن كل عنصر من عناصره.³

¹ هيثم عبد الرحمان يعقوب البناء، المرجع السابق، ص 53.

² حورية بوزيان، المرجع السابق، ص 101.

³ نبأ إبراهيم فرحان، المرجع السابق، ص 74.

ثانيا: نقد نظرية المجموع الواقعي

إن أهم انتقاد يوجه إلى هذه النظرية أنها لم تفعل سوى القيام بتقرير واقع بشأن المحل التجاري دون القيام بتفسيره، إذا قامت هذه النظرية بإثبات الحالة التي تلتقي فيها هذه العناصر المكونة للمحل التجاري دون أن تكشف مطلقا على الطبيعة القانونية للمحل التجاري نفسه.¹

وقد انتقدت هذه النظرية أيضا على أساس أن المجموع الواقعي اصطلاح ليس له أي مدلول قانوني محدد، فلا المشرع ولا القضاء تكفل بتنظيمه، على عكس الشركة الفعلية والموظف الفعلي... الخ.²

إذا هذه النظرية لم تلقى قبولا من غالبية الفقهاء وتعرضت لعدة انتقادات، وبالتالي فهي لم تنجح في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني.³

¹ نادية فضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، "المحل التجاري والعمليات الواردة عليه"، الجزء الأول، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 48.

² حكيم وشتاتي، المحل التجاري كحصة في الشركة (حصة على سبيل الملكية)، "دراسة مقارنة" رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، د. ق، جامعة باجي مختار عنابة، 1999، ص 30.

³ نبأ إبراهيم فرحان، المرجع السابق، ص 74.

المطلب الثاني

نظرية الملكية المعنوية

لقد استقرت نظرية الملكية المعنوية على أن المحل التجاري هو وحدة واحدة مستقلة عن العناصر المكونة له،¹ وبالتالي تعتبره نوعاً من الملكية المعنوية، وتقسم هذه الملكية إلى قسمين للتمييز بينهما، ملكية أدبية وفنية ، و ملكية صناعية وتجارية. لذلك سنتناول نظرية الملكية المعنوية بشقيها، الملكية الأدبية والفنية في (فرع أول)، ونقد نظرية الملكية المعنوية في (فرع ثاني).

الفرع الأول

نظرية الملكية المعنوية

وتنقسم هذه النظرية إلى قسمين :

أولاً: الملكية الفكرية والأدبية

وتشترك هذه النظرية مع النظريتين السابقتين (نظرية المجموع القانوني و نظرية المجموع الواقعي)، في كونها تنظر إلى المحل التجاري باعتباره وحدة متميزة عن العناصر الداخلة في تكوينه، ولكونها تختلف عنها في مضمونها، فهي تعتبر المحل التجاري نوع من الملكية المعنوية²، وهذه الملكية يكون موضوعها أشياء غير مادية فهي من هذا المنظور تماثل حقوق الملكية الصناعية وحقوق الملكية الأدبية والفنية والتي يكون موضوعها هي الأشياء غير المادية.³

وتخول الملكية المعنوية للتاجر على محله حق استعماله واستغلاله والتصرف فيه على نحو منفرد، وهو حق ليس محل مزاحمته من احد، ويحتج به في مواجهة الكافة وتحميه دعوى المنافسة غير المشروعة، وكسائر الملكيات غير المادية فإن ملكية المحل التجاري

¹ نادية فضيل ، القانون التجاري - الأعمال التجارية - التاجر - المحل التجاري - ، المرجع السابق، ص 188.

² حكيم وشتاتي، المرجع السابق، ص 30.

³ فريد كركادن، المرجع السابق، ص 435.

ترتبط وجودا وعدما باستغلاله، حيث تبقى هذه الملكية قائمة طالما كان المحل التجاري محلا للاستغلال وتزول إذا توقف التاجر عن الاستغلال.¹

ثانيا: الملكية الصناعية والتجارية

الملكية الصناعية مفهوم حديث لم يظهر إلا مع قيام الثورة الصناعية، خلال القرن التاسع عشر، ومع قيامها قامت الحاجة إلى حماية الملكية المرتبطة بها، وترتبط الملكية الصناعية بمحور الملكية المتصلة بنتاج الفكر الإنساني الذي منه ما ترتبط بالملكية الأدبية والفنية ويتصل بحقوق التأليف والحقوق المجاورة، ومنه يرتبط بالملكية الصناعية ويتطرق إلى حماية براءات الاختراع وعلامات الصنع والتجارة والخدمات.²

والملكية الفكرية والصناعية والتجارية هي إحدى الأقسام المهمة في الملكية الفكرية وترد على منقول معنوي أو براءة الاختراع أو الرسوم والنماذج الصناعية وعلامة المصنع والعلامات التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري والمحل التجاري.³

1. براءات الاختراع:

تعد براءات الاختراع أكثر حقوق الملكية الصناعية أهمية، نظرا لدورها الاقتصادي والاجتماعي؛ وهي من أقدم عناصر الملكية الصناعية على اعتبار أن الاختراع قديم قدم الإنسان وهذا خلاف العناصر الأخرى التي تعتبر حديثة نسبيا.⁴

والاختراع كمنتوج عقلي وذهني أظهرته القريحة العقلية لصاحبه، يمنح له حق في استغلاله ماليا وفقا لأحكام القانون، وقد عرفه البعض على أنه إمطة اللثام على شيء لم

¹ مبروك مقدم، المحل التجاري " الطبيعة الخاصة"، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 54.

² موسى مرمون، ملكية براءة الاختراع في القانون الجزائرية، أطروحة الدكتوراه، تخصص قانون الخاص، د . ق، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013، ص 10.

³ صونيا حقا، حماية الملكية الفكرية الأدبية والفنية في البيئة الرقمية في ظل التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص المعلومات الالكترونية الافتراضية وإستراتيجية البحث عن المعلومات، قسم علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012، ص 20.

⁴ مختار حزام، إستغلال حقوق الملكية الصناعية في ظل المنافسة، رسالة ماجستير، تخصص ملكية فكرية، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، 2016، ص 17.

يكن معروفا من قبل، لا بذاته ولا بالوسيلة المؤدية إليه لإحداث خدمة في إحدى المجالات الحياتية الإنسانية.¹

أما المشرع الجزائري فقد عرفه في نص المادة 02 من الأمر 07-09 والتي نصت على " البراءة أو براءة الاختراع وثيقة تسلم لحماية الاختراع ".²

2. الرسوم والنماذج الصناعية :

تتميز الرسوم والنماذج الصناعية بطبيعة خاصة، تجعلها تتصل على حد سواء بالملكية الصناعية كونها تعتبر ابتكارات ذات طابع صناعي، وبالملكية الأدبية والفنية لأنها تقوم على الإبداع.³

حيث عرف المشرع الجزائري النماذج الصناعية من خلال نص المادة 01 من الأمر 66-88 على أنه " يعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي ".⁴

بما أن الرسوم والنماذج الصناعية متداخلة مع الرسوم والنماذج الفنية البحتة، فلا بد من التمييز بينها، إذ يرى الفقه الإنجليزي أن معيار التمييز بينهما هو التخصيص، فمتى قصد صاحب الرسم أو النموذج استعماله في الصناعة كان صناعيا، أما إذا لم يكن الرسم مخصصا للتطبيق الصناعي وكان يتميز بطابع فني بحت فإنه يعد رسما فنيا.⁵

¹ نعيمة علواش، الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 02، 2015، ص 45.

² العروسي حاقة، الاستغلال القانوني براءة الاختراع، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، مجلة فصلية محكمة دولية، العدد 01، جامعة الشهيد حمّة لخضر الوادي، د. س. ن، ص 144.

³ سقار فايزة، الحماية القانونية المزدوجة للرسوم والنماذج الصناعية وفق قواعد الملكية الفكرية بين النظام الخاص ونظام حقوق المؤلف، " دراسة مقارنة " ، مجلة صوت القانون، العدد 03، جامعة خميس مليانة، 2021، ص 641.

⁴ الأمر 66-88 المؤرخ في 28 أبريل 1966 ، المتعلق بالرسوم والنماذج ، الجريدة الرسمية ، العدد 35، الصادرة في 03 ماي 1966.

⁵ راضية مشري، الحماية الجزائرية للرسوم والنماذج الصناعية من خطر التقليد، مجلة أفاق علمية، مجلة دورية محكمة نصف سنوية، العدد 02، المركز الجامعي بتمنراست، 2019، ص 161.

3. العلامة التجارية:

ومع تطور شبكة الانترنت، ومعها تطورت التجارة الالكترونية، ظهرت إحدى الإشارات الجديدة التي تعرف بأسماء المواقع أو أسماء النطاق أو أسماء الحقول، وهي التي تكتب على شكل www.google.com ، www.entv.dz أو غيرها.¹

وهي إحدى الأقسام الرئيسية التي تحظى بالحماية القانونية التي يكفلها نظام الملكية الفكرية في شقها المتعلق بالملكية الصناعية والتجارية، القائم في أساسه على تخويل صاحب كل إبداع أو ابتكار في مجالات الصناعة والتجارة خصوصاً جملة من الحقوق المعنوية والمالية، حمايةً لهذا الإبداع والاحتكار وتشجيعاً لصاحبه على المواصلة على هذا النحو، خدمة لبلده ومجتمعه والإنسانية عموماً.²

فقد تولى المشرع الجزائري تنظيم العلامة التجارية بموجب الأمر رقم 66-97 المؤرخ في 1966/03/19 الملغى والمعوض بالأمر رقم 03-06 المؤرخ في 2003/07/19،³ إذا فالعلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعاراً لمنتجاته أو بضاعته تمييزاً عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة، ومن بين أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصانع أو التاجر لتمكين المستهلك من التعرف على سلعته أينما وجدت،⁴ وهو نفس المفهوم بالنسبة للعلامة الصناعية.⁵

¹ كوثر مازوني، الحماية القانونية للعلامة التجارية عبر الشبكة الرقمية في علاقاتها مع أسماء المواقع، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، د. ن. م، العدد 01، جامعة الجزائر، د. س. ن، ص 295.

² أسامة بن يطو، علاقة الحماية القانونية للعلامات التجارية بأسماء النطاقات الالكترونية وأثرها على حماية المستهلك الالكتروني، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، مجلة فصلية دولية علمية محكمة، العدد 03، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017، ص ص 46، 47.

³ عكاشة بوكعبان، حماية العلامة التجارية من التقليد في ضوء التشريع والقضاء الوطني والمقارن، " الحوار المتوسطي"، مجلة علمية دولية محكمة، العدد 02، جامعة الجبالي اليابس، سيدي بلعاس، 2020، ص 331.

⁴ على احمد صالح، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مجلة صوت القانون، مجلة سداسية دولية علمية محكمة، العدد 02، جامعة خميس مليانة عين الدفلى، 2018، ص 383.

⁵ نبيل ونوغي، النظام القانوني للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مجلة دورية دولية محكمة، العدد 01، جامعة الأغواط، 2019، ص 41.

إذا فهي من الضمان والحماية للمستهلك، في الجانب الآخر فهي تحقق الحماية القانونية للمؤسسة تجاه الغير.¹

4. الرسوم الصناعية :

الرسوم الصناعية هي تصميمات صناعية يتوصل إليها مبتكرها لتقديم منتجات معروفة في شكل جديد، يكون لها اثر في رواج السلعة وتداولها بحيث يدفع من يراها إلى الرغبة في اقتنائها.²

والرسم الصناعي عبارة عن تنسيق جديد بالخطوط على سطح المنتجات، يعطي لها شكلا جذابًا، ولذلك يعتبر رسما صناعيًا كل ترتيب للخطوط يظهر على المنتجات ويعطي لها طابعًا مميزًا، كما هو الحال في الرسوم الخاصة بالمنسوجات والسجاد والأواني..الخ.³ حيث عرف المشرع الجزائري الرسم الصناعي من خلال نص المادة 01 من الأمر 66-86 بأنه " يعتبر رسما كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية.⁴

إذا تحتل الرسوم والنماذج الصناعية أهمية خاصة في نطاق الملكية الفكرية عموماً، والملكية الصناعية على وجه الخصوص لثلاثة أسباب؛ هي السبب الأول هو اشتراكهما مع المصنفات الأدبية والفنية في عنصر محاكاة الجمهور من خلال مظهر خارجي، والسبب الثاني اشتراكهما في وظيفة تميز المنتجات الصناعية عن بعضها البعض، أما السبب الثالث هو أهميتها في مجال المنافسة.⁵

¹ مولود حواس، العلامة التجارية كأداة حماية، " دراسات اقتصادية"، مجلة محكمة، العدد 23، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية الجزائر، د. س.ن، ص 151.

² نعيمة علوش، المرجع السابق، ص 34.

³ نعيمة قويدري قوشيح، دور الملكية الصناعية في تنمية الإبداع التكنولوجي في القطاع الصناعي بالجزائر، أطروحة الدكتوراه، تخصص العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2018، ص 48.

⁴ موسى ناصر، الحماية المدنية للرسوم والنماذج الصناعية في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات الحقوقية، مجلة دولية وأكاديمية محكمة، العدد 01، جامعة مولاي الطاهر سعيدة، 2021، ص 195.

⁵ مختار حزم، المرجع السابق، ص 23.

الفرع الثاني

نقد نظرية الملكية المعنوية

بعد عرضنا لهذه النظرية من عدة جوانب، سنتطرق إلى أهم الانتقادات الموجهة لهذه النظرية ، حيث خلاص الفقه الحديث إلى ترجيح نظرية الملكية المعنوية لنجاحها في إيجاد تفسير منطقي وقانوني في تحديد طبيعة المحل التجاري.¹

وفي الحقيقة وإن كانت هذه النظرية هي الأفضل في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني، إلا أنه مع ذلك ظهر خلاف بين الفقهاء المؤيدين لنظرية الملكية الفكرية، وهو هل الملكية حق الاتصال بالعملاء ؟ أم أن الملكية الفكرية هي ملكية المحل التجاري الالكتروني بجميع عناصره ؟ وقد ظهر اتجاهات في تحديد الملكية المعنوية وهما:

الاتجاه الأول : يرى أن الملكية الفكرية هي ملكية حق الاتصال بالعملاء ، بل أن المحل التجاري الالكتروني في حد ذاته ليس إلا عنصر الاتصال بالعملاء.²

الاتجاه الثاني : يرى أن الحق على المحل (المتجر) التجاري يتحول إلى حق ملكية معنوية ينصب على شيء غير مادي، وهو الراجح.³

إن إدماج المحل التجاري ضمن حقوق الملكية الفكرية والفنية تؤدي إلى الغموض، لأنه هناك فرق دقيق بين حق الملكية الصناعية كبراءة الاختراع أو العلامة التجارية تمنح كل منهما فائدة لصاحبها، تتمثل في احتكار الاستغلال مما يجعله في مأمن من المنافسة ، فمثلا صاحب البراءة يحق له بمفرده استعمال هذه البراءة ويحظر على الآخرين ، بينما العكس صاحب المحل التجاري ليصبح احتكار العملاء كما أنه معرض للمنافسة.⁴

¹ عمار عمورة ، العقود والمحل التجاري في القانون الجزائري ، دار الخلدونية ، الجزائر ، د.س.ن، ص160.

² نبأ إبراهيم فرحان ، المرجع السابق ، ص75.

³ عبد الله بن محمد الشمراني ، المرجع السابق ، ص125.

⁴ عمار عمورة ، المرجع السابق ، ص49.

كما أن هذه النظرية اقتصررت على توضيح الفرق القائم بين حق الملكية في براءة الاختراع ، وبين الحقوق المالية الأخرى ونفت وجود خصائص مشتركة بين جميع هذه الحقوق.

بالإضافة إلى ذلك أنها تجعل من المال غير المادي مضمون الحق، وهي في هذا تخطئ بين مضمون الحق وموضوعه، فموضع الحق هو الابتكار الجديد (الخلق الجديد)، أما مضمون الحق فهو الاحتكار وحق المخترع في الاستئثار باستغلال أفكاره، وهذا يكون دائماً مادياً في حين أن الموضوع فكرة ذهنية.¹

¹ موسى مرمون ، المرجع السابق ، ص36.

الفصل الثاني

مظاهر الخصوصية للمحل التجاري الالكتروني عن المحل التجاري

التقليدي

إن العالم اليوم يشهد تطور في مختلف المجالات بما فيها مجال التجارة، حيث يتحول النشاط التجاري من صورته التقليدية إلى صورته الالكترونية، بذلك فهي تتكيف مع التطور الحاصل، حيث أفرز لنا الواقع تجارة الكترونية تتم فيها عمليات البيع والشراء بشكل متزايد وفي أسرع وقت .

والمحل التجاري الالكتروني ما هو إلا شكل من أشكال التجارة الالكترونية والذي يكون عادة في شكل مشاريع صغيرة .

ولا مناص أن وسائل الدفع الالكتروني أحد مظاهر التطور الحاصل في مجال التجارة الالكترونية على وجه الخصوص، والتقدم التكنولوجي على وجه العموم، وفي نفس الوقت حتمية وضرورة ملحة لتسهيل إتمام عمليات التبادلات التجارية الالكترونية .

وفي نفس السياق لقد حاول الإطار التشريعي مسايرة التقدم التكنولوجي الحاصل في النشاط التجاري الالكتروني، من خلال إصدار قوانين وتشريعات تتلاءم والطبيعة الالكترونية لهذه المعاملات من بينها التشريع الجزائري الذي أصدر قانون التجارة الالكترونية 18-05.

المبحث الأول

مظاهر الخصوصية في العناصر المكونة للمحل التجاري الالكتروني

لقد أدت الانترنت إلى تحول عناصر المحل التجاري التقليدي المتكون من عناصر معنوية، كالاسم التجاري، والعلامة التجارية، والزيائن، والشهرة التجارية، والعناصر المادية كالبضائع والمهمات إلى عناصر مستحدثة، معنوية بحتة للمحل التجاري الالكتروني، كالزبون الالكتروني، واسم النطاق الالكتروني، وعقد الإيواء الالكتروني. حيث نجد أن هناك خصوصية في التصرفات الواردة على العناصر المستحدثة السالفة الذكر للمحل التجاري الالكتروني، خاصة بوقوع الرهن على اسم النطاق الالكتروني والزبون الالكتروني، غير أنه ليس هناك أية جدوى في وقوع تصرف الرهن على عقد الإيواء الالكتروني.

المطلب الأول

العناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني

يتكون المحل التجاري الالكتروني من مجموعة من العناصر التي تعمل على استقطاب أكبر عدد ممكن من المستخدمين عبر الشبكة العنكبوتية، من أجل تحقيق أكبر قدر ممكن الربح.

لذلك ارتأينا أن نتناول هذه العناصر، والمتمثلة في الزبون الالكتروني والذي نتطرق إليه في (الفرع الأول)، أما في (الفرع الثاني) نتطرق إلى اسم النطاق الالكتروني. وفي (الفرع الثالث) نتناول عقد الإيواء الالكتروني.

الفرع الأول

الاتصال بالعملاء أو الزبون الالكتروني

إن الزبون التقليدي هو نفسه الزبون الالكتروني ، غير أن الزبون الالكتروني يستعمل وسيلة اتصال الكترونية، وسنتطرق إليه من خلال :

أولا : تعريف الاتصال بالعملاء (الزبون الالكتروني)

1. التعريف الفقهي للاتصال بالعملاء (الزبون الالكتروني)

حيث يرى الأستاذ "Charles Vilar" بأن " عنصر الاتصال بالعملاء هو جوهر المحل التجاري وعنصره المحرك وخليته ".

في حين ذهب الأستاذان الفرنسيان " Georges Ripert " و " Rene Roblot " :
إلى أن عنصر الاتصال بالعملاء ليس مجرد عنصر من العناصر المكونة للمحل التجاري، وإنما هو المحل التجاري في حد ذاته، وبهذا العنصر يتأثر المحل التجاري وجود وعدما .
أما الأستاذة فرحة زراوي صالح ترى : " أن عنصر الاتصال بالعملاء هو العمود الفقري للمحل التجاري . ولا يستقيم لهذا الأخير وجود بدون عملاء " .¹
وبالتالي فالمقصود بالاتصال بالعملاء أو الزبائن هو مجموع الأشخاص الذين يعتادون التعامل مع المؤسسة التجارية . والاتصال عنصر أساسي في المؤسسة التجارية حتى أنه يمثل جانبا كبيرا من قيمتها.²

2. التعريف التشريعي للاتصال بالزبائن أو الزبون الالكتروني

بالرجوع إلى القانون التجاري حيث تنص الفقرة الأولى من المادة 78: "تعد جزء من المحل التجاري الأموال المنقولة المخصصة لممارسة نشاط تجاري . ويشمل المحل التجاري إلزاميا عملاءه وشهرته " .³

¹ الأهر لعبيدي، "محاضرات في القانون التجاري - الأعمال التجارية - التجار - المحل التجاري"، مطبوعة بيداغوجية مقدمة لطلبة سنة ثانية حقوق LMD، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، 2021/2020، ص 131 .

² أحمد بلودنين، "المختصر في القانون التجاري الجزائري"، دار بلقيس، الجزائر، 2012، ص 74 .

³ الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية، العدد 101 الصادرة في 1975/12/19.

وهنا نجد أن المشرع نص صراحة على إلزامية وجود عنصر الاتصال بالزبائن.

كذلك بعد صدور القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي".¹

والملاحظ من خلال النص السالف الذكر أعلاه نجد بأن المشرع لم يكن دقيقا في توظيف المصطلح المناسب، أنه استخدم مصطلح "المستهلك الالكتروني" ولم يستعمل مصطلح "الزبون الالكتروني" لأنه يجب التمييز بين مصطلح "المستهلك الالكتروني" ومصطلح "الزبون الالكتروني" فالأول يقتني السلعة أو الخدمة بغرض الاستخدام النهائي، بمعنى يذهب مباشرة إلى الاستهلاك النهائي، وهو ما أكدته العبارة الأخيرة من نص الفقرة 3 من المادة 6 السالفة الذكر، بينما الزبون الالكتروني، لا يقتني السلعة أو الخدمة بغرض استهلاكها النهائي، وإنما من أجل إعادة تسويقها مثل أصحاب المحال التجارية الذين يقتنون بالجملة من أجل إعادة تسويقها بالتجزئة، وبالتالي فإن المشرع الجزائري لم يكن دقيقا في توظيف المصطلح، وكان من المفروض استعمال مصطلح "الزبون الالكتروني" بدل مصطلح "المستهلك الالكتروني".²

ثانيا : مدى إلزامية وجود عنصر الاتصال بالعملاء

بمعنى أنه عنصر أساسي في تكوين المحل التجاري فبدونه لا يوجد، هذا الأخير فاستمراره ووجوده من عدمه متوقف عليه، وبالتالي يمكن القول أن ميلاد المحل التجاري متوقف على ميلاد هذا العنصر، ومنه سنحاول الحديث على تاريخ نشوء هذا العنصر.³

¹ القانون رقم : 05-18، المتعلق بالتجارة الالكترونية، المصدر السابق.

² الأزهر لعبيدي، المرجع السابق، ص131.

³ فريد كركادن، " الاتصال بالعملاء عنصر في المحل التجاري - دراسة مقارنة -"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، د.ن. م، العدد 01، جامعة بجاية، 2018، ص168.

1- المعيار الذي يعتمد على تاريخ القيد

وهو معيار شكلي إذ أنه يعتمد على تاريخ القيد في السجل التجاري كشرط لنشوء العملاء . بحيث أن الشخص بمجرد قيد نفسه لدى المركز الوطني للسجل التجاري في تاريخ معين ينشأ له عملاء خاصون به من ذلك التاريخ . أما قبل هذا القيد فلا يكون له عملاء.¹

2- المعيار الذي يعتمد على تاريخ الحصول على رخصة الاستغلال

يعتبر العملاء موجودين من تاريخ حصول الشخص على رخصة الاستغلال النشاط التجاري سواء باشر التاجر استغلالها أم لا، أما قبل حصوله على الرخصة فلا يوجد عملاء، ولكن لم يتم الأخذ بهذا المعيار باعتبار أنه لنشأة العملاء يجب أن يكون هناك بداية استغلال أي الفتح الفعلي للمحل .

3- المعيار الذي يعتمد على بدء النشاط أو فتح المحل التجاري للجمهور

ويعتبر هذا المعيار هو السائد، إذ أن المحل التجاري لا يتشكل إلا من الوقت الذي يجمع به عملاء، بمعنى عندما يبدأ الاستغلال . فبمجرد عملاء خاليين أو احتماليين غير كاف لتكوين المحل التجاري.²

الفرع الثاني

اسم النطاق الالكتروني

إن كثرة المواقع غير الحقيقية التي تظل المستهلك الالكتروني ، أدى إلى إيجاد وتنظيم اسم النطاق الالكتروني ، والذي نتطرق فيه إلى

أولاً: تعريف اسم النطاق الالكتروني

عرفت الفقرة 8 من المادة 6 اسم النطاق كما يلي: " عبارة عن سلسلة أحرف و/أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الالكتروني ".³

¹ فريد كركادن، الاتصال بالعملاء عنصر في المحل التجاري، مرجع سابق، ص 168.

² المرجع نفسه، ص 169.

³ ينظر: المادة 6 من الفقرة 8، قانون التجارة الالكترونية، المصدر السابق .

فكل موقع على شبكة الانترنت له عنوان مميز خاص به، بمجرد تشكيل ذلك الحروف والأرقام يتم الوصول إليه بغض النظر عن مكان تواجد الحاسوب أو صاحب الموقع، أو مزود الخدمات ... الخ.¹

ثانيا : أنواع اسم النطاق

تعبر شبكة الانترنت عن ربط مجموعة من أجهزة الكمبيوتر بعضها ببعض، والتي يتم تبادل المعلومات فيما بينها باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الالكترونية، فنظراً للتوسع الهائل لشبكة الانترنت وتزايد عدد أسماء المواقع، فقد تم تقسيمه إلى نوعين من أسماء النطاقات، أسماء النطاق من المستوى الأول، وأسماء نطاقات من المستوى الثاني.²

1. أسماء النطاقات من المستوى الأول :

وهي التي نجدها في نهاية اسم النطاق التي تقع بعد النقطة الأخيرة الفاصلة في اسم النطاق، والتي تنقسم إلى قسمين:³

❖ أسماء النطاقات المحلية أو الجغرافية :

• أسماء النطاقات الوطنية :

يقصد بأسماء المواقع الالكترونية الوطنية، تلك الأسماء الالكترونية التي تنتهي بحرفين يشيران إلى اسم الدولة التي تنتمي إليها هذه الأسماء، فبالنسبة لأسماء المواقع الالكترونية الأردنية؛ مثلاً نجد أنها تنتهي بأول حرفين من كلمة (gordan) وهو (go) ، وأسماء المواقع المصرية تنتهي ب (eg)، وأسماء المواقع الفرنسية تنتهي ب (fr) ... الخ.⁴

¹ أنيسة حمادوش، " القاعدة التجارية الالكترونية "، يوم دراسي بعنوان " الجانب الالكتروني للقانون التجاري "، منظم من طرف كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة مولود معمري مع مخبر القانون والتكنولوجيات الجديدة، يوم 23 نوفمبر 2016، ص 84 .

² فاتن حسين حوى، " المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية "، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 54، 55.

³ إبراهيم بديع حسني الحاج عيد، " تسوية المنازعات بين أسماء النطاقات والعلامات التجارية من خلال القواعد الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاقات "، رسالة ماجستير، تخصص الملكية الفكرية، د . ق، كلية القانون، جامعة آل البيت، 2013، ص 08.

⁴ رولا عبد الله الجراجره، " الأسماء التجارية وعلاقتها بأسماء المواقع الإلكترونية "، رسالة ماجستير، تخصص حقوق، قسم القانون الخاص، عمادة الدراسات العليا، جامعة مؤتة - الأردن -، 2005/8/11، ص 85، 86.

• أسماء النطاقات الدولية :

هذا النوع من أسماء النطاقات يعمل ضمن مؤسسة (الايكان)، وهي المؤسسة التي

تتولى تخصيص الأسماء والأرقام على شبكة الانترنت، وهي منفردة أهمها ما يلي :¹

✓ (com) تدل على الشركات التجارية .

✓ (edu) وتدل على مؤسسات التعليم .

✓ (gov) وتدل على المواقع الحكومية .

✓ (net) وهي الشبكات وعادة تقدم خدمات عامة .

✓ (mil) وهي للجيش الأمريكي .

✓ (org) وهي للمنظمات .²

2. أسماء النطاقات من المستوى الثاني :

وهي عبارة عن أسماء مواقع نوعية من المستوى الثاني، وظيفتها تحديد صفة صاحب

الموقع الالكتروني، ويكون تسجيل أسماء المواقع فيها محصورا بمن يثبت حمله لهذه الصفة

وتحقيق كافة المتطلبات والشروط لتسجيل هذا الاسم، ونجد قبل نهاية اسم النطاق التي تقع

قبل النقطة الأخيرة الفاصلة في اسم النطاق.³

خلاصة القول أن أسماء النطاق منظمة على أساس هرمي أفقي قمة الهرم نجد النطاق

الجزري (root domain) وتأتي تحته النطاقات الرئيسية وهي سبع نطاقات أساسية

(int ، com، edu، mil، net،org) وتحت كل نطاق رئيسي نجد طبقة من النطاقات

¹ محمد موسى أحمد هلسة، " منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني " دراسة مقارنة "، رسالة ماجستير، تخصص قانون، د . ق، كلية الدراسات العليا، جامعة بيرزيت فلسطين ، 2010، ص 13.

² عبد الصبور عبد القوي علي مصري ، "التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية "، الطبعة الأولى، مكتبة القانون والاقتصاد، السعودية، 2012، ص180.

³ إبراهيم بديع حسني الحاج عيد، المرجع سابق، ص10.

الثانوية وتحتها طبقة أخرى من النطاقات الثانوية وهكذا، وفي أسفل وقاع الهرم نجد الحواسب الآلية الحقيقة¹.

ثالثاً : النظريات الفقهية التي ظهرت لتحديد التكييف القانوني لاسم النطاق

لقد ثار التساؤل حول مدى إمكانية اعتبار اسم النطاق اسماً تجارياً وبالتالي خضوعه لأحكام الاسم التجاري .

1. الرأي الأول :

يرى بأن اسم النطاق وجد من أجل معالجة مشكلة تقنية بحتة ولا يمكن تغيير مساره نحو هدف آخر، وبالتالي ليس عنصر من عناصر المحل التجاري، وقد أخذ بهذا الرأي المجمع الفرنسي لإدارة النطاق (FR) مما يعني أن اسم النطاق ليس من عناصر المحل التجاري، ولا يجوز التنازل عنه للغير إذ ليس له قيمة مالية، رغم أن الواقع العملي ينبئنا بعمليات بيع لأسماء النطاق وبمبالغ طائلة، ونظراً للرفض المستمر من قبل المجمع الفرنسي لإدارة النطاق لعمليات التنازل عن أسماء النطاق التي تنتهي باختصار (FR) .

2. الرأي الثاني :

فقد سلم أنصاره بكون اسم النطاق بأنه هو من عناصر الملكية الصناعية، وهو عنصر جديد من عناصر الملكية الصناعية لا يمكن رده إلى واحد من عناصر المحل التجاري كالعلامة والاسم والعنوان، فهو عنصر جديد يضاف إلى تلك العناصر ويختلف بطبيعته الإلكترونية وإجراءات تسجيله².

3. الرأي الثالث :

فقد ذهب إلى الاعتراف بأن اسم النطاق هو عنصر من العناصر المعنوية للمحل التجاري وله علاقة وثيقة بالاسم التجاري، وهذا ما ذهب إليه القضاء الفرنسي صراحة وتشبيه اسم النطاق بالاسم التجاري، كما قضى بأن اسم النطاق يحظى بالحماية القانونية بنفس الطرق التي يحمى بها الاسم التجاري، وهو الراجح³.

¹ محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية - "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص 56.

² محمد مجيد كريم الإبراهيمي، المرجع السابق، ص 57.

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

الفرع الثالث

عقد الإيواء الإلكتروني

على عكس الزبون الإلكتروني واسم النطاق الإلكتروني، فإنّ المشرع الجزائري لم يتطرق إلى عقد الإيواء الإلكتروني.

أولا : تعريف عقد الإيواء الإلكتروني

عقد الإيجار المعلوماتي أو عقد الإيواء كما يفضل بعض الفقه تسميته، وهو ذلك العقد الذي يتضمن التزاما من مقدم الخدمة باستقبال موقع العميل أو متجره الافتراضي على الشبكة لمدة معينة ¹.

وكذلك يمكن تعريفه على أن عقد الإيواء " هو عقد يلتزم بمقتضاه متعهد الإيواء بأن يضع جزءا من حساباته الآلية (مساحة معينة من قرصه الصلب من قدرة معالجة آلية) تحت تصرف صاحب الموقع الإلكتروني " ².

ثانيا : خصائص عقد الإيواء الإلكتروني

1. عقد الإيواء عقد يبرم عن بعد :

يعتبر عقد الإيواء من العقود التي تبرم عن بعد، حيث أن طرفاه يتواجدان في أماكن مختلفة، وذلك من خلال استخدام وسائل الاتصال الحديثة، مما يعني أنه لا يكون هناك حضور مادي وملموس لأطراف العقد في مجلس العقد، وذلك لوجود اتصال مباشر فيما بينهم وانعدام الفترة الزمنية بين تعبير كل منهما عن إرادته ووصول هذا التعبير بالرغم من وجود اختلاف في المكان ³.

¹ خالد عجالي، " النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري " دراسة مقارنة "، رسالة الدكتوراه، تخصص قانون، د. ق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014، ص 74.

² أنيسة حمادوش، المرجع السابق، ص 86.

³ يوسف بن القائد، المرجع السابق، ص 291.

2. عقد الإيواء عقد تجاري :

تنتم العقود الالكترونية بالطابع التجاري، ولذلك يطلق عليه تسمية " عقد التجارة

الالكترونية" (contrat de commerce électronique) ¹.

فيعتبر العقد تجاريا بالنسبة لمقدم الخدمات، لأنه يهدف من وراء ذلك إلى تحقيق الربح عن طريق التوسط بين فئتين من البشر، وهذا المعيار الأساسي لوصف العمل بكونه تجاريا .

أما بالنسبة للعميل، يجب أن نفرق بينما إذا كان تاجر أو غير تاجر، إذا كان تاجر يكون العقد بالنسبة إليه تجاريا بالتبعية، أما إذا لم يكن تاجر فهذا العقد يعتبر مدنيا ².

3. عقد الإيواء عقد استهلاكي :

يعد عقد الإيواء من عقود الاستهلاك وذلك، لأنه يبرم بين طرفين أحدهما مستهلك وهو مستخدم في شبكة الانترنت، وهو الطرف الضعيف في العقد لأنه لا يملك خبرة بشأن الخدمات المعلوماتية المقدمة له، أما بالنسبة للطرف الثاني المهني، وهو متعهد الإيواء الذي يملك من الخبرة الكافية في مجال عمله ³.

¹ عبد الرحمان العيشي، " ركن الرضا في العقد الالكتروني"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، قسم القانون، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2017، ص 25.

² عبد الرحمان العيشي، مرجع سابق، ص 26.

³ عبد المهدي كاظم ناصر وحسين عبيد شعواط، " عقد الإيواء المعلوماتي"، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، مجلة علمية محكمة، العدد 21، كلية القانون جامعة الكوفة العراق، 2014، ص 135.

المطلب الثاني

التصرفات الواردة على العناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني

تخضع العقود التي تتعقد عبر المحل التجاري الالكتروني شأنها شأن غيرها من العقود في نطاق القانون الخاص للأحكام العامة المقررة في القانون المدني، والتي تتطلب في تكوين العقد اجتماع ثلاثة أركان تتمثل في التراضي، المحل، السبب.¹

وهو ما نصت عليه المواد من المادة 59 إلى المادة 98 من القانون المدني الجزائري.²

الفرع الأول

خصوصية عنصر المحل في رهن المحل التجاري الالكتروني

لكل عقد من العقود محل يلتزم به أطراف العقد وهذا ما نصت عليه المادة 92 من القانون المدني الجزائري³، وعقد الرهن الحيازي للمحل التجاري باعتباره عقدا كغيره من العقود الأخرى يشترط له محل.⁴

وموضوع الرهن هو المحل التجاري والعناصر المكونة له، فالرهن لا يقوم إلا بوجود محل تجاري، ولا فعالية له إلا في مواجهة العناصر المكونة له، كما أنه ليس كل العناصر يمكن رهنها ضمن المحل التجاري⁵، وهو يمثل خصوصية في عنصر المحل حيث تم استبعاد البضائع من العناصر المشمولة بالرهن؛ وهو ما نصت عليه المادة 119 من القانون التجاري الجزائري " لا يجوز أن يشمل الرهن الحيازي للمحل التجاري من الأجزاء التابعة له إلا عنوان المحل والاسم التجاري والحق في الإجارة والزيائن والشهرة والتجارية والأثاث التجاري والمعدات والآلات التي تستعمل في استغلال المحل وبراءات الاختراع

¹ إسلام مجيد حوشي، المرجع السابق، ص 39.

² الأمر رقم: 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بموجب القانون رقم: 07-05، الجريدة الرسمية، العدد 31، الصادر في 13 ماي 2007.

³ القانون رقم: 07-05، المصدر السابق.

⁴ فريد كركادن، أحكام الرهن الحيازي للمحل التجاري في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، البليلة، 2012، ص 44.

⁵ رضوان جامع، المرجع السابق، ص 28.

والرخص وعلامات الصنع أو التجارة والرسوم الصناعية وعلى وجه العموم حقوق الملكية الصناعية والأدبية أو التقنية المرتبطة به ¹.

ويلاحظ أن التعداد الحصري الذي أورده المادة 119 من القانون التجاري الجزائري للعناصر التي يجوز أن يشملها الرهن لم يرد فيها ذكر البضائع لذلك لا يجوز أن يشملها الرهن وأريد بذلك الاحتفاظ بها حرة لمصلحة الدائنين العاديين، إذ تعد البضائع عنصرا جوهريا يعتمدون عليه عند تعاملهم مع المدين،² ولعل الهدف من ذلك أن البضائع هي معدة أصلا للبيع هذا من جهة، كما أن المشتري للبضائع لا يمكن الاحتجاج في مواجهته لحق الدائن المرتهن في التتبع عملا بقاعدة الحيابة في المنقول سند الملكية،³ لذلك لا يجوز أن يشملها الرهن والحكمة واضحة من استبعادها من العناصر المنقولة بالرهن لأن هذا الأخير يجعلها غير قابلة للتداول.⁴

وبالتالي فإن العناصر التي يشملها الرهن، المذكورة في نص المادة السالفة الذكر كان هدفها استبعاد عنصر البضائع، وإن كان المشرع لم يحقق الغاية التي كان يقصدها من خلال هذا التعداد الحصري.⁵

وفي ظل عدم وجود نص خاص ينص صراحة على العناصر التي يشملها الرهن في المحل التجاري الالكتروني، فإننا بالرجوع إلى القواعد العامة في القانون التجاري، فانه يعني أنه تم حصر العناصر التي يشملها الرهن في المحل التجاري التقليدي، فهو بذلك قد استبعد بشكل غير مباشر العناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني من رهن (الاسم النطاق

¹ الأمر رقم: 59-75، المتضمن القانون التجاري، المصدر السابق.

² فريد كركادن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2019، ص 133 .

³ أحمد بلودنين، المرجع السابق، ص 90.

⁴ الأزهر لعبيدي، المرجع السابق، ص 162.

⁵ المرجع نفسه، ص 163.

الإلكتروني والزبون الإلكتروني (والتي نص عليها المشرع الجزائري من خلال قانون 18 - 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية.¹

الفرع الثاني

عدم جدوى التصرف في عقد الإيواء الالكتروني

لما نتكلم على عدم جدوى التصرف في عقد الإيواء ، يقتضي أن نتحدث على :

أولا : عقد الإيجار التقليدي

وهو تمكين صاحب المحل التجاري أو المشرع التجاري الذي ينتفع بالمأجور من الاستمرار بممارسة نشاطه التجاري، باعتبار ذلك أحد حقوقه التي يمكنه التنازل عنها، وأن هذا العنصر هام جدا من العناصر المعنوية للمحل التجاري.²

حيث يمثل الحق في الإيجار أهمية كبرى، لا سيما إذا كان المحل يقع في منطقة تكثر الأسواق والأنشطة المماثلة بحيث يسهل على العملاء إجراء المقارنة بينها والإقبال على الشراء.³

حيث أن موقع المتجر له دور كبير كأن يكون في طريق تجاري مشهور أو في منطقة معينة اشتهرت بضاعة معينة أو لقرب الموقع من الأسواق والمحال المماثلة حيث يسهل على العملاء الإقبال على الشراء، وعندئذ يكون موقع المحل هو العنصر الدافع إلى اجتذاب العملاء للمحل التجاري.⁴

ونلاحظ أن التاجر مستأجر العقار المعد للتجارة، قد ينشأ هذا العقار محلا تجاريا ذي أهمية كبيرة لذا إذا رغب التاجر في بيع محله التجاري، فلا بد أن يشمل البيع حق الإيجار أي التنازل عن الإيجار العقار لمشتري المحل التجاري لأنه لو لم يفعل ذلك فلا شك أنه

¹ الأزهر لعبيدي، المرجع السابق، ص 163.

² عرين عمر محمد أو ديموس، التنظيم القانوني لمهن المحل التجاري، "دراسة مقارنة" رسالة ماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة القدس، 2013، ص 25.

³ نادية فضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، "المحل التجاري والعمليات الواردة عليه"، المرجع السابق، ص 32.

⁴ عمار عمورة، المرجع السابق، ص 146.

سيتضرر وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في المواد 169 من القانون التجاري الجزائري ومايلها.¹

ثانيا : عقد الإيجار المعلوماتي

يعتبر عقد الإيواء المعلوماتي من أهم عناصر المتجر الالكتروني، إذا أنه دون خدمة الانترنت لا يمكن للمتجر الالكتروني أن يتواصل مع العملاء ويعرض منتجاته وخدماته على شبكة الانترنت.²

وقد كيّف بعض الفقه هذا العقد بأنه عقد إيجار للأشياء تسري عليه الأحكام العامة لعقد الإيجار، على أساس أن مقدم الخدمة يضع إمكانياته الفنية وبعض أجهزته تحت تصرف المشترك وهو لذلك لا يعدو أن يوصف بأنه عقد إيجار،³ وبالتالي أن العقد المذكور أقرب في طبيعته القانونية إلى إيجار الأشياء منه إلى المقاولة .

وان كان هناك إمكانية تكيف عقد الإيواء على أنه حق إيجاري والذي يستوجب حماية قانونية خاصة باعتباره أحد الأصول المكونة للمحل التجاري وبالتالي يقتضي الأمر طرح التساؤل التالي :

هل يستحق مستأجر المساحة على القرص الصلب الذي يستضيف تجارته الالكترونية نفس الحماية القانونية التي يتمتع بها مستأجر العقار التقليدي ؟

لقد اشترط المشرع الفرنسي من خلال قانون التجارة المؤرخ في : 1951/04/30 شرطين مجتمعين للاعتراف بحق الإيجار التجاري .

الشرط الأول: يتمثل في تواجد اتصال مباشر مع الجمهور ويتجسد ذلك بعنصر العملاء .

الشرط الثاني: يتعلق بارتباط الإيجار بعقار أو جز منه.⁴

إن قانون التجارة الفرنسي يهدف إلى حماية بعض النشاطات التجارية والحرفية.

¹ الأمر رقم 75-59، المتضمن القانون التجاري، المصدر السابق.

² منذر قاسم البطوش، المرجع السابق، ص 131.

³ عجالي خالد، المرجع السابق، ص 74 .

⁴ رشا محمد تيسير خطاب، ومها يوسف خصاونة، المرجع السابق، ص 376.

إلا أن على شبكة الانترنت لا ضرورة لأن تحاط عقود الإيواء بمثل هذه الحماية القانونية، إذ يوجد الآلاف من متعهدي خدمات الإيواء على شبكة الانترنت واختيار أي منهم لا يؤثر على إمكانية رؤية الموقع، كما أن أمر تغير متعهد الإيواء لا يؤثر بتاتا على استمرارية الموقع الالكتروني.¹

¹ 1 رشا محمد تيسير خطاب، ومها يوسف خصاونة، المرجع السابق ، ص ص 376،377.

المبحث الثاني

الوسائل المستخدمة في استغلال المحل التجاري الالكتروني

إن تقنية المعلومات أو ما يسمى بالبرمجيات ووسائل الاتصال وشبكة الانترنت، وبفضل هذا التطور التكنولوجي زادت الحركية التجارية للتجارة الالكترونية، وهذا أدى بالنتيجة إلى زيادة عمليات البيع والشراء، مما يعني أن هناك تنافس تجاري في عرض السلع والخدمات، وهذا ما فرض حتمية وجود وسائل دفع الكترونية لإتمام عمليات البيع والشراء بين التجار والمستهلكين .

وللحديث أكثر عن زيادة إبرام المعاملات التجارية الالكترونية فإنه يستلزم التطرق إلى وسائل الدفع الالكتروني في (المطلب الأول)، ونتناول البرمجيات المكونة للمحل التجاري الالكتروني في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

وسائل الدفع الالكتروني للمحل التجاري الالكتروني

مع ظهور وسائل الاتصال والمعلومات الإلكترونية الحديثة، وفرت هذه الوسائل خدمات متنوعة ذات إمكانيات متميزة كنقل البيانات وإيجاد آليات جديدة للتفاوض وإبرام الصفقات التجارية بسرعة عبر الانترنت، مع أخذ الاستفادة من مزايا السرعة والكفاءة والتكلفة للتقنيات الإلكترونية، قد يؤدي النقر فوق رمز "أوافق" لإجراء عملية شراء على صفحة الويب.¹ ومن بين هذه الوسائل كانت وسائل الدفع الالكتروني التي سنتطرق إليها من خلال وسائل الدفع المدعومة، في (الفرع أول)، ووسائل الدفع المستحدثة في (الفرع ثاني).

¹ Faye Fangfei Wang, Law of Electronic Commercial Transactions, Contemporary issues in the EU, US and China, Simultaneously published in the USA and Canada, edition 2010 ,p 22.

الفرع الأول

وسائل الدفع الالكترونية المدعمة

تعتبر وسائل الدفع المستحدثة من أنظمة ووسائل الدفع لتسهيل المعاملات والتحويلات البنكية ، ونتطرق فيها إلى :

أولاً : السفتجة الالكترونية

تعتبر السفتجة في شكلها العادي محررة على دعامة ورقية عملاً تجارياً حسب الشكل ووسيلة دفع، ويشترط لصحتها الشروط الواردة في نص المادة 390 من القانون التجاري الجزائري،¹ وكذلك هي سند تجاري تخضع لأحكام المادة 389 من القانون التجاري الجزائري ومايليها.²

أما في وقتنا الحالي فأغلبية السفتجات المحررة تتم معالجتها إلكترونياً.

فيمكن القول أن تعريف السفتجة الالكترونية هي " محرر معالج إلكترونياً صادر وفق لأشكال حددها القانون، تتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب إلى شخص يسمى المسحوب عليه بدفع مبلغ من النقود إلى شخص ثالث يسمى المستفيد في تاريخ معين ومكان معين".³

كما عرفت أيضاً بأنها " محرر شكلي ثلاثي الأطراف معالج إلكترونياً بصورة كلية أو جزئية، يتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب إلى شخص يسمى المسحوب عليه بأن يدفع مبلغاً من النقود لشخص ثالث المستفيد لدى الاطلاع أو في تاريخ معين".⁴

¹ عبد العزيز خنفوسي، قانون الدفع الالكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة الأولى، الأردن، 2018، ص 71.

² عبد الرحمان عثمانى، الوظيفة التنفيذية للورقة التجارية في القانون الجزائري " الشيك والسفتجة " مجلة البحوث القانونية والسياسية، مجلة دولية محكمة، العدد 04، جامعة سعيدة، 2015، ص 02.

³ كردي نبيلة، السفتجة الالكترونية، مجلة النبراس للدراسات القانونية، مجلة دولية محكمة، العدد 02، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2017، ص 93.

⁴ عقيلة مرشيشي، السفتجة الالكترونية بديلة للسفتجة التقليدية، المجلة النقدية، مجلة دولية محكمة نصف سنوية، د.ع.م، كلية الحقوق بودواو جامعة أمحمد بوقرة بومرداس د.س، ص 202.

ويتضح من هذه التعاريف أن الفرق الأساسي بين السفتجة الالكترونية والسفتجة التقليدية هو المعالجة الالكترونية، ويظهر التمييز بينهما من خلال نقاط التشابه والاختلاف.¹

أوجه التشابه :

- ❖ تتضمن كل منهما ثلاثة أطراف
- ❖ تتضمن كل منهما أمرا بوفاء مبلغ محدد من النقود
- ❖ تتضمن السفتجة دائما سواء تقليدية أو الكترونية تاريخ استحقاق ومكان وفاء
- ❖ كلاهما يصدران على دعامة ورقية

أوجه الاختلاف :

تنشأ السفتجة التقليدية على دعامة مهما كانت طبيعتها إلا في مجال المصرفي يجب أن تكون ورقية، أما السفتجة الالكترونية فتكون على دعامة ورقية إذا كانت السفتجة الكترونية ورقية، فتتحول في ما بعد إلى دعامة ممغنطة، أما السفتجة الالكترونية الممغنطة فهي تنشأ على دعامة ممغنطة منذ البداية.²

ثانيا: الشيك الالكتروني

يعتبر الشيك الوسيلة الثانية التي طورت، فلم يعرف المشرع الجزائري الشيك وإنما اكتفى بالنص على بياناته في المادة 472 من القانون التجاري الجزائري، فبعدما كان يستعمل الدعائم الورقية في المعاملات التقليدية فقد تم تطوير هذه الوسيلة وأصبح اليوم يستعمل الشيك المعالج رقميا أو ما يسمى بالشيك الالكتروني.³

¹ كردي نبيلة، المرجع السابق، ص 93.

² نفس المرجع السابق، ص 98 ، 99.

³ يوسف واقد، النظام القانوني للدفع الالكتروني، رسالة ماجستير، فرع قانون العام، تخصص القانون التعاون الدولي، دق، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزيز، 2011، ص 60.

حيث أن التعامل الالكتروني الحديث في القطاع المصرفي لم يعرف في الجزائر إلاّ بعد صدور القانون 03 - 15، المتضمن الموافقة على الأمر 03 - 11 المتعلق بالنقد والقرض، ويتضح ذلك من خلال نص المادة 69 من القانون السالف الذكر.¹

فالشيك الالكتروني هو " رسالة الكترونية موثقة ومؤقتة يرسلها مصدر الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم هذا الأخير بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، ليتم بعد ذلك إلغاء الشيك وإعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك ليكون دليلاً على أنه تم صرف الشيك فعلاً، ويمكن لمسلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من أنه قد تم فعلاً تحويل المبلغ لحسابه.²

وبالتالي يظهر من خلال ما سبق أن الشيك الالكتروني مكافئ للشيك الورقي من حيث مفهوم الدفع، إلا أنه يقبل المعالجة الالكترونية جزئياً أو كلياً، والمقصود بالمعالجة الالكترونية هو تناول المعلومات في شكل الكتروني من طرف الحواسيب أو أجهزة مشابهة.³

إن تشعب العمليات التجارية أدى إلى تنوع طرق الوفاء، هذا التنوع دفع للاعتقاد أن كل نوع من هذه الأنواع مخصص لعلاقات تجارية معينة، مما أوحى ذلك إلى عدم ملائمتها لكل شكل من أشكال تلك العلاقات وإصدار الشيك الالكتروني يدخل ضمنها وله أهمية كبيرة في الحياة الرقمية، فهو أداة وفاء تستعمل عادة في البيوع الالكترونية وتغني عن استعمال الطرق الأخرى للوفاء، إلا أنه مثل مثله مثل الشيك التقليدي تنشأ عنه علاقة ثلاثية بين أطرافه كما يمر إصداره بعدة مراحل قد تختلف عن هذا الأخير.⁴

¹ هداية بوعزة، الدفع الالكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 198.

² محمد خاوي، واقع وسائل وأنظمة الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، د.ن.م، العدد 04، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017، ص ص 142، 143.

³ نبيلة كردي، الشيك الالكتروني، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلة علمية دورية محكمة، العدد 13، جامعة تبسة، د. س . ن ، ص 250.

⁴ هنية شريفة، الشيك الإلكتروني كوسيلة حديثة للوفاء، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلة دولية محكمة فصلية، العدد 19، جامعة الجلفة، الجزائر، د.س.ن، ص 307.

ثالثاً: المقاصة الالكترونية

تعد المقاصة الالكترونية وسيلة لتسوية المدفوعات بين المصارف بطريقة الكترونية، وبهذا فهي حققت قفزة نوعية في مجال العمل المصرفي في كونها تعتمد على الاستخدام الأمثل لتقنية المعلومات وتسهل عملية نقل الأموال والصكوك بين المصارف.¹ ويقصد بالمقاصة الالكترونية بأنها " إجراء تقاص الشيكات بين البنوك، عن طريق البنك المركزي بموجب صور الكترونية للشيكات وبدون أن يجري تبادل الشيكات فعلياً من البنوك،² والشيك الصورة هو عملية تحويل المستند الورقي "الشيك" إلى صورة الكترونية عبر الشبكة المصرفية تنتقل إلى المصرف المركزي لتتم عملية المقاصة الكترونياً.³ وللمقاصة الالكترونية خصائصها التي تميزها عن غيرها من الأنظمة الالكترونية كتحويل الالكتروني للنقد، والدفع الالكتروني فهي :

❖ أداة وفاء مزدوجة

❖ اتفاقية

❖ تتصف بالأمان والسرية⁴

ومما لا شك فيه أن استحداث فكرة المقاصة الالكترونية لدى البنوك، تحتاج إلى بنية قانونية تثبتتها وهذا لأجل حفظ الحقوق لكافة الأطراف سواء مصارف تجارية أو الزبائن، وبالتالي فإنه من الطبيعي أن تتأثر علاقات المجتمع بما خلفته التقنية العالية وأدوات العصر الرقمي آثار وما نجم عنه من أنماط جديدة في عالم المصارف.⁵

¹ هند فالح محمود، المقاصة الالكترونية والمسؤولية التي تنجم عنها، مجلة الراافدين للحقوق، مجلة فصلية علمية محكمة، العدد 63، المعهد التقني، نينوى، العراق، 2020، ص 42.

² سيد احمد مسيردي، المرجع السابق، ص 134.

³ أسماء بنت لشهب وباسم محمد ملحم، التنظيم القانوني للمقاصة الالكترونية للشيكات والعلاقات الناشئة عنها في القانون الأردني، دراسة علوم الشريعة والقانون، د.ن.م، العدد 02، الجامعة الأردنية، 2013، ص 458.

⁴ هند فالح محمود، المرجع السابق، ص 42.

⁵ حليلة حوالمف ومبارك بن الطيبي، الالتزامات البنكية لتنفيذ عملية المقاصة الالكترونية للشيكات، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مجلة علمية محكمة، العدد 07، جامعة زيان عاشور، الجلفة، د.س.ن، ص 193.

وبالتالي فإنّ الأساس القانوني الذي يقوم عليه فكرة المقاصة الالكترونية هو تبادل البيانات الخاصة بالشيك إلكترونياً بين البنوك وهذا الأمر الذي استلزم ضرورة سن قوانين لأجل ضبط العلاقات وتحديد الالتزامات الناتجة عن عمليات المقاصة للشبكات.¹

وللإشارة فإن المادة 18 من النظام 97 - 03 قد نصت على أنه يقصد بعملية المقاصة " هي كافة العمليات التحويلية من البنك الجزائري والأعضاء من جهة، وبين الأعضاء فيما بينهم من جهة أخرى، لصالح الحساب المشتركين فيها بكافة وسائل الدفع التقليدية والالكترونية، ويتم ذلك في مقر الغرفة وبحضور ممثل لكل عضو معني بالعملية التحويلية".²

الفرع الثاني

وسائل الدفع المستحدثة

تعتبر وسائل الدفع المستحدثة من أنظمة ووسائل الدفع لتسهيل المعاملات والتحويلات البنكية ، ونتطرق فيها إلى :

أولاً: البطاقات المصرفية المحلية

لقد تطرق المشرع الجزائري لوسائل الدفع الالكتروني في بادئ الأمر من خلال نص المادة 69 من قانون النقد والقرض 03-11 والتي تنص على أنه " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل ".³

لكن بعد صدور القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية عرف المشرع الجزائري وسيلة الدفع الالكترونية في المادة 06 من قانون رقم 05-18 الفقرة 05 كمايلي: " وسيلة الدفع

¹ حليلة حوالف ومبارك بن الطيبي، المرجع السابق، ص 192.

² ينظر : المادة 18 من التنظيم 97 - 03 المؤرخ في 17 نوفمبر 1997، المتعلق بغرفة المقاصة، الجريدة الرسمية، العدد 17، 1998/03/25.

³ الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 غشت سنة 2003، المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية، العدد 52، الصادرة في 27 أوت 2003، المعدل والمتمم.

الإلكتروني هي كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية ¹.
وذلك لمسايرة التطورات والتحولات الحاصلة في جميع المجالات على وجه عام، ومجال التجارة والأعمال على وجه خاص.

ولقد بدأ العمل في تحديث وسائل الدفع في الجزائر من خلال شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك "ساتيم" "SATIM" والتي تم إنشاؤها سنة 1995 لشركة مابين المصارف العمومية الجزائرية، والمتمثلة في بنك الجزائر BNA، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، البنك الخارجي الجزائري BEA، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP بنك التنمية المحلية BDL، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA، بنك البركة الجزائري ALBARAKA ².

أما الآن فقد توسعت شركة "ساتيم"، وأصبحت تضم عدة بنوك منها 7 بنوك عمومية و 6 بنوك خاصة ومؤسسة بريد الجزائر ³.

والبطاقات المصرفية المحلية هي بطاقات تسمح بعمليتي السحب والدفع ومنها :

■ البطاقات العادية:

هي بطاقات تمنح لفئة عملاء المصارف الذين يكون دخلهم أكبر أو يساوي : 10000 دج

■ البطاقات الذهبية:

هي بطاقات تسمح للعملاء الذين يكون دخلهم أكبر أو يساوي 45000 دج

■ البطاقات البنكية التي تصدر لصالح المؤسسات البنكية :

هي بطاقات تصدر لصالح الشركات والمؤسسات التي تفوق دخلها الشهري 200000 دج ⁴.

ثانيا: البطاقات المصرفية الدولية

¹ ينظر: المادة 06 من قانون 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المصدر السابق.

² <https://www.satim.dz>, société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique. consulté le: 23/05/2021 à 10:44H

³ هداية بوعزة، الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 200.

⁴ هداية بوعزة، النظام القانوني للدفع الإلكتروني "دراسة مقارنة" أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2019، ص 440 .

هي بطاقات تسمح باستعمالها خارج الوطن في عملية السحب والدفع، وتكون موجهة للعملاء الذين لديهم حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة¹.

وهذا النوع من البطاقات يستخدم على مجال واسع من الأقاليم وغير محدود بإقليم واحد أو دولة ومعيّنة، وتصدر هاته البطاقات من المؤسسات المالية سواء كانت بنك أم شركة متخصصة ويكون إصدارها بموجب ترخيص من هيئة عالمية متخصصة وغالب تحمل هذه البطاقات اسم احد أكبر شركتين في العالم وهما: فيزا كارت (VISA CART) وماستر كارد (MASTER CART)²، وهي من أكثر البطاقات المنتشرة في الجزائر وأكثرها استعمالا.

المطلب الأول

البرامج الخاصة بالمحل التجاري الالكتروني

أصبحت تقنية المعلومات إحدى متطلبات التنافس في حقل التجارة الالكترونية، وواحدة من أهم ما أفرزته هذه التقنية هي برمجيات الخاصة بالمحل التجاري الالكتروني. ولعل المتتبع للنشاط التجاري الاستثماري الالكتروني نجد أن صناعة البرمجيات تحتل قيمة هرم هذه الأنشطة، الذي أثر من دون شك على البناء القانوني لتشريعات الاستثمار والتجارة وبشكل واضح³.

وبما التجارة الالكترونية تستخدم أجهزة الكمبيوتر والاتصالات الحديثة وأبرزها الانترنت والفضاء الإلكتروني، أدى إلى تطوير بروتوكولات متعلقة بالأمان لغرض توسيع نطاق التجارة الإلكترونية وذلك للحد من عوامل الخطر كاحتمال انتهاك البيانات الشخصية، الملكية الفكرية، بطاقات الدفع.. الخ⁴.

لذلك وجب علينا التطرق لتعريف بهذه البرمجيات في (فرع أول) والبرامج التي يتكون منها المحل التجاري الالكتروني في (فرع ثاني).

¹ هداية بوعزة، النظام القانوني للدفع الالكتروني، المرجع السابق، ص 440.

² العروسي حاقة، بطاقة الائتمان وأثارها القانونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون أعمال والملكية الفكرية، قسم الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2020، ص 42.

³ إسلام مجيد حوشي، المرجع السابق، ص 22.

⁴ Alan Davidson, The Law of Electronic Commerce, Cambridge University Press, United Kingdom, edition 2009, p03.

الفرع الأول

تعريف البرامج المستخدمة في استغلال المحل التجاري الالكتروني

نتناول في هذا الفرع البرامج المستخدمة في استغلال المحل التجاري الالكتروني من، خلا التعريف الضيق والموسع لبرامج الحاسب الآلي.

أولاً: التعريف الضيق لبرامج الحاسب الآلي

من الناحية التشريعية، عرفت برامج الحاسب الآلي من قبل المشرع الأمريكي عبر أحكام قانون المؤلف الأمريكي الموحد لسنة 1976 والمعدل سنة 1980 بأنها "مجموعة عمليات متتابعة يتم القيام بها بغرض الاستخدام المباشر وغير المباشر من جهاز الحاسب الآلي من أجل الحصول على نتائج معينة".¹

كما عرفت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) برنامج الحاسب الآلي بأنه " مجموعة من التعليمات التي تسمح بعد نقلها على دعامة مقروءة من قبل الآلة، بيان أو أداء أو انجاز وظيفة أو مهمة أو نتيجة معينة عن طريق آلة قادرة على معالجة المعلومات".² أما المشرع الجزائري فقد سكت على إعطاء تعريف لمصطلح برامج الحاسب الآلي رغم اعترافه لها بالحماية القانونية، وتنظيمه لهذا الموضوع بواسطة أحكام قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة.³

ثانياً: التعريف الموسع لبرامج الحاسب الآلي:

من جهة ثانية أعطي لمصطلح برامج الحاسب الآلي تعريف آخر موسعا بحيث تعرف بأنها " مجموعة الطرق أو البرامج المتعلقة بتشغيل الحاسوب".⁴

¹ أسامة بن يطو وحمزة عبدلي، حماية برامج الحاسب الآلي في ضوء التشريع الجزائري والمواثيق الدولية، مجلة المعارف، قسم العلوم القانونية، مجلة علمية محكمة، جامعة ألكلي امحمد البويرة، العدد 2015، 19 ص 125.

² صالح شنين، الحماية الجزائرية لبرامج الحاسب الآلي، رسالة ماجستير، تخصص قانون جزائي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007، ص 06.

³ أسامة بن يطو، حمزة عبدلي، المرجع السابق، ص 126.

⁴ المرجع نفسه، نفس الصفحة

ولقد أخذ بهذا المدلول الواسع القرار الوزاري الفرنسي الصادر في: 1981/11/22 عرفه بأنه " مجموعة الخطوات والإجراءات بالإضافة إلى الوثائق المتعلقة بها التي تهدف إلى تشغيل نظام متكامل لأنظمة معالجة المعلومات وتوظيفها وفق للغرض الذي تم من أجله النظام المشتمل على البرامج".¹

ومن خلال التعاريف السابقة الذكر يمكن القول أن إعداد برامج التجارة الالكترونية عموماً يكون بشكل مسبق وبصورة كافية لتلبية حاجيات المستهلك، حيث أن هذه البرامج هي المسؤولة عن تأدية الوظائف الكاملة للحاسب الالكتروني، بحيث أن كل برنامج يؤدي ما عليه من وظيفة أعد لها وبغياها يتعذر استخدام الحاسب الالكتروني.²

لذلك فإن برامج المحل التجاري الالكتروني تعد بشكل مسبق من لدن الشركات المختصة بإعداد البرامج، بحيث تعد البرامج الكيان المعنوي لنظام المحل التجاري الالكتروني ومن دونه لا يكون ثمة فائدة للمكونات المادية الأخرى كالأجهزة والأدوات.³

الفرع الثاني

أنواع البرامج المستخدمة في استغلال المحل التجاري الالكتروني

من بين أهم البرامج الضرورية المستخدمة لاستغلال المحل التجاري الالكتروني، والتي لا غنى عنها هي :

أولاً: برامج عربية التسوق للمحل التجاري الالكتروني

تدور الفكرة الرئيسية للتجارة الالكترونية حول تجميع البائعين في معارض أو مراكز أو فترينات افتراضية وذلك من أجل عرض بضائعهم وخدماتهم على العملاء ويمكن تعريف المركز التجاري الافتراضي بأنه " خدمة إلكترونية يتم الدخول إليها عبر شبكة الانترنت

¹ عبد الله حسين عارف الشباب، التنظيم القانوني لبرامج الحاسب الآلي في التشريع الأردني " دراسة مقارنة " رسالة ماجستير تخصص قانون، كليات الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، الأردن، 2005، ص 26

² إسلام مجيد حوشي، المرجع السابق، ص 23

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة

ومفتوحة لكل مستعمليها، وتسمح للتجار بعرض بضائعهم أو خدماتهم على العملاء من خلالها ¹.

وهذه المراكز هي عبارة عن متاجر افتراضية تنشأ بعقد " يلتزم البائع بمقتضاه مقدم الخدمة بأن يمكن التاجر من عرض بضاعته من خلال موقع الكتروني أو مركز تجاري افتراضي، ذلك في مقابل أجر متفق عليه".²

وتنقسم المراكز التجارية الافتراضية إلى قسمين :

القسم الأول: فيه يمكن الدخول إليه دون حاجة لإجراءات معينة ولكنه يسمح بالاطلاع والتصفح والدخول والتجول فقط من أجل عرض السلع والخدمات والتعرف عليها دون شرائها

القسم الثاني: يتم الولوج إليه بعد إتباع إجراءات معينة تستهدف التحقق من شخصية الزائر وتسجيله تمهيدا للتعاقد معه أي يتم فيه الشراء.³

ويتم التجول عبر هذه المراكز التجارية الافتراضية أو المتاجر الالكترونية من خلال استخدام برنامج عربية التسوق الالكتروني الخاص بالمحل التجاري الالكتروني، حيث يقوم العميل (المستهلك) بزيارة المحل التجاري الالكتروني ويستعرض السلع والخدمات، بإمكانية استخدام برنامج يسمى عربية التسوق الالكتروني وهذا البرنامج يؤمن له تجميع السلع ثم اختيارها، وكذلك يجوز له استعراض محتويات عربية التسوق في أي لحظة من خلال تقنية الضغط على أيقونة استعراض عربية التسوق (view shopping cart) ومن ثم يستطيع حذف أية بضاعة تراجع عن شرائها، وكذلك يستطيع أن يتراجع عن عملية الشراء ككل من خلال الضغط على أيقونة الإلغاء الخاصة بذلك.⁴

¹ أسامة أبو الحسن وآخرون، المرجع السابق، ص ص 13، 14 .

² بلقاسم حامدي، إبرام العقد الالكتروني، أطروحة الدكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015، ص 42.

³ خالد عجالي، المرجع السابق، ص 76.

⁴ إسلام مجيد حوشي، المرجع السابق، ص 24.

ثانيا: برامج الحماية ضد الاختراق للمحل التجاري الالكتروني

مازالت هناك العديد من التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية بشكل عام وتصميم وإدارة المتجر الالكتروني على وجه خاص، وذلك على الرغم من التوسع الكبير والانتشار الواسع والتطور المستمر الذي تحرزته الصناعة يوم بعد يوم.¹

إلا أنه وبسبب فيروس COVID-19 قد ساهم في نمو التجارة الالكترونية بشكل كبير وزيادة الطلب عبر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات، حيث أكدت الجائحة على أهمية التجارة الالكترونية في العالم وكيف أنها كانت الحل الأمثل لسيرورة الحياة اليومية للأفراد والشركات والحكومات على حد سواء، كما اتضح جليا كيف غيرت من ملامح التعاملات والعمل، فالكل يتجه نحو الانترنت وما توفره من تطبيقات تساعد في تصفح المواقع ومقارنة المنتجات والأسعار من المنزل أو المكتب والحصول على متطلباتهم من خلال التسليم الفوري للمنتج.²

غير أن تعرض المتاجر الالكترونية لهجمات بعمليات سرقة واختراق من قبل محتالين كان ولا يزال سببا رئيسيا في تردد أعداد حول العالم في التحول إلى عالم التسوق عبر الانترنت والشراء اونلاين من أحد المتاجر الالكترونية، بحيث تأتي إجراءات التأمين للمتجر الالكتروني وحماية بياناته من الاختراق والسرقة، ضمن أهم التحديات التي مازالت تواجهها التجارة الالكترونية وتسعى سعيا حثيثا نحو الوصول إلى حلول جذرية لها.³

وهذا ما استلزم اللجوء لفكرة للشخص الوسيط في العلاقة التعاقدية، حيث يقوم هذا الأخير بتأكيد صحة التعامل على الخط، وهي شركات ناشطة في ميدان الخدمات التقنية، تقدم شهادات تضمن تأكيد أن الطلب أو الجواب قد صدر عن الموقع المعني، وتحدد تاريخ

¹ محمد عبده، مقال منشور بتاريخ : 2020/04/30، إجراءات هامة لتأمين المتجر الالكتروني وحماية بيانات العملاء من الاختراق

والسرقة، أطلع عليه بتاريخ : 2020/06/01 على الساعة 10:12، <https://expandcart.com/ar>

² سهام موسى، تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية في العالم " دراسة تحليلية"، مجلة التنظيم والعمل، مجلة أكاديمية محكمة، العدد 04، جامعة معسكر، 2021، ص 40 .

³ محمد عبده، الموقع السابق .

ووقت صدور الطلب أو الجواب وحتى تضمن شخصية المخاطب توفر تقنيات التعرف على الشخص بدئ بكلمة السر وانتهاء البصمة الوراثية.¹

ولعل ما جاء على رأس التقنيات التي استخدمتها العديد من الشركات العاملة في تكنولوجيا المعلومات وتأمين الشبكات أو ما يسمى بالحوائط النارية (الجدار الناري) **FIRE WALLS**²، وهي من أهم برامج الحماية المعدة لتأمين الدفع الالكتروني حيث يمثل أهم الأدوات الأمنية لتأمين الاتصالات الخارجية في الشبكة الدولية (الانترنت)³

ومن أنظمة الحماية كذلك نظام **SSL** أو **SERUCR SOCKETS LAYEE** وهو نظام تشفير بحيث يضمن هذا النظام مستوى كافي للإرسال الآمن، مثل المراسلات الخاصة برقم بطاقة الدفع على الخط، ولا يجب تأمين المعلومات فقط حين إرسالها على الخط، وإنما ضمان هذه الحماية طول مدة صلاحية المعلومة، بالرغم أن النظام يحول بيانات السداد والمعلومة الحساسة الأخرى بأمان بين التجار والعملاء.⁴

ومن البرامج الحماية الأخرى هو برنامج **PGP** و **SET**، حيث يعمل هذا البرنامج **PGP** بتشفير بيانات الرسالة الالكترونية وذلك بهدف تأمين المعلومات المالية عبر شبكة الانترنت، غير أن نظام **SET** يعتبر من أقوى أنظمة الأمن والحماية الموثوق به خاصة في الوفاء الالكتروني.⁵

أما الحماية التشريعية للمحل التجاري الالكتروني بوجه خاص ومواقع التجارة الالكترونية بوجه عام تجسدت من خلال تجريم الاعتداء على مواقع التجارة الالكترونية

¹ مروة شبل وخالد بطي الشمري، الحماية القانونية للمستهلكين عبر الانترنت، اطلع عليه بتاريخ 2021/06/01، على الساعة 09:37 <https://www.balagh.com>

² أيمن قديج، الدفع الالكتروني من يحميه؟، (2009/06/09)، اطلع عليه بتاريخ 2021/06/01، على الساعة 08:20، <http://alyaseer.net>

³ إسلام مجيد حوشي، المرجع السابق، ص 26.

⁴ هداية بوعزة، الحماية التقنية للمعلومات ودورها في تأمين الدفع الالكتروني، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، دورية دولية محكمة، العدد 04، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018، ص 35 .

⁵ دليلة معزوز، أهمية الوفاء الالكتروني في الأداء والتأمين، مجلة المعارف، قسم العلوم القانونية، العدد 20، جامعة البويرة، 2016، ص 147.

(نظام المواقع، وبيانات المواقع)، حيث نجد من بينها التشريع الأمريكي الذي اهتم بجرائم الحاسوب الصادر سنة 1984 والمعدل سنة 1996، وكذلك التشريع الفرنسي الصادر سنة 1988 بالقانون رقم 19/88 والمعدل والمتمم في سنة 1994، أما المشرع الجزائري أصدر قانون 15/04 المؤرخ في 2004/11/10 المعدل والمتمم للأمر 155/66 المتضمن قانون العقوبات¹.

¹ صالح شنين، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، د.ق، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2013، ص 65.

الخاتمة

لقد أدى تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والمعاملات الالكترونية إلى ظهور التجارة الالكترونية التي أصبحت من أكثر التطبيقات أهمية في عالم التجارة والاقتصاد، وذلك من خلال الشبكة العنكبوتية (الانترنت)، التي أدت إلى التحول من الأساليب التقليدية للأعمال والاتصال إلى الأساليب الالكترونية والرقمية خاصة في المعاملات التجارية، مما نتجت عنها ظهور أساليب جديدة في هذه المعاملات وهو المتاجر الافتراضية (المحلات التجارية الالكترونية).

وبالرغم من حداثة هذه المحلات الالكترونية، إلا أنه شهدت انتشار كبيراً على جميع المستويات سواء الدولية أو الوطنية، وبالرغم من العقبات التي تواجهها، هي عدم وجود إطار قانوني خاص بالمحلات التجارية الالكترونية.

ومن هذا الباب جاء التركيز على هذه الدراسة، من عدة جوانب أهمها، قانون التجارة الالكترونية الجزائري 05-18 الذي نظم مختلف المعاملات الالكترونية خاصة تلك المتعلقة بالعناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني، ووسائل الدفع الالكتروني بما أنها أحد العناصر المكونة لها.

النتائج :

من خلال هذا البحث يمكننا الوصول إلى النتائج التالية:

- المحل التجاري الالكتروني هو مجموعة أموال مادية ومعنوية من أجل استغلال نشاط تجاري ، مثله مثل المحل التجاري التقليدي، غير أنه يقوم بتوظيف عناصر جديدة وهي اسم النطاق الالكتروني وعقد الإيواء الالكتروني .

■ لم يتناول الفقه القانوني الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني، بحيث بعد دراسة وتحليل هذه النظريات المتعلقة بالمحل التجاري التقليدي التي تناولها الفقه لأجل تحديد الطبيعة القانونية ونخص بذلك نظرية المجموع القانوني ونظرية المجموع الواقعي، فهي لم تنجح في تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري التقليدي، فبطبيعة الحال لم تحدد كذلك الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني، إلا أن نظرية الملكية المعنوية قد بينت الطبيعة القانونية للمحل التجاري الإلكتروني على أنه مجموعة من حقوق الملكية الفكرية والأدبية لصاحب المحل التجاري الإلكتروني.

■ إن المشرع الجزائري لم يضع نظاما خاصا بالمحل التجاري الإلكتروني، إنما قانون متعلق بالتجارة الإلكترونية 05-18 بحيث لم يعالج الكثير من الجوانب خاصة المتعلقة بالمحل التجاري الإلكتروني من بيع وإيجار ورهن.

■ يتميز المحل التجاري الإلكتروني عن المحل التجاري التقليدي في أن المحل الإلكتروني موجود في الفضاء الإلكتروني، وكذلك القدرة على جذب العملاء من مختلف أنحاء العالم.

■ إمكانية تطبيق القواعد العامة للمحل التجاري التقليدي، غير أن هناك خصوصيات يجب مراعاتها في المحل التجاري الإلكتروني.

■ يعتبر عنصر الاتصال بالعملاء العنصر الجوهري في المحل التجاري التقليدي، بينما يعتبر الزبون الإلكتروني هو غاية المحل التجاري الإلكتروني، حيث يتجسد العنصر الجوهري فيه بقدرته على جذب العملاء .

■ يعتبر اسم النطاق عنصر معنوي من عناصر المحل التجاري وهو بهذا الوصف يعد المكافئ الإلكتروني للاسم التجاري التقليدي .

■ استخدام وسائل الدفع الإلكتروني من خلال البطاقات الإلكترونية أو بطاقات السحب الآلي أو الشيكات الإلكترونية، هي ركائز المحل التجاري الإلكتروني.

■ إن وسائل الاتصال والبرمجيات وشبكة الانترنت هي عنصر أساسي ومكون للمحل التجاري الإلكتروني.

■ استبعاد عنصر البضائع من العناصر المشمولة بالرهن الحيازي في المحل التجاري التقليدي، وكان الهدف من استبعادها لأنها غير قابلة للتداول، كذلك هو الأمر نفسه في المحل التجاري الإلكتروني.

المقترحات :

- ❖ العمل على تنظيم ملتقيات وأيام دراسية تحت فيها التاجر على الولوج إلى التجارة الإلكترونية، من خلال الانتقال من عرض سلعهم ومنتجاتهم التقليدية إلى العرض والتسويق الإلكتروني ، ومن ثم توضيح كيفية إنشاء متاجر ومحلات تجارية إلكترونية.
- ❖ توفير مناخ قانوني ينظم أحكام عقد الإيواء الإلكتروني، وآليات إبرامه.
- ❖ ضرورة توضيح القصد التشريعي في نص المادة 119 من القانون التجاري، من خلال ذكر العنصر المستثنى مباشرة (عنصر البضائع) من الرهن الحيازي، وفي نفس الوقت ضرورة إصدار نص خاص بالعناصر المشمولة بالرهن الحيازي في المحل التجاري الإلكتروني.
- ❖ ضرورة تحديث وسائل الاتصال من خلال البنية التحتية، وإدخال أنظمة حديثة من شبكة للانترنت ووسائل الدفع الإلكتروني.
- ❖ تدخل المشرع الجزائري لإصدار نظام قانوني خاص بالمحل التجاري الإلكتروني، وذلك لمواكبة التطورات في مجال التجارة الإلكترونية.

I. باللغة العربية:

أولاً: المصادر

1. القوانين

- القانون 09 - 03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 09-18، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادر في 13 جوان 2018.

- القانون رقم: 18- 05، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية ، الجريدة الرسمية ، العدد 28، 16 ماي 2018 .

2. الأوامر

- الأمر 66-88 المؤرخ في 28 أفريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج، الجريدة الرسمية ، العدد 35، الصادرة في 03 ماي 1966.

- الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية، العدد 101 الصادرة في 19/12/1975.

- الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم بموجب الأمر 96 - 27 ، الجريدة الرسمية العدد 77 الصادرة في 11/12/1996.

- الأمر رقم 03-11، المؤرخ في 26 غشت سنة 2003، المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية، عدد 52 ، الصادرة في 27 غشت 2003 ، المعدل والمتمم.

- الأمر رقم : 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بموجب القانون رقم: 07-05، الجريدة الرسمية، العدد 31، الصادر في 13 ماي 2007.

3. التنظيمات

1. نظام 97-03 المؤرخ في 17 نوفمبر 1997، المتعلق بغرفة المقاصة، الجريدة الرسمية، العدد 17، 25/03/1998.

ثانياً: المراجع

1. الكتب:

- أحمد بلودنين، " المختصر في القانون التجاري الجزائري"، دار بلقيس، الجزائر، 2012.
- أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1980.
- أسامة أبو الحسن وآخرون، الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية، " خصوصية التعاقد عبر الانترنت " الطبعة الأولى، المجلس الأعلى للثقافة، مصر.
- حلو أبو حلو، القانون التجاري، طبعة 2008، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، مصر، 2009.
- سميحة القيلوبي، الوسيط في شرح قانون التجارة المصري، الجزء الأول، دار النهضة، مصر ، 2010.
- عادل علي المقدادي، القانون التجاري، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008.
- عبد الصبور عبد القوي علي مصري، "التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، مكتبة القانون والاقتصاد، السعودية ، 2012.
- عبد العزيز خنفوسي ، قانون الدفع الإلكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة الأولى، الأردن، 2018.
- عبد الله بن محمد الشمراني، النظام القانوني للمتجر الإلكتروني " دراسة مقارنة "، الطبعة الأولى، دار العالمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2018.
- علي البارودي ومحمد السيد القصي، القانون التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، مصر ، 1999.
- عمار عمورة، العقود والمحل التجاري في القانون الجزائري، دار الخلدونية، الجزائر، د.س.ن.
- فاتن حسين حوى، " المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية "، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، 2010.

- فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، مصادر القانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، المتجر، العقود التجارية، الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، لبنان، 2006.
- مبروك مقدم، المحل التجاري، الطبعة الخامسة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
- مصطفى كمال طه ووائل أنور بندق، أصول القانون التجاري، الأعمال التجارية، التاجر، الشركات التجارية، المحل التجاري، الملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
- نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري - الأعمال التجارية - التاجر - المحل التجاري، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
- نادية فضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، "المحل التجاري والعمليات الواردة عليه"، الجزء الأول، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
2. الرسائل والأطروحات
- أ. أطروحات الدكتوراه
- أمال حابت، التجارة الإلكترونية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015.
- بلقاسم حامدي، إبرام العقد الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015.
- خالد عجالي، "النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري" دراسة مقارنة، "أطروحة دكتوراه، تخصص قانون، د. ق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2014.
- زهيرة جبالي عبد القادر كييسي، تأجير المحل التجاري "دراسة مقارنة بين القانون الجزائري والقانون الفرنسي"، أطروحة دكتوراه، تخصص القانون الخاص، د. ق، كلية الدراسات العليا، جامعة عمان العربية، الدراسات العليا، 2008.

- سيد احمد مسيردي، النظام القانوني للمقاصة في المعاملات البنكية "دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص ،قسم الحقوق،كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، 2018.
- صالح شنين، الحماية الجنائية للتجارة الالكترونية "دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه،تخصص قانون خاص ، د.ق، كلية الحقوق ، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2013.
- عبد الرحمان العيشي، ركن الرضا في العقد الالكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون ، قسم القانون، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 ، 2017.
- عبد الوهاب مخلوفي، التجارة الالكترونية عبر الانترنت، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.
- فريد كركدن، العمليات الواردة على المحل التجاري غير الناقلة للملكية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس ، سيدي بلعباس، 2019.
- موسى ناصر، حماية المحل التجاري في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، يتخصص حقوق ، فرع القانون الخاص الأساسي قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس ، 2019.
- نعيمة علوش، الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 02، 2015.
- نعيمة قويدري قوشيح، دور الملكية الصناعية في تنمية الإبداع التكنولوجي في القطاع الصناعي بالجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2018.
- هيثم عبد الرحمان يعقوب البناء، رهن المحل التجاري " دراسة مقارنة "، أطروحة دكتوراه،تخصص القانون الخاص، قانون الخاص، كلية الدراسات القانونية العليا، جامعة عمان العربية للدراسات، 2004.

ب- رسائل الماجستير

- إبراهيم بديع حسني الحاج عيد، تسوية المنازعات بين أسماء النطاقات والعلامات التجارية من خلال القواعد الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاقات "، رسالة ماجستير، تخصص الملكية الفكرية، د . ق ، كلية القانون، جامعة آل البيت، 2013.
- ألاء يحي محمد أبو سارة، أحكام رهن المحل التجاري، " دراسة مقارنة "، رسالة ماجستير، د.ن.ت، الدراسات العليا، كلية الحقوق، جامعة الإسراء ، د.ت.م. .
- أم الخير قود، أحكام بيع المحل التجاري، رسالة ماجستير، تخصص قانون خاص، د.ق ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر، 2006.
- حكيم وشتاتي ، المحل التجاري كحصة في الشركة (حصة على سبيل الملكية)، " دراسة مقارنة" رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، د . ق، جامعة باجي مختار عنابة 1999.
- حمد دهام دغيم الرشدي، تأجير المحل التجاري"دراسة مقارنة"، بين التشريعي الأردني والكويتي، رسالة ماجستير، تخصص القانون، عمادة الدراسات العليا، كلية القانون، جامعة آل البيت، الأردن، 2016.
- رضوان جامع، أحكام رهن المحل التجاري في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، د . ق، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر، 2002.
- رولا عبد الله الجراجره، الأسماء التجارية وعلاقتها بأسماء المواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير، تخصص حقوق، قسم القانون الخاص، عمادة الدراسات العليا، جامعة مؤتة الأردن، 2005.
- سفيان بن زواوي، بيع المحل التجاري في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص القانون الخاص، فرع قانون أعمال ، د . ق، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة، 2013.
- صالح شنين، الحماية الجزائرية لبرامج الحاسب الآلي، رسالة ماجستير، تخصص قانون جزائي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2007.
- صونيا حقاو، حماية الملكية الفكرية الأدبية والفنية في البيئة الرقمية في ظل التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص المعلومات الالكترونية الافتراضية وإستراتيجية البحث عن المعلومات، قسم علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2012.

- عبد الله حسين عارف الشيايب، التنظيم القانوني لبرامج الحاسب الآلي في التشريع الأردني "دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير، تخصص قانون، كليات الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، الأردن ، 2005.
- عرين عمر محمد أو دعموس، التنظيم القانوني لرهن المحل التجاري "دراسة مقارنة" رسالة ماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة القدس ، 2013.
- فريد كركادن، أحكام الرهن الحيازي للمحل التجاري في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2012.
- محمد موسى أحمد هلسة، منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني "دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير، تخصص قانون، د.ق، كلية الدراسات العليا، جامعة بيرزيت فلسطين، 2010.
- مختار حزام، استغلال حقوق الملكية الصناعية في ظل المنافسة، رسالة ماجستير، تخصص ملكية فكرية، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، 2016.
- منذر قاسم البطوش، النظام القانوني للمتجر الإلكتروني، رسالة ماجستير، تخصص الحقوق، قسم القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة مؤتة، الأردن ، 2016.
- يوسف واقد، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، رسالة ماجستير، فرع قانون العام، تخصص القانون التعاون الدولي، د.ق، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
3. المقالات
- إبراهيم نبأ فرحان، أسباب التكيف القانوني للمحل التجاري الإلكتروني "دراسة مقارنة"، مجلة كلية القانون والعلوم القانونية والسياسية، مجلة علمية محكمة، العدد 33 ، كلية القانون جامعة كركوك العراق، 2020.
- أسامة بن يطو، علاقة الحماية القانونية للعلامات التجارية بأسماء النطاقات الإلكترونية وأثرها على حماية المستهلك الإلكتروني، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، مجلة فصلية دولية علمية محكمة، العدد 03، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017.

- أسامة بن يطو وحمزة عبدلي، حماية برامج الحاسب الآلي في ضوء التشريع الجزائري والمواثيق الدولية، مجلة المعارف، قسم العلوم القانونية، مجلة علمية محكمة، جامعة أكلي امحمد البويرة، العدد 19، 2015.
- أسماء بنت لشهب وباسم محمد ملحم، التنظيم القانوني للمقاصة الالكترونية للشيكات ولللاقات الناشئة عنها في القانون الأردني، دراسة علوم الشريعة والقانون، د.ن.م، العدد 02، الجامعة الأردنية، 2013.
- حليلة حوالف ومبارك بن الطيبي، الالتزامات البنكية لتنفيذ عملية المقاصة الالكترونية للشيكات، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مجلة علمية محكمة، العدد 07، جامعة زيان عاشور، الجلفة، د.س.ن.
- حورية بورنان، تحديد الطبيعة القانونية للمحل التجاري، مجلة المفكر، مجلة علمية محكمة، العدد 03، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016.
- دليلة معزوز، أهمية الوفاء الالكتروني في الأداء والتأمين، مجلة المعارف، قسم العلوم القانونية، العدد 20، جامعة البويرة، 2016.
- رشيد بوعافية ومحمد يدو، التجارة الالكترونية والاستثمار عبر شبكة الانترنت، " الإطار النظري والتطبيقي " مجلة الاقتصاد الجديد، مجلة علمية سداسية، العدد 18، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى الجزائر، 2018.
- راضية مشري، الحماية الجزائية للرسوم والنماذج الصناعية من خطر التقليد، مجلة أفاق علمية، مجلة دورية محكمة نصف سنوية، العدد 02، المركز الجامعي بتمنراست، 2019.
- سقار فايزة، الحماية القانونية المزدوجة للرسوم والنماذج الصناعية وفق قواعد الملكية الفكرية بين النظام الخاص ونظام حقوق المؤلف " دراسة مقارنة "، مجلة صوت القانون، مجلة سداسية دولية علمية محكمة، العدد 03، جامعة خميس مليانة، 2021.
- سهام موسى، تأثير جائحة كورونا على نمو التجارة الالكترونية في العالم "دراسة تحليلية"، مجلة التنظيم والعمل، مجلة أكاديمية محكمة، العدد 04، جامعة معسكر، 2021.
- عبد الرحمان عثمان، الوظيفة التنفيذية للورقة التجارية في القانون الجزائري " الشيك والسفتجة " مجلة البحوث القانونية والسياسية، د.ن.م، العدد 04، جامعة سعيدة، 2015.

- عبد الرحمن العيشي، آليات التجارة الالكترونية وأثرها في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلة علمية أكاديمية نصف سنوية، العدد 13، جامعة البليدة 02، د. س. ن.
- عبد المهدي كاظم ناصر وحسين عبيد شعواط، " عقد الإيواء المعلوماتي "، مجلة الكوفه للعلوم القانونية والسياسية، مجلة علمية محكمة، العدد 21، كلية القانون جامعة الكوفة العراق، 2014.
- العروسي حاقة، الاستغلال القانوني لبراءة الاختراع، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، مجلة فصلية محكمة دولية، العدد 01، جامعة الشهيد حمّة لخضر الوادي، د. س. ن.
- عكاشة بوكعبان، حماية العلامة التجارية من التقليد في ضوء التشريع والقضاء الوطني والمقارن، " الحوار المتوسطي"، مجلة علمية دولية محكمة، العدد 02، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعاس، 2020.
- على احمد صالح ، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مجلة صوت القانون، مجلة سداسية دولية علمية محكمة، العدد 02، جامعة خميس مليانة عين الدفلى ، 2018.
- فريد كاركادن، الطبيعة الخاصة للمحل التجاري بين النصوص التشريعية الجزائرية وأحكام القضاء الفرنسي، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، د. ن. م ، العدد 03، جامعة بجاية، 2019.
- فريد كركادن، " الاتصال بالعملاء عنصر في المحل التجاري "دراسة مقارنة"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، د. ن. م ، العدد 01 ، جامعة بجاية، 2018.
- كردي نبيلة، السفتجة الالكترونية، مجلة النبراس للدراسات القانونية، مجلة دولية محكمة، العدد 02، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2017.
- كوثر مازوني، الحماية القانونية للعلامة التجارية عبر الشبكة الرقمية في علاقاتها مع أسماء المواقع، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، د. ن. م ، العدد 01، جامعة الجزائر، د. س. ن.
- لخضر بن علي، التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل مسار التجارة البينية العربية، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلة علمية دولية محكمة ، العدد 02، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2019.

- محمد خاوي، واقع وسائل وأنظمة الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، د.ن.م، العدد 04، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017.
- محمد مجيد كريم الإبراهيمي، إشكالية حماية الاسم التجاري عبر الانترنت في القانون العراقي، مجلة جامعة ذي قار، مجلة علمية محكمة، العدد 13، جامعة ذي قار، العراق، 2018.
- عقيلة مرشيشي، السفتجة الالكترونية بديلة للسفتجة التقليدية، المجلة النقدية، مجلة دولية محكمة نصف سنوية، د.ع.م، كلية الحقوق بودواو جامعة أمحمد بوقرة بومرداس د.س.
- موسى ناصر، الحماية المدنية للرسوم والنماذج الصناعية في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات الحقوقية، مجلة دولية وأكاديمية محكمة، العدد 01، جامعة مولاي الطاهر سعيدة، 2021.
- مولود حواس، العلامة التجارية كأداة حماية، "درسات اقتصادية"، مجلة محكمة، العدد 23، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية الجزائر، د.س.ن.
- ميلود وافي، محمد داودي، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الالكترونية، دراسة حالة الجزائر "مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، مجلة دولية محكمة متخصصة، العدد 01، جامعة طاهري محمد بشار، 2017.
- نبيل ونوغي، النظام القانوني للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، مجلة دورية دولية محكمة، العدد 01، جامعة الأغواط، 2019.
- نبيلة كردي، الشيك الالكتروني، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلة علمية دورية محكمة، العدد 13، جامعة تبسة، د.س.ن.
- نسيم خالد الشاورة وغيث مصطفى الخصاونة، التسجيل والاستعمال لأسماء المواقع الكترونية مماثلة لعناصر الملكية الصناعية والتجارية على الانترنت "دراسة مقارنة"، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، مجلة علمية دولية محكمة، العدد 07، جامعة يحي فارس المدية، 2018.
- نصر الدين أبو شيبه الخليل، الأحكام القانونية للمحل التجاري، مجلة العدل، سنوية، العدد 23، نيابة الكلاكلة، د.س.ن.

- نصيرة غزالي، التجارة في العالم الافتراضي، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مجلة دولية دورية علمية محكمة، العدد 04 ، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 2016.
- هداية بوعزة، الحماية التقنية للمعلومات ودورها في تأمين الدفع الإلكتروني، مجلة الدراسات والبحوث القانونية ،دورية دولية محكمة، العدد 04 ،جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2018.
- هداية بوعزة، الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مجلة علمية محكمة،العدد 02،جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، 2020.
- هند فالح محمود، المقاصة الإلكترونية والمسؤولية التي تنجم عنها، مجلة الرافدين للحقوق،مجلة فصلية علمية محكمة، العدد 63، المعهد التقني ، نينوى ، العراق، 2020.
- هنية شريفة، الشيك الإلكتروني كوسيلة حديثة للوفاء، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية ، مجلة دولية محكمة فصلية،العدد 19،جامعة الجلفة ، الجزائر، د.س.ن.
- وسيلة شريط، القواعد القانونية لبعض التصرفات الواردة على المحل التجاري " البيع والرهن أنموذجاً" ،مجلة المعيار، دورية علمية محكمة،العدد27، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة ،2021.
- اليامين فالتة و لطيفة برني وشيراز حاييف سي حاييف، المخاطر الإلكترونية المدركة وعلاقتها بثقة العملاء في المنظمات الافتراضية، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة ، مجلة دورية محكمة، العدد 01 ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2020.
- يزيد عربي باي ،تحديات التجارة الإلكترونية في ظل القوانين العربية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ،مجلة دولية محكمة نصف سنوية، العدد07، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015.
- يوسف بن القائد،خصائص الأصل التجاري الإلكتروني، مجلة المنارة لدراسات القانونية والإدارية، مجلة علمية فصلية محكمة، العدد31، مركز المنارة للدراسات والأبحاث، المغرب، 2020.
4. المحاضرات:
- الأزهر لعبيدي، "محاضرات في القانون التجاري - الأعمال التجارية - التجار - المحل التجاري"، سنة ثانية حقوق LMD، دت ، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الشهيد حمّـه لخضر بالوادي، 2021/2020.

5. الأيام الدراسية:

- أنيسة حمادوش، "القاعدة التجارية الالكترونية"، يوم دراسي بعنوان "الجانب الالكتروني للقانون التجاري"، منظم من طرف كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة مولود معمري مع مخبر القانون والتكنولوجيات الجديدة، يوم 23 نوفمبر 2016.
ثالثا: المواقع الالكترونية:

- وزارة التجارة السعودية، 2019/09/28، الدليل الإرشادي للمتاجر الالكترونية وفقا لنظام التجارة الالكترونية، أطلع عليه بتاريخ: 2021/05/26، على الساعة: 12:18، دليل منشور على الرابط www.mc.gov.sa

- محمد عبدو، مقال منشور بتاريخ: 2020/04/30، إجراءات هامة لتأمين المتجر الالكتروني وحماية بيانات العملاء من الاختراق والسرقة، أطلع عليه بتاريخ: 2020/06/01 على الساعة: 10:12، <https://expandcart.com/ar>

- مروة شبل وخالد بطي الشمري، الحماية القانونية للمستهلكين عبر الانترنت، أطلع عليه بتاريخ 2021/06/01، على الساعة 09:37، <https://www.balagh.com>
- أيمن قديج، الدفع الالكتروني من يحميه؟ (2009/06/09)، أطلع عليه بتاريخ 2021/06/01، على الساعة 08:20، <http://alyaseer.net>

- <https://www.satim.dz>. société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique. consulté le: 23/05/2021 à 10:44H

II. باللغة الأجنبية
أولا: باللغة الانجليزية

1. Faye Fangfei Wang, Law of Electronic Commercial Transactions, Contemporary issues in the EU, US and China, Simultaneously published in the USA and Canada, edition 2010 .

2. Alan Davidson, The Law of Electronic Commerce, Cambridge University Press, United Kingdom , edition 2009 .

الصفحة	العنوان
/	الشكر والتقدير
/	الإهداء
/	قائمة المختصرات
01	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للمحل التجاري الالكتروني	
08	المبحث الأول : مفهوم المحل التجاري الالكتروني
08	المطلب الأول : تعريف المحل التجاري الالكتروني
09	الفرع الأول : تعريف المحل التجاري وفقا للاتجاهات التقليدية
09	أولاً: التعريف الفقهي للمحل التجاري
11	ثانياً: التعريف التشريعي للمحل التجاري
13	الفرع الثاني : تعريف المحل التجاري الالكتروني وفقا للاتجاهات الحديثة
15	أولاً: التمييز بين المحل التجاري الالكتروني والمحل التجاري التقليدي
15	ثانياً: التمييز بين المحل التجاري الالكتروني واسم الموقع الالكتروني
16	المطلب الثاني: خصائص المحل التجاري الالكتروني
16	الفرع الأول: المحل التجاري الالكتروني واقع الكتروني ومجتمع افتراضي
16	أولاً: المحل التجاري واقع الكتروني
17	ثانياً: المحل التجاري الالكتروني مجتمع افتراضي
19	الفرع الثاني : المحل التجاري الالكتروني يعرض السلع والخدمات غير المادية
20	أولاً : المستهلك
21	ثانياً : البائع
21	ثالثاً : البنك
23	المبحث الثاني : الطبيعة القانونية للمحل التجاري الالكتروني
23	المطلب الأول : نظرية المجموع القانوني والواقعي

23	الفرع الأول : نظرية المجموع القانوني ونقدها
23	أولاً: نظرية المجموع القانوني
25	ثانياً: نقد نظرية المجموع القانوني
26	الفرع الثاني : نظرية المجموع الواقعي ونقدها
26	أولاً: نظرية المجموع الواقعي
28	ثانياً: نقد نظرية المجموع الواقعي
29	المطلب الثاني: نظرية الملكية المعنوية
29	الفرع الأول: نظرية الملكية المعنوية
29	أولاً: الملكية الأدبية والفكرية
30	ثانياً: الملكية الصناعية والتجارية
34	الفرع الثاني: نقد نظرية الملكية المعنوية
الفصل الثاني : مظاهر الخصوصية للمحل التجاري الالكتروني عن المحل التجاري التقليدي	
37	المبحث الأول : العناصر المكونة للمحل التجاري الالكتروني
37	المطلب الأول : العناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني
38	الفرع الأول : تعريف الاتصال بالعملاء أو الزبون الالكتروني
38	أولاً: تعريف الاتصال بالعملاء أو الزبون الالكتروني
39	ثانياً : مدى إلزامية وجود عنصر الاتصال بالعملاء
40	الفرع الثاني : اسم النطاق الالكتروني
40	أولاً : تعريف اسم النطاق الالكتروني
41	ثانياً : أنواع اسم النطاق الالكتروني
43	ثالثاً: النظريات الفقهية التي ظهرت لتحديد التكييف القانوني لاسم النطاق
44	الفرع الثالث : عقد الإيواء الالكتروني
44	أولاً : تعريف عقد الإيواء الالكتروني
44	ثانياً : خصائص عقد الإيواء الالكتروني
46	المطلب الثاني:التصرفات الواردة على العناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني

46	الفرع الأول : خصوصية عنصر المحل في رهن المحل التجاري الالكتروني
48	الفرع الثاني عدم جدوى التصرف في عقد الإيواء الالكتروني
48	أولا : عقد الإيجار التقليدي
49	ثانيا : عقد الإيجار المعلوماتي
51	المبحث الثاني : الوسائل المستخدمة في المحل التجاري الالكتروني
51	المطلب الأول : وسائل الدفع الالكتروني للمحل التجاري الالكتروني
52	الفرع الأول : وسائل الدفع الالكترونية المدعمة
52	أولا: السفتجة الالكترونية
53	ثانيا: الشيك الالكتروني
55	ثالثا: المقاصة الالكترونية
56	الفرع الثاني: وسائل الدفع المستحدثة
56	أولا: البطاقات المصرفية المحلية
58	ثانيا: البطاقات المصرفية الدولية
58	المطلب الثاني : البرامج المستخدمة للمحل التجاري الالكتروني
59	الفرع الأول: تعريف البرامج المستخدمة للمحل التجاري الالكتروني
59	أولا: التعريف الضيق لبرامج الحاسب الآلي
59	ثانيا: التعريف الموسع لبرامج الحاسب الآلي:
60	الفرع الثاني : أنواع البرامج المستخدمة في المحل التجاري الالكتروني
60	أولا : برامج عربة التسوق للمحل التجاري الالكتروني
62	ثانيا : برامج الحماية ضد الاختراق للمحل التجاري الالكتروني
65	خاتمة
68	قائمة المصادر والمراجع
79	فهرس المحتويات

ملخص الدراسة:

تعد التجارة الالكترونية من المفاهيم المنتشرة في عصرنا الحالي، حيث أخذت في التوسع باستخدامها أحدث الطرق وأكثرها تطوراً خاصة في عمليات البيع والشراء عبر الانترنت، ولمسايرة هذا التطور كان لزاماً على المشرع الجزائري تنظيم نشاط التجارة الالكترونية بإصداره قانون 05-18، والذي من خلاله تطرق للعناصر المستحدثة للمحل التجاري الالكتروني التي لم تكن موجودة في المحل التجاري التقليدي

ومع ظهور جائحة كورونا COVID 19 زادت أهمية التعامل عن بعد من خلال المحلات التجارية الالكترونية وأنظمة الدفع الالكتروني.

الكلمات المفتاحية:

التجارة الالكترونية ،المحل التجاري الالكتروني ، وسائل الدفع الالكتروني.

Study summary:

Electronic commerce is one of the concepts prevalent in our time, as it began to expand by using the latest and most advanced methods, especially in the operations of buying and selling via the Internet, and to keep pace with this development, it was necessary for the Algerian legislator to regulate the activity of electronic commerce by issuing Law 18-05, through which he touched on the elements The new one for the e-commerce store that was not present in the traditional store.

With the emergence of the COVID-19 pandemic, the importance of remote dealing through electronic shops and electronic payment systems has increased.

key words:

E-commerce, electronic shop, electronic payment methods.