وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

تطورات التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ل.م.د في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

إعداد الطالبتين:

ريحانة بن موسى

نور الهدى بن عرابي

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	المؤسسة	الصفة
د.قريشي رزيقة	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	رئيسا
د.بجاق محمد	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	مشرفا ومقررا
د.منصوري محمد العروسي	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر وعرفان

على إثر إنهائنا لهذا العمل . . . .

نشكر ونحمد الله عز وجل على توفيقه لنا وعونه في إتمام هذا البحث

كما نتوجه بالشكر والإمتنان الكبيرين للأستاذ المشرف "بحاق محمد"، الذي شرفنا بقبوله

الإشراف على إنجاز هذا البحث، ولم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته البناءة.

كما نتقدم بكل الشكر في كلمات متواضعة أتمنى أن تعبر عن معناها إلى كل من

ساعدونا من قريب أو بعيد .

كما لا ننسى أن نشكر جميع أساتذة وأسرة كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الشهيد حمه لخضر

الوادي .

الطالبتان

إهداء

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

اليوم أجني ثمار هذا العمل وأهديها إلي من قال فيهما الله عز وجل (وقل لهما قولا كريما) .

إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب . وحصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم،

ابي الغالي أطال الله في عمره .

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها ، إلى فرحة

عمري ونور عيني . . . أمي حبيبتي أمدك الله طول العمر والصحة والعافية .

إلى من تحلو الحياة بقربهم وتزهو الأيام معهم، إلى من شاركوني ظلمة الرحم شقائق الروح . . .

إخوتي ، صفاء ، محمد السعيد ، أنفال، ادام الله شملنا .

إلى رفيقة الدرب صديقتي العزيزة التي كانت بجانبي في إنجاز مذكرتي ، "بن موسي ريحانة"

إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلمي ، وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل بجهد

أو نصيحة أو دعوة في ظهر الغيب أهدي عملي المتواضع .

بن عرابي نور الهدى .

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى واهله ومن وفى اما بعد :

الحمد لله الذي وفقني في تثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية بمذكرتي هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضله تعالى مهداة الى روح والدي الغالي رحمه الله والى والدتي ادامها الله لي نورا لدربي

الى العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من اخوة واخوات الى رفيقات المشوار اللاتي قاسمنني لحظاته رعاهم الله وحفظهم:

نور الهدى ، أمال، عفاف، خلود ، سارة، هادية، شفاء ، سعيدة، مريم،

اتقدم بالشكر والاحترام لمن أشرف على هذا العمل .

راجية من الله عز وجل ان يبارك فيهم ويجازيهم

بن موسى ريحانة

لا شك اننا نعيش في عصر العولمة والازدهار والتطور التكنولوجي خاصة في مجال التجارة الالكترونية التي اصبحت تنمو بطريقة جد سريعة في الاقتصاد العالمي نظرا لأهميتها الكبيرة في تسهيل المعاملات التجارية والحصول على السلع والخدمات في أقصى سرعة ممكنة، والتجارة الالكترونية عبارة من عمليات تبادل الخدمات والمعلومات عن طريف البيع والشراء من خلال شبكات الانترنت بين البائع والمشتري على المستوى الداخلي والخارجي، الدولي والعالمي، حيث ترتكز التجارة الإلكترونية وتقوم على العديد من الصفات منها المقدرة على التعاقد وإبرام الصفقات ما بين عارض الخدمة وطالبها مع الحفاظ على المسافة ما بين كلا منهما اذا انها تتم وكلا منهما بموقعه دون الحاجة الى اجراء مقابلة او اجتماع. لقد اعتبرت جائحة كورونا ضربة قاضية للاقتصاد العالمي ككل خاصة بعد تطبيق الحجر الصحي وفرض الاغلاق الشامل على كافة المعمورة والذي ادى الى تعطل وتوقف مختلف النشاطات منها الاجتماعية والاقتصادية والتجارية ونتج عنه انهيار البورصات وتعطيل عمل الشركات خاصه الكبرى منها، هذا ما ادى الى تعقد الوضع مع استفحال وتمكن فيروس كورونا كوفيد19 من فرض سيطرته على الارضاع وتسبب في تأثر الاقتصاد العالمي وانهياره فأضطر العالم اللجوء نحو تكنولوجيات الانترنت وكافة وسائل الاتصال عن بعد وذلك للمتابعة ومواصلة حياتهم وذلك تفاديا للتجمعات وتطبيقا للبروتوكول الصحي المنصوح به. بمعنى تحول سلوك المستهلك من النمط التقليدي الى النفط الالكتروني كالاستغناء عن الاسواق التقليدية واستبدالها بالأسواق الالكترونية وللنهوض بالاقتصاد الوطني في ظل هذه الازمة العالمية نظم المشرع الجزائري قانونا خاصا بها 18-05 المتعلق التجارة الالكترونية.

أهمية الدراسة:

. جدة وحداثة موضوع تطورات التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا

. اهمية التجارة الالكترونية التي تعد احدى سمات الاقتصاد العالمي القائم على المعرفة حيث دعمها المشرع من خلال قانون رقم 18-05، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

- تسليط الضوء على دراسة تطور التجارة الالكترونية خاصة اثناء وبعد تفشي فيروس كورونا.

- ان النتائج التي سنتوصل اليها من خلال هذه الدراسة ستكون كمرجع يستفيد منه غيرنا.

أهداف الدراسة:

دراسة هذا الموضوع تهدف اساسا إلى إبراز مدى تأثر انتشار وباء كورونا على الاقتصاد الجزائري في مجال التجارة الالكترونية.

-تسليط الضوء على جائحة كورونا وأثارها على التجارة الالكترونية وتطورها في الجزائر.

- محاولة إثراء البحوث العلمية وهذا لحداثة الموضوع.

أسباب اختيار الموضوع:

- القبول الشخصي لاكتشاف أكثر في هذا الموضوع والمجال.

- الرغبة في معرفة مدى قدرة التجارة الالكترونية وامكانياتها في دعم الاقتصاد خاصتا في الحجر الصحي وتدابير الغلق الشامل.

- ارتباط الموضوع بالواقع وانعكاسه على الحياة الخاصة.

* الاشكالية: برزت التجارة الالكترونية في الآونة الاخيرة وتراجع دور التجارة التقليدية ولعل أكبر خطوة قام بها المشرع الجزائري لتنظيم المعاملات الالكترونية اصدار قانون رقم 18-05 المؤرخ في10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية والذي حدد القواعد العامة لها لضمان نزاهة كل العمليات التجارية وكانت جائحة كورونا الاسبق في تفعيل التجارة الالكترونية وتطورها.

من خلال ما سبق يمكن التوصل الى تحديد اشكالية الدراسة كالآتي:

ما مدى تطور التجارة الالكترونية في ظل انتشار جائحة كورونا؟

-المنهج المتبع:

وللإجابة على اشكالية بحثنا اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي تتطلبه طبيعة الدراسة وتفرضه اهدافها اتبعنا المنهج الوصف بوصف ابعاد جائحة فيروس كورونا على التجارة الالكترونية والمنهج التحليلي لتحليل النصوص القانونية وفهم احكامها المتعلقة بالتجارة الالكترونية وعلى سبيل الخصوص القانون 18-05 وكذا المراسيم التنفيذية الصادرة لإتخاذ الاجراءات الوقائية لمكافحة جائحة كورونا.

*** الدراسات السابقة:**

مرعي شيماء، بن طبولة شيماء، ممارسات التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون جامعة 8 ماي 1945 قالمة كلية الحقوق والعلوم السياسية حيث تناولت الباحثتان في دراستهم تسليط الضوء على ممارسات التجارة الالكترونية في

ظل جائحه كورونا وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها. بالرغم من الامتيازات التي حملها القانون 05.18 الا ان ذلك لم يساهم في زيادة المتعاملين وكذلك التجارة الالكترونية في الجزائر لاتزال في بدايتها بالرغم من التطور الهائل التي شهدته في الآونة الأخيرة في تطور الاقتصاد العالمي.

دراسة مزروقي حورية، وحيدة عائشة مباركة بعنوان "وسائل الدفع الالكترونية ودورها في رفع ايرادات البنوك التجارية" – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ادرار BADR : مذكرة ماستر تخصص اقتصاد بنكي ونقدي جامعة احمد درارية – ادرار 2018–2019 حيث تناولت الباحثتان مدى مساهمة وسائل الدفع الالكترونية في الرفع من ارادات البنوك التجارية، وقد توصلت الى مجموعة من النتائج أهمها أن وسائل الدفع الالكترونية تخفض التكاليف وتزيد من الإيرادات وهذا نتيجة للسحب الآلي للعملاء وغيره وان البنوك تتحمل تكاليف كبيرة لتنفيذ الخدمات المصرفية الالكترونية.

– دراسة داودي ابراهيم – جعيو محمد اقبال . التجارة الالكترونية ومدى تطورها في ظل جائحة كورونا دراسة حالة شركتي Amazon وAlibaba، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر اكاديمي تخصص اقتصاد دولي جامعة محمد بوضياف بالمسيلة حيث تناول الباحثان في دراستهم التجارة الالكترونية ومدى تطورها في ظل الجائحة مع دراسة شركتي Alibaba و Amazon وقد توصلوا الى مجموعة من النتائج ابرزها : تضرر الاقتصاد العالمي لجميع قطاعاته وجميع مقر مقوماته من جراء تداعيات انتشار فيروس كورونا في العالم، كما اكدت الجائحة هشاشة الانظمة التقليدية في مواجهة ومجابهة الظروف والتحديات المستقبلية التي قد تودي الى حدوث كوارث اجتماعية واقتصادية وانه ينبغي الوقوف على تطوير الاقتصاد الرقمي والاعتماد عليه أكثر.

صعوبات الدراسة:

من أبرز الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة هي:

– حداثه موضوع تطور التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا

من بينها نقص المراجع وخاصة الكتب حول التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني في ظل جائحة كورونا وكذلك ضيق الوقت مما ادى الى عدم القدرة على دراسته والتعمق في الموضع بالشكل الكافي.

* تقسيم الموضوع: ولدراسة هذا الموضوع والاجابة على الاشكالية المطروحة قمنا بتقسيم البحث الى فصلين الفصل الاول بعنوان واقع التجارة الالكترونية قبل جائحة الكورونا والذي نظم بدوره مبحثين: المبحث الاول مفهوم التجارة الالكترونية والمبحث الثاني بعنوان اعتراف المشرع الجزائري بالتجارة الالكترونية في ظل قانون 18-05

والفصل الثاني تحت عنوان: تأثير انتشار فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 على التجارة الالكترونية والذي يضم ايضا مبحثين المبحث الاول بعنوان: مدى تطور التجارة الالكترونية وتأثرها بالجائحة المبحث الثاني بعنوان تأثير جائحة كورونا على الدفع والتسويق الالكتروني.

الفصل الأول:

واقع التجارة الإلكترونية قبل جائحة كورونا.

الفصل الأول: واقع التجارة الإلكترونية قبل جائحة كورونا.

ساهم التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اتساع استخدام الإنترنت من قبل الأفراد والمؤسسات، وذلك لعديد المزايا التي تختص بها هذه الشبكة من تخفيض النفقات وسرعة الاتصال إلى استحداث أساليب جديدة من اجل القيام بالمعاملات التجارية والتي أصبحت تتم في بيئة إلكترونية عبر الإنترنت وظهر بذلك ما يسمي بالتجارة الإلكترونية.

إن انتشار فيروس كورونا كوفيد 19 أحدث العديد من المتغيرات على مختلف الأصعدة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، حيث أثر بشكل فعال على التجارة الدولية بصفة عامة والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة بسبب الإغلاق وتدابير الحجر الصحي التي اتخذتها الدول عقب إعلان منظمة الصحة العالمية أن فيروس كورونا المستجد يعتبر وباءاً عالميا وفى هذا الظرف الاستثنائي شهدت التجارة الإلكترونية تطورات عديدة في العالم وخاصة الجزائر وهذا من اجل النهوض بالركود الاقتصادي في هذا الظرف الاستثنائي.

المبحث الأول

مفهوم التجارة الإلكترونية

توضح جليا أن التجارة الإلكترونية تمثل أسلوبا غير تقليدي للوصول إلى المستهلك في كافة أنحاء العالم، فهي تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية، كما يمكن للمنشآت من خلالها يمكنها أيضا توفير التأمين والعمليات المحاسبية، كذلك يمكنها أيضا من خلالها توفير معلومات يومية للزبائن، وهي بلا شك تؤدي إلى خفض تكلفة المعاملات التجارية لأنها تلقي دور الوسطاء بين البائع والمشتري.

المطلب الأول: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية

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

المرحلة الأولي: كانت بداية التسعينات من القرن الماضي من خلال تحويل الأرصدة إلكترونيا من منظمة إلى أخرى، واعتبر هذا أولى تطبيقات التجارة، لكن هذا التطبيق لم يقتصر إلا على الشركات الضخمة بسبب تكلفته الباهظة[1].

المرحلة الثانية: والتي تطورت فيها تطبيقات التجارة الإلكترونية وعرفت نمطا جديدا يعرف بالتبادل الإلكتروني للوثائق والبيانات باستخدام الشبكات الخاصة، وهذا النظام يعتمد على برنامج خاص يقوم بتحويل نمط البيانات التي يتم إدخالها من قبل الأطراف المشتركة فيه بين الشركات الرئيسة والموردين، وهذا التبادل الإلكتروني للبيانات أدى إلى توسيع نطاق المعاملات والإجراءات وإخراجها من إطارها المالي إلى إدارة علاقات أوسع بإرسال القسائم والاستثمارات الإلكترونية، المشاركة في قواعد البيانات الموزعة وإرسال البريد الإلكتروني ووثائق الفاكس، كما أدت إلى زيادة

[1] مرعي شيماء، بن طبولة شيماء، "ممارسات التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي1945، الجزائر، سنة 2021\2022، ص7.

شركات المساهمة في هذه التطبيقات من المؤسسات المالية إلى مصانع وبائعي التجزئة والمؤسسات الخدماتية[1].

المرحلة الثالثة: وتتمثل المرحلة الثالثة في تطور تطبيقات التجارة الإلكترونية من خلال التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت. وهذه تعتبر المرحلة الراهنة من التعامل في التجارة الإلكترونية والبداية في استخدام نظام التبادل الإلكترونية للوثائق، وفي هذه المرحلة يتم تحقيق مزايا كبيرة للشركات الاقتصادية لمختلف أنواعها كتخفيض التكلفة في إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق مزايا كبيرة للشركات الاقتصادية بمختلف أنواعها كتخفيض التكلفة في إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير، كما ساعد التبادل عبر الإنترنت على فتح المجال لجميع الأسواق العالمية أو المحلية[2].

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

الفرع الثاني: تطور التجارة الإلكترونية

عرفت التجارة الإلكترونية تطورا كبيرا خاصة في الحقبة الأخيرة وتعني ببساطة وسيلة وأسلوب من أساليب التجارة الذي يعتمد على استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة (الإنترنت) والتي تسهل التراسل بين أطراف العملية التجارية دون الحاجة إلى التنقل[3].

سبق القول بأن التجارة الإلكترونية بدأت تطبيقاتها في مطلع السبعينيات مع ظهور ابتكارات جديدة مثل تحويل الوقائع الإلكترونية، ومع ذلك كانت التطبيقات حكرًا على الشركات الكبرى

[1] مرعي شيماء، بن طبولة شيماء، المرجع السابق، ص8

[2] قرفي سامية وفاضل فهمية، "التجارة الالكترونية في ظل القانون 18/05"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، الجزائر 2018\2019، ص17

[3] عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الطبعة الاولى، دار الجامعية، الإسكندرية، 2014، ص18

والمؤسسات المالية وبعض الشركات الصغيرة، ثم جاء بعدها التبادل الإلكتروني للمعطيات والذي وسع رقعة شركات المساهمة فيه.

في بداية القرن التاسع عشر، بدأ استخدام الشيكات والحوالات البريدية المصرفية ولم تكن هناك بطاقات الائتمان حتى العقد الخامس من القرن العشرين وفي سنة 1995ظهرت بطاقات ائتمان الشبكة العنكبوتية العالمية، وكان ذلك بداية التغيير والتطور في مجال التجارة الإلكترونية، حيث أن هذه الأخيرة تغير مفهومها مع مرور الوقت وخاصة في منتصف التسعينات من القرن العشرين الذي يعتبر تاريخ ميلاد مفهوم التجارة الإلكترونية، من خلال توجه كل الأعمال إلى شبكات الإنترنت، وظهرت العديد من الأنشطة التجارية الحديثة بشكل فعلي سنة 1996 بعد أن تم تطوير الشبكات والبرمجيان ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية زادت تطبيقاتها ونمت سريعا[1].

لكن تجدر الإشارة أيضا إلى أن تطور التجارة الإلكترونية مرتبط بما توفره الدولة للمؤسسات، سواء تلك التابعة للقطاع العام والقطاع الخاص، ولما توفره أيضا من بنية تحتية تخص الاتصالات والقوانين واللوائح المنظمة للتجارة الإلكترونية التي تحمي بصفة خاصة المستهلك والمورد الإلكتروني[2].

لم تعد التجارة الإلكترونية تقتصر على السلع المتطورة المصدرة والواردة فقط بل امتد نطاق تطبيقها ليشمل الخدمات المصرفية وحركه رؤوس الأموال وغيرها باعتبارها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية[3].

وعقب تكور التجارة الإلكترونية نتجت عنها ما يسمى بتجارة الويب، أي شراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت، ويكون التعامل بواسطة عن طريق خادم شبكات آمن يستخدم بروتوكول يضمن أمان الاتصالات ويتم الشراء بوضع المشتريات في عربة شراء إلكترونية ويتم الدفع إلكترونيا باستخدام بطاقة الائتمان وعند حلول سنة 2005، أصبحت التجارة الإلكترونية تجارة ثابتة القواعد في جميع أنحاء العالم نظرا لأهميتها الكبيرة[4].

---

[1] مرعي شيماء، بن طبولة شيماء، المرجع السابق، ص9

[2] بوراس بودالية، "واقع التجارة الالكترونية في الجزائر"، جامعة بلحاج شعيب، عين تيموشنت، الجزائر، مارس2021ص28

[3] فضيلة بوطورة ونوفل سمايلي، "التجارة الالكترونية بين ضرورة وفعالية الية حماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي"، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد01، المجلد9 جامعة الحاج لخضرباتنة1، الجزائر، جويلية، 2019، ص 342

[4] مرعي شيماء، بن طبولة شيماء، المرجع السابق، ص10

المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية

في الواقع لا يوجد تعريف للتجارة الإلكترونية متفق عليه عالميا ولكن اجتهد المعنيون في هذا المجال بإدراج العديد من التعريفات حول أساسيات التجارة الإلكترونية في محاولة منهم للوصول إلى تعريف عام وشامل يهدف إلى خدمة المتعاملين في هذا المجال.

الفرع الأول: التعريف القانوني للتجارة الإلكترونية

عرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية في القانون رقم 05.18 في نص المادة 6 على انه "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية"[1].

عرف المشرع التونسي التجارة الإلكترونية في الفصل الثاني من قانون المبادلات التجارة الإلكترونية في رقم83 سنة 2000 على أنها "العمليات التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية".

كما جاء قانون إمارة دبي للمعاملات التجارية الإلكترونية في القانون رقم 62 سنة 2002م في مادته الثانية بأنه: "أن التجارة الإلكترونية هي المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الإلكترونية".

وعرف المشرع الأردني التجارة الإلكترونية في المادة الثانية من قانون المعاملات الإلكترونية رقم85 لسنة 2001 على "أنها المعاملات التي تنفذ بوسائل إلكترونية".

عرف المشرع الفرنسي في قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي رقم 575-2004 في المادة 14 الفقرة الأولى إذ جاء بها "كل نشاط اقتصادي يعرض بموجبه شخصا أو يضمن عن بعد وبطريقة إلكترونية تأدية خدمة أو سلعة"[2].

أما بالنسبة لجمهورية مصر العربية فقد عرف مشروع قانون التجارة الإلكترونية في مادته الأولى الخاصة بالتعريفات التجارة الإلكترونية بأنها "تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيط إلكتروني أي معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية"[3].

---

[1] القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر، عدد 28، 16 ماي 2018.

[2] رباحي احمد، الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية العدد10، جوان، 2013، ص98.

[3] بهولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل التشريع الجزائري، اطروحة دكتوراه، جامعة مولود مهري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2017، ص33.

أما القانون الأمريكي فقد عرف التجارة الإلكترونية على أنها "تلك التقنية التي تسهل الصفقات التجارية عن طريق الحاسوب"[1].

أما المشرع الإيطالي فقد عرفها في المادة 9 من المرسوم 99/185 الصادر في 1999/11/12 بقوله: "المبادلات الإلكترونية هي تبادل السلع والخدمات عن بعد أي باستعمال وسيلة إلكترونية"[2].

الفرع الثاني: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية

لقد قدم الفقه مجموعة من التعريفات للتجارة الإلكترونية حيث ذهب الجانب منهم إلى تعريف التجارة الإلكترونية على أنها "كافة الأنشطة التجارية للمنتجات والخدمات التي تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات وعبر شبكة اتصال دولية أو باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات لتنفيذ العمليات التجارية سواء تمت بين الأفراد أو بين الأفراد والهيئات سواء تمت على المستوى المحلي أو الدولي"[3].

واكتفى جانب آخر بتعريف على أنها كل معاملة تجارية تتم باستخدام وسيلة إلكترونية، وذلك حتى أمام العقد أو استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد روابط فعالة يبين الشركاء "وتعرف أيضا أنها تقنية وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت"[4].

أيضا من التعاريف التي تطرقت لتعريف التجارة الإلكترونية من جانبها الفقهي أنها "تلك التجارة التي تشمل على أنواع ثلاث مختلفة من الصفقات وهي تقديم خدمات الإنترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية، واستخدام الإنترنت كفاءة لتوزيع الخدمات عن طريق يتم شراء السلع عبر الشبكة ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني، ولكن هذا التعريف يمثل توسعا في مفهوم التجارة الإلكترونية لأننا لو طبقنا المعايير التي على أساسها يمكن تعريف العمل التجاري، سنجد أنها لا

---

[1] بهلولي فاتح، مرجع سابق ص 98

[2] زينة وادفل، النظام القانوني للتجارة الالكترونية، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2014.2015، ص14

[3] رباحي احمد، مرجع سابق ص98

[4] لشهب حورية، النظام القانوني للتجارة الاكترونية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد23، 2011، ص28

تخرج عم معايير أربعة هي معيار للمضاربة أو قصد الربح أو معيار التداول معيار المقاولة والحرفة التجارية وهذا التعريف يخرج في أجزاء منه على هذه المعايير[1].

الفرع الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص يمكن إبرازها فيما يلي:

1- الطابع العالمي في التجارة الإلكترونية:

إن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الإنترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجارة على الإنترنت يمكن صاحب الشركة حتى لو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الإنترنت عبر العالم كله، لكن ما يعيب هذه الخاصية انه في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط، أي السلع غير المادية فانه يصعب فرض الضرائب الجمركية عليها.

2- الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية:

إن الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات سواء كانت هذه المؤسسات كبيرة أو صغيرة أصبحت في التجارة الإلكترونية أقل وضوحا وحدة، فاصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقتين التقليدية أو بطريقة إلكترونية مباشرة على الإنترنت مثل الموسيقى والأقراص المدمجة وأفلام الفيديو والأقراص التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو المعلومات أو الدروس ... الخ وهذا ما يخلق صعوبة فرض الضريبة على المنتج إذا ما كان سلعة أو خدمة هذه الخاصة تلزم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسي لمواجهة التقارير التي تفرضها ممارسة التجارة الإلكترونية[2].

3- غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الإلكترونية:

إتمام صفقة تجارية كاملة بدءًا من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونيا من دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق (في حالة السلع القابلة للترقيم) وهذا ما يدعم هذه التجارة الإلكترونية هو خلق مجتمع اللاورقية.

---

[1] مصطفى هنشور وسمية، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري المقارن، اطروحة دكتوراه جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016.2017 ص38

[2] صراع كريمة، واقع التجارة الاكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وادارة الاعمال، جامعة وهران الجزائر،2014، ص20

ومن هنا تظهر مشاكل في إثبات التعاملات والعقود وتوثيق الحقوق والالتزامات وإثبات صحة التوقعات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، لذلك شرعت منظمات دولية وحكومات متعدد في وضع قانون خاصة بالتجارة الإلكترونية يصيغ الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية والعقود الإلكترونية والتوقعات الإلكترونية والوفاء بالعقود الإلكترونية[1].

4- التطور السريع:

نظرا لارتباطهما الوثيق بالتكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات التي تعرف دوما تطورات متسارعة فان التجارة الإلكترونية تتسم بالتغير السريع والمستمر الذي يؤدي إلى عدم استقرار النظم والقواعد التي تخضع لها مما يتطلب تحديثاتها بصفة مستمرة[2].

5- التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين:

من الممكن أن تجري عملية تجارية على الإنترنت بين طرفين لا يعرف أحدهما الآخر، حيث لا يرى أي منهما الظرف الآخر، وقد لا يملك أحدهما معلومات كافية عن الشخص الذي يتعامل معه، بما في ذلك موطنه أو المكان الذي يجري منه الاتصال كذلك قد يقدم الطرف الأخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائما طريقة ميسورة للتأكيد من هذه المعلومات ومن ذلك التعامل ببطاقة ائتمان مسروقة أو الوعد يفقد ضمانات أو خدمات ما بعد البيع دون ضمان حقيقي بان يلتزم البائع بذلك أو ادعاء صفة "بنك" وتجمع الأموال تحت الإغراء والوعد بعائد كبير دون وجود وسائل سهلة أو غير مكلفة يمكن أن يلجأ إليها المشتري للحصول على حقة[3].

---

[1] صراع كريمة، مرجع سابق، ص20

[2] د، محرم الحداد واخرون، نحو الاستراتجية للاستفادة من التجارة الالكترونية في مصر، معهد التخطيط القومي، مصر، 2002 ص28

[3] ابراهيم العيساوي، التجارة الاكترونية، المكتبة الاكادمية، مصر،2003ص33

المبحث الثاني

اعتراف المشرع الجزائري بالتجارة الإلكترونية في ظل القانون 05.18

أمام التحديات التي أفرزتها التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصالات كان لا بد الحكومات الدولية وهيئاتها التشريعية على الخصوص العمل على إرساء بيئة قانونية وتشريعية، ورفع استراتيجيات واضحة للتعامل مع هذا الموضوع، وقد سعى المشرع الجزائري في هذا الإطار إلى إيجاد نظام قانوني قادر على التعامل مع هذه المتغيرات، وتمثلت البنية الأساسية في القانون رقم 05.18 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: التزامات أطراف التجارة الإلكترونية

سنتناول في هذا المطلب التزامات أطراف التجارة الإلكترونية المقسمة إلى فرعين حيث سندرس في (الفرع الأول) التزامات المورد في حين سندرس التزامات المستهلك في (الفرع الثاني)

الفرع الأول: التزامات المورد الإلكتروني

سنتطرق فيما يلي إلى تعريف المورد الإلكتروني وثم ذكر اهم التزاماته:

أولا–تعريف المورد الإلكتروني: يعرف المورد الإلكتروني في نص المادة 6 من قانون التجارة الإلكترونية 18–05 على انه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية"[1].

وبالتالي يعتبر طرفا في عقد الاستهلاك الإلكتروني ويقع على عاتقه مجموعة من الالتزامان المتعلقة بالتعاقد والتي تهدف إلى حسن تنفيذ العقد في كل مراحله.[2]

1–الالتزام بحسن تنفيذ الالتزام:

وفق القواعد العامة نص المشرع الجزائري على أن التزام المتعاقد بتسليم السلعة في العقود العادية طبقا للمادة 167 من القانون المدني الجزائري الذي ينص على أن "الالتزام بنقل حق عيني يتضمن الالتزام بتسليم الشيء والمحافظة عليه حتى التسليم" وهذه المادة تطبق على جميع العقود الناقلة لحق عيني ومثال ذلك عقد البائع هو يتحمل تبعية الهلاك الذى قد يحدث قبل

---

[1] المادة 6 من القانون 18–05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية المؤرخ في 10 ماي 2018، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 28 الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

[2] قالية فيروز، التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18/05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية مجلة القانون والمجتمع، العدد 02 المجلد 08، جامعة احمد دراية، أدرار، الجزائر، 2020، ص389.

التسليم لان الالتزام بالتسليم هو التزام بتحقيق نتيجة ليس الالتزام ببذل عناية كما نصت المادة 364 من القانون المدني الجزائري على انه يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت البيع[1].

وللالتزام بالتسليم ثلاثة أركان وهي: تسليم المبيع –زمان التسليم –مكان التسليم.

-تسليم المبيع:

وفقا للقواعد العامة فإن التسليم يتم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري وفى البيع عبر الإنترنت يفرق بين نوع السلعة ماديا أم خدماتيًا، فالخدمة يمكن الحصول عليها مباشرة عن طريق الإنترنت[2]. ويستطيع متلقي الخدمة نقلها مباشرة إلى برنامجه الخاص والاستفادة منها أما إذا تعلق الأمر بسلعة فإن التسليم يتم بالطريقة العادية، وذلك بإرسال السلعة إلى العنوان الخاص بالمستهلك سواء داخل الدولة أو خارجها، ويلتزم البائع بالسليم المطابق، أي المطابقة وفقا لما تم الاتفاق عليه، ففي حالة عدم المطابقة يكون البائع مخلا بالتزاماته وهو ما نصت عليه اتفاقية فيينا في المادة 35/1 بأنه على البائع أن يسلم بضائع تكون من حيث كميتها وصفتها أو أوصافها وكيفية تغليفها أو تعبئتها مطابقة لما يشترطه العقد[3].

-زمان التسليم:

يتم التسليم في الموعد المحدد في العقد فاذا لم يحدد وقت لذلك وجب إتمامه فور إنشاء العقد هذا مع مراعاة المواعيد التي تستلزم صيغة المحل أو يقضيها العرف.

ويلاحظ انه إذا وجب تصدير الشيء تستلزم صيغة المحل أو يفضيها العرف. ويلاحظ أنه اذا وجب تصدير شيء للعميل فلا يتم التسليم إلا إذا وصل إليه، مالم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك، وينبغي التذكير أن الالتزام بالتسليم يتمثل في تحقيق نتيجة، وبالتالي فإن عدم تحققها يكفي لإثبات خطأ المدين به، ولا يكون أمامه للتخلص من المسؤولية سوى محاولة إثبات السبب

---

[1] عبد اللطيف الزاوي، التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2021_2022ص43

[2] المرجع نفسه، ص44

[3] زينة وادفل، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2014_2015، ص56

الأجنبي "قوة قاهرة أو خطأ الغير أو خطأ الدائن فقد يرفض الأخير الاستلام تحت وجود عيب أو عدم مطابقة الشيء للمواصفات، وقد يرفض بدون وجه حق أو يطلب (التعديل) أو الاستبدال[1].

-مكان التسليم:

تنص القواعد العامة في ما يخص مكان الالتزام بالتسليم على أن يكون في المكان الذى تم الاتفاق عليه والمحدد في هذا العقد، وهذا عملا بمبدأ سلطان الإرادة، غير أنه في حالة غياب هذا الاتفاق يتم تحديده بحسب ما يقضيه العرف أو طبيعة المبيع، بالرجوع إلى البيع الإلكتروني فلقد تم إسناد هذا الموضوع فيه كذلك إلى القواعد العامة، وإن تحديد مكان تسليم المبيع ليس من القواعد الآمرة وبالتالي يجوز الاتفاق على مخالفته، لذا إذا اتفق الطرفان على تحديد مكان معين للتسليم وجب على البائع الالتزام بذلك المكان أي وجود تصدير المبيع للمشترى في المكان المحدد وانه لا يتم التسليم إلا إذا وصل إليه، ومكان الوصول يعد مكان التسليم[2].

ثانيًا: التزام المورد بضمان العيوب الخفية

لم يعرف المشرع الجزائري العيب الخفي الذي اكتفى بذكره دون تحديد مفهومه لذلك اهتم الفقه بتعريفه.

يعتبر التزام البائع بضمان العيب الخفي من اهم الالتزامات في عقد البيع، وذلك نتيجة تأثر الأحكام التقليدية لهذا الضمان بقواعد حماية المستهلك اتجاه البائع المنتج أو المورد، وفي العقود الإلكترونية يقع هذا الالتزام على عاتق المورد الإلكتروني كونه بائعًا. وذلك بهدف حماية المستهلك الإلكتروني من العيوب التي قد توجد في المبيع.

نصت المادة 379 من القانون المدني، في أن البائع يتحمل مسؤولية المبيع الذي يكون به عيب يجعله لا يحقق الاستعمال العادي، كما يشترط حسب المادة أن يكون جسيما وخفيًا من المشتري وقت التعاقد، أي لا يلتزم البائع بضمان العيب الذي كان مرئيا للمستهلك وقت التعاقد[3].

---

[1] محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية دار الجامعة الجديد، 2007، ص83

[2] عبد اللطيف الزاوي، مرجع سابق، ص45

[3] الصادق، بالعبيدي رافع، التزامات المورد الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 مخبر القانون والتنمية المحلية، جامعة ادرار، الجزائر، سبتمبر 2020، ص305

أما بالرجوع إلى المادة 23 من قانون رقم05.18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي تنص على ما يلي: يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض مطابق للطلبية أوفى حالة ما إذا كان المنتوج معيناً[1].

وعليه فإذا تحققت الشروط السابقة بالنسبة لضمان العيوب الخفية وجب على البائع الضمان كما وجب على المشتري الحفاظ على حقه في الرجوع على البائع بالضمان، أن يرفع دعوى الضمان.

الفرع الثاني: التزامات المستهلك الإلكتروني

سنتطرق فيما يلي إلى تعريف المستهلك الإلكتروني وتم ذكر أهم التزاماته.

الالتزام بتسلم المبيع:

بعد التزام المشترى بالتسلم مقابلاً لالتزام البائع بالتسليم، والتسلم هو العملية المتممة للتسليم ويتم تسلم المبيع بالاستيلاء عليه فعلًا استلاء ماديا، وهذا بالطبع عندما يكون محل البيع سلع مادية بضائع "إما تسلم الخدمات فيتم بوصول الخدمة إلى المستهلك سواء كانت عن طريق مكالمة تلفونية أو فاكس أو رسالة الكرتونية وتختلف طريقة التسلم بحيازته بعد أن يخليه البائع والحصول على مفاتيح العقار وإذا كان منقولاً فيكون ذلك بتسليمه للمستهلك، وتسليم الأوراق المالية يكون بقبضها أو بإيداع البائع في حساب المستهلك في أحد البنوك[2].

الالتزام بتوقيع وصل الاستلام:

نصت المادة 17 من القانون 05.18 سالف الذكر على أنه: يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك الإلكتروني توقيع وصل الاستلام عند التسليم الفعلي للمنتوج أو تأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني[3].

لا يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يرفض توقيع وصل الاستلام.

---

[1] المادة 23 من القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 8.

[2] عبد اللطيف الزاوي، مرجع سابق، ص 46، بتصرف.

[3] المادة 17 من القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

تسلم نسخة من وصل الاستلام وجوبا للمستهلك الإلكتروني عند استلام المنتج أو تأدية الخدمة وتوقيع وصل الاستلام ولاحق له أن يرفض ذلك كما أنها تسلم نسخة منه إلى المستهلك الإلكتروني[1].

1- تعريف المستهلك الإلكتروني:

المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري: عرفت المادة 06 من قانون التجارة الإلكترونية 18-05 المستهلك الإلكتروني بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعه عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد بغرض الاستخدام النهائي"[2].

ما يمكن قوله أن من هذا التعريف أن المشرع اخذ بالتعريف الموسع للمستهلك بحيث اقحم في تعريفه اشخص المعنوي بإمكانه أن يقتني سلعة خدمات لصالحه شأنه شأن الشخص الطبيعي بغرض الاستخدام النهائي[3].

2- الالتزام بالوفاء الإلكتروني:

نجد أن المشرع الجزائري لم يتعرض إلى وضع نظام خاص بالوفاء الإلكتروني ولم يتضمن قانون رقم 05.18 تعريف للوفاء الإلكتروني وإنما اكتفى بذكر الأساليب التي يتم بها الدفع الإلكتروني في المادة 27 من الفصل السادس المتعلق بالدفع في المعاملات الإلكترونية والتي نصت على أنه "يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتوج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به"[4].

ويلتزم المستهلك بدفع الثمن المتفق عليه عن طريق وسائل الدفع الإلكترونية المستحدثة في المعاملات الإلكترونية والتي أهمها:

- الدفع عن طريف التحويلات المالية الإلكترونية
- الشيكات الإلكترونية
- النقود الإلكترونية

---

[1] مرعي شيماء، بن طبولة شيماء، مرجع سابق، ص 54.

[2] المادة 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[3] زاري رفيق، باقسام مريم وطهراوي حسان، الضمانات القانونية للمستهلك في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 2، المجلد7، جامعة سوق أهراس، الجزائر، جوان2020، ص1019

[4] عبدو بولعراس، بلغيت عمارة، إلتزامات المستهلك في العقد الإلكتروني، المجلة الأكادمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد الأول، المجلد السابع جامعة باجي مختار عنابة 2023، ص894

- الأوراق التجارية الإلكترونية
- البطاقات البنكية الائتمانية وغير الائتمانية

كما نجد المشرع الجزائري نص على دفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني لمجرد إبرامه من خلال المادة 16 من القانون 05.18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية[1].

المطلب الثاني: جرائم وعقوبات التجارة الإلكترونية

يعتبر الحق في الإعلام من أهم الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك في التعاملات التجارية الإلكترونية، حيث ألزم قانون التجارة الإلكترونية المورد الإلكتروني بإحاطة المستهلك بجميع البيانات سواء الخاصة بالموصفات السلع أو الخدمة أو الأسعار، أو شروط البيع وكيفيات التسليم إلى غير ذلك، حتى أن المشرع ذهب إلى أبعد من ذلك إذ قام بتحديد مراحل التعاقد بدقة وضرورة احترامها حتى يتحقق إعلام كاف لمستهلك قبل إبرام العقد الإلكتروني[2].

ومتى أخل المورد الإلكتروني بهذه الالتزامات فإن المشرع أورد لها عقوبة جزائية في المادة 39 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية[3]، بذلك سنتحدث عن صور التجريم الواقعة على حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام والعقوبات المقررة لها.

الفرع الأول: جريمة مخالفات التجارة الالكترونية

أولا–جريمة مخالفة متطلبات العرض التجاري الإلكتروني:

يشترط المشرع أن تكون المعاملات التجارية الإلكترونية مسبوقة بعرض تجاري إلكتروني حتى يحقق غرض الإعلام[4]، كما حدد التزامات المورد الإلكتروني التي يجب احترامها وذلك في نص المادة 11 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ومتى تم مخالفتها فهذا يعتبر

---

[1] مرعي شيماء، بن طبول شيماء، مرجع سابق، ص54

[2] حسين جفالي، مداخلة حول الحماية الجنائية لحق المستهلك في الإعلام في التشريع الجزائري، ملتقى وطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 08 ماي1945 قالمة، يوم2018/10/8 ص137.

[3] انظر نص المادة 39 من القانون05/18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[4] أنظر نص المادة10 من القانون05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية "يجب ن يكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبوقة بعرض تجاري إلكتروني ...".

اعتداء على حق المستهلك الإلكتروني في الإعلام، لذلك ينبغي دراسة أركان هذه الجريمة من خلال:

أ. الركن المادي لجريمة متطلبات العرض التجاري الإلكتروني:

باستقراء نصي المادتين 39 و11 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، فإن جريمة مخالفة النظام القانوني للعرض التجاري الإلكتروني من الجرائم الشكلية، أي التي تقوم على مجرد إتيان السلوك الإجرامي ولها صور تختلف على حسب الالتزامات الملقاة لهذا ستوضحها فيما يلي:

- إغفال أحد البيانات الإلزامية التي يطلبها القانون في العرض القانوني: يتحقق السلوك الإجرامي بمجرد امتناع عن ذكر المعلومات المتطلبة في نص مادة 11 وان كانت على سبيل المثال، كأن لا يذكر خصائص وأسعار البيع أو آجال التسليم.

- مخالفة شروط العرض التجاري الإلكتروني: من خلال استقراء نص المادة 11 يتضح أن المشرع ربط التزام المورد الإلكتروني بالعرض التجاري الإلكتروني بشروط تتمثل في أن بطريقة مرئية ومفهومة ومقروءة.

وعليه فإن خالف المورد الإلكتروني هذه الالتزامات سواء المتعلقة بالبيانات أو شروط العرض التجاري الإلكتروني، فإن الجريمة تقوم حسب نص مادة 39 من نفس القانون.

ب. الركن المعنوي لجريمة مخالفة متطلبات العرض التجاري الإلكتروني:

تعد جريمة مخالفة النظام القانوني للعرض التجاري الإلكتروني من الجرائم الشكلية التي لا تتطلب قيام الركن المعنوي بل يكفي مجرد توفر إهمال بسيط أو عدم الحيطة التي تترتب عن عدم احترام شروط العرض التجاري الإلكتروني[1].

ت. عقوبة مخالفة متطلبات العرض التجاري الإلكتروني:

لقد عاقب المشرع على هذه الجريمة في نص المادة 39 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن يعاقب كل مورد إلكتروني يخالف أحكام نص المادة 11 بغرامة مالية تتراوح بين 50.000 إلى 500.000 دج، كما يجوز للجهات القضائية المختصة إصدار أمر تعليق نفاذه إلى منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز 6 أشهر.

[1] حسين جفالي، مرجع سابق، ص138.

ثانيا-جريمة مخالفة مراحل التعاقد التجاري الإلكتروني:

إن إعلام المستهلك الإلكتروني لا يتوقف عن المواصفات الأساسية والتفصيلية بل يتعدى إلى تحديد مراحل تعاقد بدقة وضرورة احترامها حتى يتحقق إعلام كافي للمستهلك قبل إبرام العقد الإلكتروني، وهذا ما استحدثه المشرع في نص المادة 12 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وفي حالة مخالفة يترتب عنه قيام هذه الجريمة، لذلك لابد من دراسة أركانها.

أ. الركن المادي لجريمة مخالفة مراحل التعاقد الإلكتروني:

حسب نصوص مواد 12 و39 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فإن تصور الاعتداءات المكونة للركن المادي لهذه الجريمة تتمثل في مخالفة المورد الإلكتروني لمراحل التعاقد، وتتمثل صور السلوك الإجرامي في:

عدم وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني:

طالما أن العقد الإلكتروني لا يخول للمستهلك الإلكتروني إمكانية معاينة المنتوج أو تجربته كما في عقود التجارة التقليدية، لذلك اعتبر المشرع أن العرض في مواقع التجارية الإلكترونية غير كافي لإعلام المستهلك حتى يتم إبرام العقود الإلكترونية، لهذا اشترط أن يضع في حوزته شروط للتعاقد كخطوة أولى قبل إبرام العقد، والهدف من ذلك تمكين المستهلك الإلكتروني من التعاقد عبر وسائل إلكترونية بعلم ودراية تامة بكل الشروط التعاقدية[1].

عدم تمكين المستهلك من مراجعة الطلبية ألزم المشرع المورد الإلكتروني قبل إبرام العقد أن يمكن المستهلك من تحقق من تفاصيل الطلبية خاصة فيما يتعلق منها بماهية المنتوجات أو الخدمات وحتى السعر الإجمالي والكميات المطلوبة حتى أن له صلاحية التعديل أو إلغاء أو تصحيح الأخطاء المحتملة، والهدف من هذا أن المشرع أراد القضاء على ظاهرة شائعة برفض بعض المهنيين تسليم نماذج عقود المستهلكين إلا بعد التوقيع عليها بما يفيد التعاقد، لهذا جعل التسليم نماذج قبل إبرام العقد الإلزامي ومتى امتنع المورد الإلكتروني عن تمكين المستهلك من مراجعة الطلبية فإن يؤدي إلى قيام الجريمة. عدم تمكين المستهلك من تأكيد الطلبية على المورد

[1] ايمان بوقصة، مداخلة حول حماية جناية لحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام في التشريع الجزائري، ملتقى وطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة8 ماي 1945 قالمة، يوم2018/10/8، ص623

الإلكتروني إعلام المستهلك الإلكتروني بطريقة تأكيد الطلبية، وإذا لم يمكنه من ذلك تقوم هذه الجريمة[1].

ب. الركن المعنوي لجريمة مخالفة مراحل التعاقد الإلكتروني:

هذه الجرائم من الجرائم الشكلية التي لا تتطلب قيام الركن المعنوي بل يكفي مجرد توفر إهمال بسيط أو عدم الحيطة التي تترتب عن عدم احترام مراحل التعاقد[2].

عقوبة مخالفة مراحل التعاقد الإلكتروني:

نص المشرع في نص المادة 39 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على عقوبة الغرامة تتراوح بين 50.000 إلى500.000 دج، كما منح للجهات القضائية إمكانية منعه من الولوج في منصات الدفع الإلكتروني لمدة 6 أشهر.

كما أجاز المشرع إجراء المصالحة في الجرائم الماسة بشفافية الممارسات التجارية الإلكترونية، وذلك في نص المادة 45 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث أن القاعدة العامة في تحديد غرامة الصلح هيا الحد الأدنى لعقوبة الغرامة المقررة لجريمة، وهو ما نصت عليه نص المادة 46 من نفس القانون، وعليه فإن غرامة الصلح في جريمة مخالفة مراحل التعاقد الإلكتروني تساوي 50.000 دج.

ثالثا–الجرائم الماسة بالفاتورة التجارية الإلكترونية:

الفاتورة تمثل وسيلة ضمان لمبدأ شفافية الممارسات التجارية سواء التقليدية أو الإلكترونية، أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تلزم المورد الإلكتروني لذا فأي عملية بيع بإعداد فاتورة في شكلها القانوني وتسليمها إلى المستهلك الإلكتروني، كما منح للمستهلك الإلكتروني إمكانية طلبها وراقيا[3].

ومتى تم مخالفة هذا الالتزام الذي تتعدد صوره جرائم يعاقب عليها قانونا وهذه الصور تتمثل فيما يلي:

[1] جفالي حسين، مرجع سابق، ص11

[2] ايمان بوقصة، مرجع سابق، ص625

[3] أنظر المادة 20 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

1. جريمة عدم الفوترة الإلكترونية:

نجد أن المشرع الجزائري لم أدرج قانون خاص بالتجارة الإلكترونية استحدث الفاتورة الإلكترونية بموجب نص المادة 20 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حيث تنص على "يترتب على كل بيع للمنتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني، تسلم للمستهلك الإلكتروني؛ يجب أن تعد الفاتورة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما. يمكن أن يطلب المستهلك الإلكتروني الفاتورة في شكلها الورقي.

وفي حالة المخالفة فقد نصت المادة 44 من نفس القانون، حيث أحالتنا إلى قانون 04/02 مؤرخ في 23/06/2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وذلك في نص المادة، 33، ومن خلال هذه الأخيرة سنتطرق إلى أركان جريمة عدم الفوترة الإلكترونية على النحو الآتي:

أ. الركن المادي لجريمة عدم الفوترة الإلكترونية:

يعتبر المورد الإلكتروني مرتكب جريمة الفوترة في حالة إخلاله بأحكام المادة 20 حيث ألزمته بإعداد فاتورة على أن تسلم للمستهلك الإلكتروني، حتى أن بإمكان هذا الأخير أن يطلبها في شكل ورقي[1].

ومتى خالف أحكام نص المادة 20 فإن نص المادة 44 تحيلنا إلى قانون الممارسات التجارية حيث أن هذا الأخير أورد في نص المادة 33 على جريمة عدم الفوترة متى أخل المورد بأحكام المواد 11 و10 و13 من قانون 04/02 المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم وبغرامة مالية بنسبة 80% من المبلغ الإجمالي مع احتساب الرسوم مهما كانت قيمة.

[1] منيرة بن جدو، مداخلة حول جريمة عدم الفوترة على ضوء القانون05/18 يتعل بالتجارة الإلكترونية، ملتقى وطني حول الإطار القانوي لممارسة التجارة القانونية، كلية الحقو والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة8ماي1945 قالمة، يوم2018/10/8، ص606.

كذلك تعتبر عدم الفوترة في حال استعمال وصل التسليم دون ترخيص من الإدارة المكلفة بالتجارة وعدم ذكر بعض البيانات طبقا لنص للمادة 34 من القانون 04/02 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم[1].

ب. الركن المعنوي لجريمة عدم الفوترة الإلكترونية:

نجد أن الركن المعنوي لا يشترط توفره بحيث يكفي توفر السلوك المادي للمجرم، فالجريمة تتوفر إما بارتكاب الخطأ العمدي في صورة سوء نية أو ارتكابه فعلا بصفة غير عمدية لمجرد إهمال بسيط أو عدم الحيطة[2].

ت. العقوبة المقررة لجريمة عدم الفوترة الإلكترونية:

حسب نص المادة 33 من قانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم على أن العقوبات المقررة لجرائم الاقتصادية هي عقوبات مالية وهذا ما أكدته جريمة عدم الفوترة الإلكترونية.

2. جريمة عدم مطابقة الفاتورة الإلكترونية للقوانين والأنظمة:

تقوم هذه الجريمة بمجرد تخلف البيانات الإلزامية الواردة في المرسوم التنفيذي رقم 05/468 مؤرخ في 10/12/2005، يحدد شروط تحديد الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك[3]، ويعاقب عليها بغرامة حددها نص المادة 34 تتراوح من 10.000 إلى 50.000 دج.

أ. جريمة تحرير فواتير المزيفة أو الوهمية:

طبقا لنص للمادة 37 فإن فواتير وهمية هي كل فاتورة حررت من طرف مورد الإلكتروني لفائدة مورد الإلكتروني آخر وهمي لا وجود له ضمن قائمة المتعاملين الإلكترونيين المسجلين بالسجل التجاري وهي فواتير مزيفة لا تعكس المعاملة الإلكترونية المبرمة لغرض التظليل[4].

---

[1] حنان مسكين، الحاج بن احمد، التزام العون الاقتصادي بالقانون كوسيلة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 12، العدد 2، 2020، ص596.

[2] منيرة بن جدو، مرجع سابق، ص605

[3] المادة 33 من قانون 02/04 المتعلق بممارسات التجارية المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 80، الصادرة في 2005/12/11.

[4] حنان مسكين، الحاج بن احمد، مرجع سابق، ص601

وقد رتب المشرع على إعداد الفواتير المزورة أو فواتير المجاملة تطبيق غرامة جبائية تساوي 50% من قيمته.

ب. عقوبة عدم تطبيق الفاتورة للمراقبة:

زيادة على الالتزام بتحرير الفاتورة مطابقة والالتزام بطلب فاتورة مطابقة، هناك الالتزام بتقديمها للموظفين الذين يقومون بالتحقيقات ومعاينة المخالفات (مادة 13 من قانون 04/02) مهما كانت صفة العون الاقتصادي بائعا أو مشتريا واستثناها إذا كان هناك مبرر شرعي تمهله الإدارة المعنية وتحدد له أجلا ليقدم فاتورته، أي أن حتى ولو كانت فاتورة مطابقة وتمكن المشتري منها، إلا أن لم يقدمها وفقا للمادة 13 فإن يعتبر مخالفة معاقب عليها بالمادة 33[1].

الفرع الثاني: الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في التجارة الالكترونية

أولا-الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني من المعاملات التجارية غير شرعية:

لقد أورد المشرع الجزائري هذه الجريمة وحدد صورها في نصوص المواد 37 و38 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، والتي تمنع كل عرض للبيع أو البيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتوجات أو الخدمات المنصوص عليها في نص المادة 03 من نفس القانون. كما تمنع كل معاملة في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة، وحتى المنتوجات أو الخدمات الأخرى التي قد تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي[2].

ومن خلال ما تبين لابد من دراسة أركان هذه الجريمة (أولا)، ثم العقوبة المقررة لهذه الجريمة (ثانيا).

1-أركان جريمة المعاملات التجارية الإلكترونية غير شرعية:

مثلها مثل باقية الجرائم تتطلب لقيامها الركن المادي والمعنوي وهي كالاتي:

أ-الركن المادي لجريمة المعاملات التجارية الإلكترونية غير شرعية:

يتحقق الركن المادي سواء لعرض البيع أو البيع عبر الاتصالات الإلكترونية، وتتمثل تلك الصور التي تؤدي لقيام السلوك الإجرامي في:

- ✓ المنتوجات والخدمات المنصوص عليها في المادة 03 من قانون 18-05، وهي:

[1] حنان مسكين، الحاج بن احمد، مرجع سابق، ص602

[2] انظر نصوص المواد 37 و38 و5 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

- لعب القمار والرهان والمناصيب
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.
- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به.
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.

✓ المنتوجات والخدمات المنصوص عليها في المادة 05 من قانون 18/05، وهي:

العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، المنتوجات أو الخدمات الأخرى التي تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.

✓ كما يمنع أيضا بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذا كانت موجهة للتحويل وهذا ما نصت عليه المادة 20 من القانون رقم 04/02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

ب-الركن المعنوي لجريمة المعاملات التجارية الإلكترونية غير الشرعية:

تعتبر من الجرائم العمدية أي يتوفر فيها القصد الجنائي العام، بحيث يكون الجاني على علم بأن القانون يمنع عرض بيع أو بيع هذه السلع أو تأدية الخدمات والتي جاءت على سبيل الحصر إلا أن الجاني يقوم بذلك بإرادته[1].

2-العقوبة المقررة لجريمة المعاملات التجارية الإلكترونية غير شرعية:

بالرجوع إلى قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، نجد أن المشرع أقر جرائم وعقوبات حسب طبيعة السلع والخدمات عقوبات مالية وهي كما يلي:

- يقرر نص المادة 37 من قانون أعلاه العقوبة بالنسبة لكل من يعرض للبيع أو البيع عن طريق الاتصال الإلكتروني المنتوجات أو الخدمات المنصوص عليها في المادة 03 من نفس القانون بغرامة من 200.000. دج إلى 1.000.000 دج.

- كما يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح من شهر إلى ستة أشهر، يقرر نص المادة 38 من نفس القانون العقوبة بالنسبة للمنتوجات أو الخدمات.

[1] كمال بلارو، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة البحوث في العقود، جامعة الأخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، العدد 07، 2019، ص83.

- كما يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري[1]، تمس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام وأمن الوطن وحتى من العتاد والتجهيزات والمنتوج هي غرامة من 500.000دج إلى 2.000.000 دج.

وبالرجوع إلى نص المادة 35 من قانون 04/02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، يعاقب على مخالفة المادة 20 من ذات القانون بغرامة من 100.000 إلى 3.000.000 دج.

- يمكن تسليط عقوبات أخرى وذلك بحجز البضائع موضوع المخالفات والعتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها وهذا ما نصت عليه المادة 39 من قانون 04/02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم[2].

ثانيا-الحماية الجنائية للمستهلك من خلال الإشهار التجاري الإلكتروني:

بتنظيم قانون التجارة الإلكترونية أصبح للإشهار الإلكتروني تنظيم خاص به حيث نص على مجموعة من الالتزامات الملقاة على المورد الإلكتروني حسب نصوص المواد من 30 إلى 34 قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ومخالفة هذه الالتزامات بعد إشهارا غير مشروع بموجب نص المادة 40 التي نصت .... يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30 و31 و31 و34 من هذا القانون"، حيث نجد أن هناك ماله علاقة بمخالفة شروط الإشهار التجاري الإلكتروني، وأخرى لها صلة بمخالفة الإشهارات غير المرغوب فيها من قبل المستهلك الإلكتروني، لهذا ستحاول تحيد جريمة مخالفة شروط الإشهار التجاري الإلكتروني (أولا)، ثم جريمة الإشهار غير مرغوب فيه من قبل المستهلك الإلكتروني (ثانيا).

1-جريمة مخالفة شروط الإشهار التجاري الإلكتروني:

طبقا لنص للمادة 30 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي سبق بينها فإن متى تم مخالفة تلك المقتضيات تقوم هذه الجريمة، وهذا ما أورده نص المادة 40 من نفس القانون، لذلك سندرس كل من الركن المادي والمعنوي فيما يلي:

[1] انظر نصوص المواد37و38 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[2] كمال بلارو، مرجع سابق، ص83

أ. الركن المادي لجريمة مخالفة شروط الإشهار التجاري الإلكتروني:

حسب نص المادة 30 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فإن السلوك الإجرامي يقوم بمجرد عدم احترام مقتضيات الخمس سواء كلها أو واحدة منها، لذلك سنحدد صور هذا السلوك في:

- ✓ **عدم وضوح الإشهار الإلكتروني:**

حسب نص المادة 2/30 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، يجب على المورد الإلكتروني أن يظهر بوضوح الطابع التجاري للرسالة الإشهارية الإلكترونية التي صدرت عنه، إذ يلتزم المعلن على ذكر كلمة إعلان أو إشهار بصورة واضحة ومقروءة على رأس مقدمة الإعلان أو الإشهار الإلكتروني.

على أن يراعي أن تكون الرسالة الإشهارية واضحة للمستهلك ولا تحوي أي غموض أو إيهام[1].

كما يشترط المشرع التحديد والوضوح العرض التجاري إذا كان يحتوي تخفيضًا أو على مكافأة أو هدايا في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيًا أو ترويجيا، أي أن المعلن لابد أن يحدد نوع الإشهار الإلكتروني وهذا يعتبر من أهم المبادئ التي أتى بها توجيه التجارة الإلكترونية رقم 2000/32 الصادر في 08/01/2002 حيث نصت يجب أن تكون الاتصالات التجارية قابلة للتحديد بطريقة واضحة باعتبارها كذلك.

- ✓ **التضليل أو الغموض في شروط الواجب استفاءها للاستفادة من العرض التجاري:**

هذا الشرط أدرجه المشرع في نص المادة 30 لكن لم يحدد تلك الشروط التي من جرائها يستفاد من العرض التجاري، وحسب آراء فقد تم أخذ بأن قد تتمثل في مدة الإشهار وطرق الولوج إلى المستندات المحفوظة في مختلف مراحل التعاقد وطرق الدفع ومدة تسليم الطلبية وأسعار المنتوج، لذلك يجب أن تكون هذه الشروط غير مضللة أو غامضة[2].

[1] وليد قحقاح، جرائم الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الجزائري للأمن والقيمة، جامعة تبسة، الجزائر، العدد02، المجلد09، 2020، ص556

[2] المرجع نفسه، ص557

وعليه فإن خلو الإشهار الإلكتروني من أي تضليل أو غموض هو شرط من شروط الإشهار النزيه ومخالفته تعني قيام الركن المادي لجريمة مخالفة الشروط[1].

- ✓ **عدم تحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لحسابه:**

يعتبر هذا الشرط من أهم الضمانات الحديثة التي أقرتها مختلف التشريعات في المعاملات الإلكترونية لأن تحديد شخصية المعلن يوفر عنصر الأمان للمستهلك، غير أن المشرع الجزائري لم يحدد ماهي المعلومات الواجب أن تتضمنها الرسالة الإلكترونية لتحديد شخصية صاحبها غير أنه يمكن الرجوع إلى نص مادة 10 من القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. وعليه متى خالف المعلن هذا الالتزام تقوم الجريمة.

- ✓ **مخالفة محتوى الرسالة الإشهارية للآداب العامة والنظام العام:**

أي يجب على المورد أن لا يلفت نظر المتلقي واهتمامه بشكل غير أخلاقي وما يخالف القانون.

ب. الركن المعنوي لجريمة مخالفة شروط الإشهار التجاري الإلكتروني:

يتوفر بمجرد مخالفة القانون لأن فعل ارتكاب المخالفة ينطوي في حد ذاته على خطأ فليس للمعلن أن يثبت أنه لم يرتكب خطأ بل يتعين إدانته بمجرد ارتكابه[2].

ج. عقوبة جريمة مخالفة شروط الإشهار التجاري الإلكتروني:

طبقا لنص المادة 40 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فإن يعاقب بغرامة تتراوح بين 50.000 إلى 500.000 دج، مع مراعاة تعويض الضحايا.

2- جريمة الإشهار التجاري الإلكتروني غير مرغوب فيه:

لم يكتفي المشرع بإدراج تنظيم شروط الإشهار الإلكتروني بل قام بإلزام المورد الإلكتروني بالحصول على موافقة المسبقة قبل إرسال الإشهارات الإلكترونية وتمكين المستهلك من الاعتراض على الرسائل الإلكترونية المرسلة إليه وفي حالة مخالفته لهذه الأحكام الواردة في نصي المادتين 31 و32 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، فإن يعتبر الإشهار غير المرغوب فيه وغير مشروع ومعاقب عليه بموجب نص المادة 40 من ذات القانون، لذلك سنتطرق لدراسة

[1] وليد قحقاح، المرجع السابق، ص558.

[2] المرجع نفسه، ص 560.

جريمة الإشهار غير المرغوب فيه من خلال تحديد كل من ركنها المادي ثم المعنوي والعقوبة المقررة لها.

أ.الركن المادي لجريمة الإشهار التجاري الإلكتروني غير المرغوب فيه:

طبقا لنصي للمادتين 31 و32 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث أن نص المادة 31 تلزم المورد الإلكتروني قبل استعمال بيانات المستهلك الإلكتروني في الاستبيان المباشر أخذ موافقته المسبقة قبل إرسال هذا الاستبيان المباشر إليه، أما المادة 32 فألزمته بتمكين المستهلك من الاعتراض على الرسائل الإلكترونية المرسلة إليه[1].

✓ **مخالفة إلزامية أخذ موافقة المستهلك في تلقي رسائل الاستبيان المباشر:** عدم أخذ موافقة المستهلك المسبقة على تلقي رسائل الاستبيان المباشر تقوم الجريمة، وهو ما يعرف بمخالفة نظام opn-in، أي نظام الرضاء المسبق من طرف المستهلك، (ويقصد بهذا النظام حظر قيام المرسل بإرسال الرسائل غير المرغوب فيها إلى المرسل إليه إلا أذا أعطى موافقته المسبقة على إرسال مثل هذه الرسائل، إذ يلزم هذا النظام على المرسل أن يقوم بإرسال رسالة الإلكترونية إلى المستهلك يطلب فيها قبوله باستلام الإعلانات التي يرسلها إليه غير أن المشرع اقتصر تطبيق هذا النظام على رسائل الاستبيان المباشر فقط، وهذا لموازنة بين احترام مبدأ حرية التجارة من ناحية وحماية المستهلك من ناحية أخرى.

وعليه يمكن للمورد الإلكتروني بعد موافقة المستهلك أن يستعمل عنوان البريد الإلكتروني الذي قدمه له المستهلك بمناسبة الاستبيان المباشر بخصوص البيع السابق أو أداء الخدمة السابقة، كما ينبغي عليه في كل استبيان مباشر طلب موافقته قبل إرسالها ومتى خالف ذلك يقوم السلوك الإجرامي حسب نص المادة 40 من ذات القانون[2].

✓ **عدم تمكين المستهلك من الاعتراض على الرسائل الإلكترونية المرسلة إليه:** إن المشرع ألزم المورد الإلكتروني بتمكين المستهلك من الاعتراض على الرسائل الإشهارية على

---

[1] حسين جفالي، مداخلة حول الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجار الإلكتروني غير المرغوب فيه في التشريع الجزائري، ملتقى وطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة8 ماي1945 قالمة، يوم2018/10/08، ص528.

[2] حسين جفالي، الحماية القانونية من الإشهار التجاري الإلكتروني في التجارة الإلكترونية، مجلة أكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة العربي التبسي، الجزائر، العدد 01، دون سنة، ص567

غرار تلك المتعلقة بالاستبيان المباشر التي تتطلب موافقة المستهلك، وعدم تمكين المستهلك الإلكتروني من الاعتراض على الرسائل الإلكترونية المرسلة إليه يقوم عند حالتين:

عدم توفير نظام يسمح للمستهلك بالاعتراض على إرسال الإشهارات الإلكترونية عدم احترام رغبة المستهلك في عدم استقبال الرسائل الإلكترونية[1].

ب. الركن المعنوي:

بالنظر إلى جريمة الإشهار التجاري الإلكتروني غير المرغوب فيه من جرائم الشكلية فهي لا تتطلب قيام الركن المعنوي بل يكفي أن يتوفر السلوك المادي للمجرم، فالجريمة تتوفر إما بارتكاب خطأ عمدي في صورة سوء نية أو ارتكاب فعل غير عمدي لمجرد إهمال أو عدم الحيطة التي تترتب عن عدم أخذ موافقة المستهلك في الاستبيان المباشر أو عدم تمكينه من الاعتراض على الرسائل الإلكترونية[2].

ج. عقوبة جريمة الإشهار التجاري الإلكتروني غير المرغوب فيه:

طبقا لنص المادة 40 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فإن يعاقب بغرامة تتراوح بين 50.000 إلى 500.000 دج، مع مراعاة تعويض الضحايا.

ثالثا-الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني:

أصبحت انتهاكات التي تمس بالمستهلك الإلكتروني جريمة من جرائم العصر خصوصا وأن هناك تقريرا غير رسمي يؤكد أن اثنين من ثلاثة مستهلكين يتعرضون لمخاطر سواء لاستعمال معلوماتهم من قبل مستعملي المواقع الإلكترونية.[3]

هذه التجاوزات دفعت ببعض البلدان إلى وضع النصوص القانونية من شأنها حماية المتعامل الإلكتروني، وهذا ما شرع فيه المشرع الجزائري حيث أقر بحق خصوصية المستهلك الإلكتروني ضمن قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث ألزم المورد الإلكتروني بحماية المعطيات الشخصية للمستهلك، وذلك من خلال احترام القيود القانونية المفروضة عند معالجة هذه

---

[1] وليد قحقاح، مرجع سابق، ص562

[2] جفالي حسين، مداخلة حول الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجار الإلكتروني غير المرغوب فيه في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص531.

[3] سلسبيل بن سماعيل، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية 2، 2017، ص300.

المعطيات، مثل الحصول على موافقة المسبقة للمستهلك قبل جمع بياناته، وضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات[1].

إضافة إلى هذا فقد خصص المشرع قانون 18/07 المؤرخ في 10/01/2018، المتضمن حماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، لسد الفراغ التشريعي الذي عرفته الجزائر فيما سبق، ومن هذا نجد أنه يعرف المعطيات ذات الطابع الشخصي في المادة 3/1 من قانون 18/07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي والتي جاء فيها: "أن المعطيات ذات الطابع الشخصي: كل معلومة بغض النظر عن دعامتها المتعلقة بشخص معرف أو قابل للتعرف عليه والمشار إليه أدناه الشخص المعني بصفة مباشرة أو غير مباشرة، لاسيما بالرجوع إلى رقم التعريف أو عنصر أو عدة عناصر خاصة بهويته البدنية أو الفيزيولوجية أو الجينية أو البيو مترية أو النفسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية".

ومما تقدم علينا أن نوضح الحماية الجنائية لبيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني، وذلك بدراسة الجرائم التي تقع أثناء جمع المعطيات الشخصية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني (أولا)، ثم نذهب إلى الجرائم الماسة بالمعطيات الشخصية التي ترتكب أثناء إنشاء المعالجة(ثانيا).

1-الجرائم التي تقع أثناء جمع المعطيات الشخصية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني

تتضمن هذه الجريمة العديد من صور مخالفة لأحكام جمع المعطيات الشخصية فقد تتعلق بطريقة جمعها عندما تستعمل الوسائل التدلسية أو غير النزيهة أو غير المشروعة، كما قد تتعلق بطبيعة المعطيات التي قام المسؤول عن المعالجة[2]، بجمعها عندما ترتبط خصوصا بالمعطيات الحساسة[3].

---

[1] انظر نص المادة 26 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[2] نص المادة 3 الفقرة 12 من القانون 07/18، المؤرخ في 25 رمضان 1439هـ الموافق لـ 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي "مسؤول عن معالجة هو شخص طبيعي أو معنوي عمومي أو خاص أو أي كان أخرى قوم بمفرده أو بالاشتراك مع الغير بتحديد الغايات من معالجة المعطيات ووسائلها".

[3] عز الدين طباش، الحماية الجزائية للمعطيات الشخصية في التشريع الجزائري دراسة مقارنة في ظل القانون 07/18 المتعلقة بحماية الأشخاص، مجلة أكاديمية للحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، الجزائري، العدد02، 2018، ص29

أ.جريمة المعالجة غير المشروعة للمعطيات ذات الطابع الشخصي:

بالرجوع إلى نص المادة 26 الفقرة 2 من قانون 18/05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نجد أنها ألزمت المورد الإلكتروني بالحصول على موافقة المستهلكين الإلكترونيين قبل جمع البيانات، وبمفهوم مخالف يتضح أن قانون التجارة الإلكترونية لم يرد به أي نص جزائي واكتفى بذكر عبارة "الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال"[1]. وبهذا يتضح أن علينا العودة إلى قانون 18/07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي طبقا لأحكام نصي المادتين 54 و57، إذ باستقراء نص المادة 57 فإن كل من قام، دون الموافقة الصريحة للشخص المعني وفي غير الحالات المنصوص عليها في هذا القانون بمعالجة المعطيات الحساسة[2]، يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 200.000 دج إلى 500.000 دج.

وفيما يتعلق بالمادة 54 فإن متى قام المسؤول المعالجة المعطيات الشخصية بعدم احترام الكرامة الإنسانية والحياة الخاصة والحريات العامة يعاقب بالحبس من سنتين إلى 5 سنوات وبغرامة من 200.000 دج إلى 500.000 دج[3].

ب. جريمة الاستعمال الأساليب غير المشروعة في جمع للمعطيات الشخصية

هذا الفعل يعاقب عليها في نص المادة 59 من قانون 18/07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي كل من قام بجمع معطيات ذات الطابع الشخصي بطريقة تدليسية أو غير مشروعة أو غير نزيهة. هذه الجريمة لها ركنين هما:

- ✓ **الركن المادي:** يستوجب لقيام السلوك الإجرامي في جريمة جمع غير المشروع لمعطيات الشخصية استعمال طرق تدليسية أو غير نزيهة أو غير مشروعة.

[1] انظر نص المادة 26 من القانون رقم05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[2] انظر نص المادة 3 الفقرة7 من القانون رقم 07/18، المؤرخ في 25 رمضان 1439هـ الموافق لـ 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي.

[3] انظر نصي المادتين 5و57 من القانون 07/18، المؤرخ في 25 رمضان 1439هـ الموافق لـ 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي.

✓ **الركن المعنوي:** يتضح من خلال استعمال المشرع ألفاظ تدليسية أو غير مشروعة أو غير نزيهة أنها جرائم عمدية، أي أن الجاني يقوم بطريقة غير مشروعة حتى يتحصل على معطيات شخصية[1].

✓ **عقوبة:** يعاقب بالحبس من سنة إلى 3 سنوات وبغرامة من 100.000 إلى 300.000 دج[2].

2-الجرائم الماسة بالمعطيات الشخصية التي ترتكب أثناء إنشاء المعالجة:

تعد مرحلة المعالجة الأكثر تعرضا لارتكاب مخالفات كثيرة التي تشكل جرائم معاقب عليها بمقتضى قانون رقم 18/07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، والتي تقوم إما بسبب مخالفة الشروط المسبقة للمعالجة، أو بسبب خرق الالتزامات الملقاة على عاتق المسؤول عن المعالجة أثناء القيام بعمليات المعالجة[3].

أ.جريمة عدم استيفاء الشروط المسبقة للمعالجة:

لا يمكن قيام بمعالجة معطيات ذات الطابع الشخصي إلا بعد استيفاء بعض الشروط المسبقة والتي تتمثل في الحصول على موافقة الصريحة من المعني، بالإضافة إلى إجراءات الشكلية التي تتجسد في منح السلطة الوطنية المسؤول عن المعالجة في الحصول على الترخيص أو التصريح، وفي حالة المخالفة تقوم هاتين جريمتين[4]:

ب.جريمة المعالجة دون رضى المسبق بالترخيص أو التصريح:

تقع هذه الجريمة بمخالفة أحكام نص المادة 7 و36 من قانون 18/07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، إذ ألزمت الأولى ضرورة الحصول على الموافقة الصريحة من طرف الشخص المعني للقيام بمعالجة معطياته الشخصية، أما الثانية فقد منحته حق الاعتراض لأسباب مشروعة، وللممارسة هذا الحق اشترط المشرع في نص المادة 32 بضرورة إعلام الشخص المعني بكل عملية تجميع للمعطيات.

---

[1] عز الدين طباش، مرجع سابق، ص32،31.

[2] انظر نص المادة 59 من قانون07/18، المؤرخ في 25 رمضان 1439هـ الموافق لـ 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي.

[3] عز الدين طباش، مرجع سابق، ص35

[4] يحي التومي، الحماية التحليلية للمعطيات ذات طابع شخصي على ضوء قانون رقم07/18 دراسة تحليلية، مجلة الأستاذ الباحث للراسات القانونية، جامعة يحي فارس، الجزائر ' العدد02، المجلد0ظن سنة2019، ص23

تخصه، وبمفهوم المخالفة في حالة خرق كل من نصي المادتين 7 و36 يعاقب بالحبس من سنة إلى 3 سنوات وبغرامة من 100.000 إلى 300.000 دج[1].

ج.جريمة المعالجة دون تصريح أو ترخيص من السلطة الوطنية:

تقع هذه الجريمة بمخالفة أحكام نص المادة 12 من قانون 18/07 والتي ألزمت أن تخضع كل عملية معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي الإجرائي التصريح أو الترخيص من طرف السلطة الوطنية لحماية معطيات ذات الطابع الشخصية، ما لم يوجد نص قانوني يستثني عملية معالجة معينة من ذلك، لكن في حالة ما إذا كان المسؤول المعالجة شخص معنوي فهنا الإشكال وهذا لا يخص هذه الجريمة فقط بل كل الجرائم المتعلقة في قانون 18/07، إذ أحالنا لنص المادة 70 منه بأن عقابه يتم حسب قانون العقوبات.

أما بخصوص الركن المعنوي لهذه الجريمة فنجد أن هذه الجريمة تقوم بمجرد انعدام التصريح أو الترخيص وبالتالي فهي جرائم مادية أي يفترض فيها العلم والإرادة.

أما العقوبة المقررة لها فقد أوردها في نص المادة 56 من قانون رقم 18/07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي على أن يعاقب بالحبس من سنتين 2 إلى خمس 5 سنوات وبغرامة من 200.000 إلى 500.000 دج[2].

3-خرق الالتزامات الملقاة على عاتق المسؤول عن المعالجة أثناء القيام بعمليات المعالجة:

إن المشرع الجزائري ألزم المسؤول عن المعالجة قبل أن يقوم بإجرائها التزام ببعض الشكليات المسبقة في حالة مخالفة الشكليات يعد جريمة معاقب عنها والتي سنتناولها على الشكل الآتي:

أ.جريمة عدم الاعتراف بحقوق الشخص المعني:

لقد أورد في الباب الرابع من قانون 18/07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي تحت عنوان حقوق الشخص المعني، وأوجبت على المسؤول عن المعالجة – المورد الإلكتروني، ضرورة ضمانها لصالح كل شخص تكون معطياته الشخصية محل المعالجة وهذه الحقوق هي حق الإعلام والولوج والحق في التصحيح والحق في

[1] انظر نص المادتين 55 و64 من قانون 07/18، المؤرخ في 25 رمضان 1439هـ الموافق لـ 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي.

[2] نص المادة 56من القانون 07/18، المؤرخ في 25 رمضان 1439هـ الموافق لـ 10 جوان 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة العطيات ذات الطابع الشخصي.

الاعتراض، بحيث يعاقب كل من يخالف الالتزام بضمان هذه الحقوق وفق لنص المادة 64 التي جاء فيها يعاقب بالحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من 200.00 إلى 200.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل مسؤول عن المعالجة يرفض دون سبب مشروع حقوق الإعلام أو الولوج أو التصحيح أو الاعتراض ...[1]

- ✓ **تجريم عدم الالتزام بسرية وسلامة المعطيات الشخصية:**

بهذا يمثل أحد الالتزامات التي يخولها للمورد الإلكتروني بخصوص حماية البيانات ذات الطابع الشخصي للمستهلك الإلكتروني ألا وهي ضمان أمن نظم المعلومات وسرية البيانات[2]، وفي حالة المخالفة يعاقب كل مورد إلكتروني لم يلتزم بسرية وسلامة البيانات الشخصية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني بغرامة من 50.000 إلى 500.000 دج ولقد أحال نص المادة 39 من قانون 18/05 التجارة الإلكترونية إلى نص المادتين 11 و12 من نفس القانون والتي تنص على عبارة لاسيما البنود المتعلقة بحماية معطيات ذات الطابع الشخصي. مما يعني الرجوع إلى قواعد هذا قانون حيث أورد المورد عقوبات مالية للمسؤول عن المعالجة –المورد الإلكتروني–تتمثل في نص المادة 39 طبقا لنص المادة 65 من قانون 18/07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، حيث جاء فيها دون الإخلال بالعقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع الساري المفعول يعاقب بغرامة من 2000.000 إلى 5000.000 دج المسؤول عن المعالجة الذي يخرق الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 38 و39 من هذا القانون".

وتتضمن المادتان كيفية الالتزام بسرية وسلامة المعالجة من ألا تتعرض لأي شكل من أشكال التلف أو الإفشاء قد يضر بالأشخاص المعنين بالمعالجة، فهو نص موجه بشكل مباشر الحماية حرمة الحياة الخاصة في حماية المعطيات الشخصية[3].

[1] عز الدين طباش، مرجع سابق، ص43.

[2] نص المادة 26 الفقرة 3 من قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

[3] عز الدين طباش، مرجع سابق، ص46.

خلاصة الفصل الأول:

من خلال هذا الفصل تمكننا من تقديم مفهوم للتجارة الإلكترونية التي عرفت على أنها مجموعة من عمليات عرض وبيع وشراء السلع والخدمات، وكذا توزيعها والترويج لها وآل ذلك يتم باستخدام وسائل إلكترونية على رأسها شبكة الإنترنت، بحيث تتمتع التجارة الإلكترونية بمزايا لا تتوفر في التجارة العادية، حيث تعد أفضل السبل للوصول إلى الأسواق العالمية لأن وضع متجر إلكتروني على الشبكة يمكن جميع سكان العالم الوصول إليه وشراء أي سلعة منه دون الحاجة إلى تأشيرة أو دفع رسوم جمركية على هذه السلعة.

وكما تعتبر التجارة الإلكترونية من المواضيع التي أصبحت مهمة وحظيت باهتمام المشرع الجزائري الذي بدوره كرس لها قانون خاص بها يحدد شروط ممارستها، التزامات كل من أطرافها، وعقوبات جزائية للتجاوزات والجرائم الإلكترونية.

الفصل الثاني:

تأثير انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) على التجارة الإلكترونية.

لقد كان لجائحة كورونا دورا كبيرا في إظهار قيمة التجارة الإلكترونية والحاجة الماسة للتوسع والتركيز عليها، إذ لجأ الجميع إلى الخدمات الإلكترونية والأدوات الجديدة التي تسمح لهم بالتكيف مع الظروف الاستثنائية السائدة بسبب انتشار فيروس كورونا المستجد، الذي ألزم نحو مليار شخص حول العالم بالبقاء في منازلهم، فضلا عن تسببه في انهيار البورصات ووضع الشركات في موضع صعب، ما ترك أثرا اقتصاديا بالغ الشدة تأتي بعده تحولات كبري في العالم، وكان المستفيد الأكبر منها شركات قطاع التكنولوجيا والأنترنت والذي أدى إلى حصول تطور هائل في مجال التجارة الإلكترونية وتوسع نشاطها ومداخيلها على غرار التجارة التقليدية.

تأسيسا على ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: تطور التجارة الإلكترونية وتأثرها بالجائحة.

المبحث الثاني: تأثير جائحة كورونا على الدفع والتسويق الإلكتروني.

المبحث الأول

تطور التجارة الإلكترونية وتأثرها بالجائحة.

أثر تفشي وباء فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 سلبا على كل مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وكانت له آثار ملموسة على التجارة بشكليها التقليدية والإلكترونية، إذا وجدت التجارة الإلكترونية ضالتها في هذه الأجواء الحذرة، التي تسببت في تدهور أسهم التجارة الدولية التقليدية، وأضحت التجارة الإلكترونية هي الخيار الصحي الأنسب، وتعد بصيص أمل للتجار الذي هرعوا نحوها للحفاظ على أسهمه وتواجدهم في الأسواق التجارية في ظل إغلاق كافة المحلات والمجمعات التجارية بسبب الحجر الصحي، ولتيسير وصول كافة الشركات في العالم للمستهلكين الذين التزموا بالحجر الصحي في بيوتهم وهم بحاجة للسلع والخدمات المختلفة.

المطلب الأول: تأثير جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي.

وفقا لتقديرات صندوق النقد الدولي والمنتدى الاقتصادي العالمي بانه في الظروف العادية يتحمل الاقتصاد العالمي تكلفة سنوية تتراوح بين 500 مليار دولار بسبب الأوبئة، وهو ما يمثل نحو 07% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ويعادل التكلفة التي يتحملها العالم بسبب أزمة التغير المناخي كل عام ومن ثم فإن كوفيد 19 ما هو إلا وباء جديد أضيف إلى سجل الأوبئة العالمية لدى منظمة الصحة العالمية والأبحاث، وبالنظر إلى المخاطر الصحية وعدد المرضى والوفيات التي خلفها على المستوى العالمي واتساع أقاليم تفشيه صنفته منظمة الصحة العالمية على أنه جائحة، وقد كان لهذه الجائحة تداعيات اقتصادية كبيرة ، دفعت الملاحظين إلى الاعتقاد بأن نسبة وفيات المؤسسات الاقتصادية ستكون أهم وأكثر من نسب وفيات الأشخاص وقد بدأت الانعكاسات الاقتصادية تبرز بوضوح أمام عجز المؤسسات الصحية العالمية والوطنية عن السيطرة على الفيروس وإيقاف تطوره، وتشير كل الأرقام والمؤشرات إلى أن تحول الجائحة من أزمة صحية إلى أزمة اقتصادية عالمية شاملة ستكون له تداعيات كبيرة على الاقتصاد العالمي[1].

[1] بودور حسام وبومعزة رؤوف، واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل جائحة كورونا وآفاقها، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2021/2020، ص 53.

تداعيات كورونا على التجارة العالمية الأكثر تضررا:

منظمة التجارة العالمية (WTO) دقت مؤخرا ناقوس خطر(كورونا) على التجارة الدولية بنسبة تتراوح بين 13 و32% في العام الجاري، فيما توقعت انتعاشها في عام 2021، توقعت المسألة الأخطر ما أشارت إليه المنظمة أن خبراء اقتصاديين يعتقدون أن انخفاض هذا العام سيتجاوز في حدته الركود التجاري الذي نتج في عامي 2008 و2009 بفعل الأزمة المالية العالمية، وان التعافي المتوقع لهذا العام مرتبط بمدة تفشي الوباء وفاعلية استجابات السياسة.

المدير العام للمنظمة (روبرتوا ازيفيدو) ومنظمة (اوكسفام) أعلنا انه سيكون للانخفاضات الحتمية في التجارة عواقب وخيمة على الأسر والشركات وان نصف مليار شخص إضافي في العالم قد يصبحون تحت خط الفقر.

وتتنبأ منظمة التجارة العالمية بأنه أغلبية مناطق العالم ستعاني انخفاضا دوما في أحكام التجارة خلال عام خاصة الصادرات في مناطق الشمال أمريكا، آسيا، مما توقعت انخفاض التجارة بشكل أكبر في القطاعات ذات السلاسل المعقدة كالإلكترونيات ومنتجات السيارات وتجارة الخدمات التي تتحرر من قيود النقل والسفر الأمر الذي يؤثر بالنهاية في حركة التجارة العالمية، ويخلق تداعيات سلبية على وضع الغذاء في العالم.

أعلنت منظمة التجارة الدولية أن جائحة كورونا أفضت إلى تراجع حاد في فرض إجراءات جديدة لتقييد التجارة مع تحول انتباه الحكومات باتجاه الأزمة الصحية التزامها بتسيير حركة التجارة وفي تقرير نشرته المنظمة أن الإجراءات الجديدة التي فرضتها دول مجموعة العشرين للحد من واردات المنتجات غير الطبية غطت 49.9 مليار دولار في الفترة من منتصف مايو إلى منتصف أكتوبر مقارنة مع 417.5 مليار دولار في الفترة السابقة على منتصف أكتوبر في عام 2019[1].

وأشارت إلى أن احد عوامل انحسار نطاق مثل تلك الإجراءات هو أن التجارة نفسها قد تراجعت بنسبة 21% للسلع و30٪ للخدمات التجارية في الربع الثاني من سنة 2014 وتقدر منظمة التجارة العالمية أن التجارة الدولية ستنخفض فقط بنسبة 42% من حيث الحجم في عام2020، بعدما توقعت في أبريل انخفاض بنسبة 12.4% في أحسن الأحوال، أما بالنسبة للعام 2021 فتتوقع المنظمة انتعاشا بنسبة 72% وفقا للوكالة (فرانس برس) ومن ناحية أخرى ازدادت التجارة الدولية في معدات الوقاية الشخصية بنسبة 49% خلال أشهر السنة الأولى من عام

[1] بودور حسام وبومعزة رؤوف، مرجع سابق، ص 53.

2020 مقارنة بالفترة ذاتها من عام 2019 بمبلغ 98 مليار دولار منها 17 مليار دولار للأقنعة الواقية وحدها[1].

أولا: تداعيات (كوفيد 19) على نمو الاقتصاد العالمي:

بعد تراجع في معدل النمو العالمي سنة 2019 بسبب تباطؤ النشاط الاقتصادي في العدد من الدول، تحت تأثير التوترات التجارية بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين، حيث انخفض معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي إلى 2.996% مقابل 3.3% في سنة 2018، ها هو الاقتصاد العالمي يواجه ظروف استثنائية أخرى سنة 2020 في ظل التداعيات المرتبطة بظهور الجائحة (كوفيد) 19، والتي يتوقع أن تدخل الاقتصاد العالمي والتجارة الدولية خلال هذه السنة في ركود، قد يكون أسوأ من مثيله المسجل خلال الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 وفيما يلي عرض التقديرات وتوقعات خبراء العديد من الهيئات والمنظمات الدولية حول تداعيات هذه الجائحة على نمو الاقتصاد العالمي:

1- التقديرات الأولية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:

لخص تقرير لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية صدر في مارس 2020 حول تأثير الجائحة (كوفيد 19) على توقعات آفاق النمو الاقتصادي إلى ما يلي:

على افتراض وصول الوباء إلى ذروته في الصين في الربع الأول من عام 2020 ومحدود، وأنه سيكون أكثر اعتدالا في البلدان الأخرى، فإنه من الممكن أن ينخفض النمو العالمي بنحو نقطة مئوية هذا العام مقارنة بتوقعات شهر نوفمبر 2019.

من المتوقع أن ينخفض نمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي السنوي إلى 2.4 % سنة 2020، مقارنة بالمعدل المسجل في 2019 والمقدر ب 2.9%، والذي انخفض هو الآخر مقارنة بسنة 2018 التي شهدت تسجيل معدل نمو بنسبة 3.3% وقد يكون معدل النمو سلبيا في الربع الأول من سنة 2020.

تمت مراجعة أفاق التوقعات بالنسبة للصين بشكل ملحوظ، حيث سينخفض النمو إلى ما دون 5% سنة 2020، قبل أن يرتفع ليتجاوز 6% في عام 2021، في حالة عودة الإنتاج تدريجيا إلى المستويات المتوقعة قبل حدوث الجائحة.

[1] بودور حسام وبومعزة رؤوف، مرجع سابق، ص 54.

يؤدي التأثير السلبي على الثقة والأسواق المالية وقطاع السفر وتعطل سلاسل التوريد إلى تراجع التوقعات لعام 2020 لجميع اقتصاديات الدول الأعضاء في مجموعة العشرين، ولا سيما تلك المرتبطة بشدة مع الصين، مثل اليابان وكوريا وأستراليا.

في حالة تلاشي آثار تنفي الجائحة مثل ما هو مفترض، فإن اتخاذ تدابير جيدة التوجيه في الاقتصاديات الأكثر تعرضا للوباء، يمكن أن يدعم انتعاش نمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ليصل إلى 3% في سنة 2021، أما في حالة انتشار الوباء لفترة أطول وبكثافة أكثر، وعلى نطاق واسع في جميع أنحاء منطقة آسيا والمحيط الهادي وأوروبا وأمريكا الشمالية، فإن من شأن ذلك أن يضعف التوقعات إلى حد كبير.

أصبح التأثير الاقتصادي واضحًا بالفعل في البلدان الأشد تأثرا بتفشي هذا المرض ففي الصين تراجع نشاط قطاعي الصناعة التحويلة والخدمات بشكل حاد في تحر فبراير...بينما هبوط النشاط في قطاع الصناعة التحويلية يضاهي مستواه في بداية الأزمة المالية العالمية، يبدو أن تراجع الخدمات أكبر هذه المرة وذلك بسبب التأثير الكبير الناجم عن التباعد الاجتماعي.

وكذلك انخفاض العرض والطلب في العالم على أسهم بورصات شحن المواد الجافة كمواد البناء والسلع الأولية على غرار ما شهدته أكثر مراحل الأزمة المالية العالمية حدة سبب تراجع النشاط الاقتصادي المقترن ببذل جهود غير مسبوقة لاحتواء المرض، وليس لهذا الانخفاض مثيل في فترات انتشار الأوبئة السابقة أو حتى بعد هجمات 11 سبتمبر[1].

2- التقديرات الأولية لصندوق النقد الدولي:

خفض صندوق النقد الدولي توقعاته بشأن معدل نمو الاقتصاد العالمي في تقرير آفاق الاقتصاد العالمي الصادر شهر يناير الماضي إلى 3.3% في 2020، ونحو 3.4% في 2021 مقارنة بنحو 2.9% في 2019 وهو ما يمثل تخفيضا في التوقعات الواردة في تقرير آفاق الاقتصاد العالمي الصادر في شهر أكتوبر 2019 بنسبة 0.1 نقطة مئوية لعام 2020، و0.2 نقطة مئوية لعام 2021 يعكس هذا التراجع في التوقعات في الأساس تعرض النشاط الاقتصادي العالمي لمفاجآت سلبية في عدد من اقتصاديات الأسواق الصاعدة، ومن أبرزها الهند. لكن مع ظهور الجائحة عرفت هذه التوقعات التطورات التالية:

[1] بودور حسام وبومعزة رؤوف، مرجع سابق، ص 55.

رجح صندوق النقد الدولي في شهر فبراير 2020 أن يؤدي انتشار الفيروس إلى حفض توقعات النمو الاقتصادي العامي بنحو 0.1 نقطة مئوية مقارنة بتوقعات النمو الصادرة في شهر يناير 2020، علاوة على انخفاض معدل نمو الاقتصاد الصيني بنحو 0.4 نقطة مئوية ليسجل 5.6% سنة 2020، وذلك بافتراض نجاح دول العالم في تبني السياسات الكفيلة بالاحتواء السريع للفيروس، واقتصار تأثيره على الربع الأول من العام. وتوقع الصندوق في حالة امتداد أحل انتشار الفيروس واتسع نطاقه الجغرافي أن يكون الأثر على النمو الاقتصادي أكبر من ذلك.

أشار الصندوق في شهر مارس من عام 2020 إلى توقع دخول الاقتصاد العالمي هذا العام في ركود عالمي، يماثل إن لم يكن يفوق ذلك المسجل خلال الأزمة المالية العالمية في عام 2008. موضحا أنه كلما أمكن احتواء الفيروس بشكل أسرع، كان التعافي أسرع وأقوى في عام 2021، وأوضح الصندوق أن الاقتصاديات المتقدمة بشكل عام في وضع أفضل للاستجابة للأزمة، مقارنة بالعديد من الأسواق الناشئة والبلدان منخفضة الدخل التي تواجه تحديات كبيرة والتي تأثرت بشكل كبير بالتقلبات في رؤوس الأموال الناتجة عن المستجدات المرتبطة بالفيروس، حيث شهدت الأسواق الناشئة خروج استثمارات بقيمة 83 مليار دولار أمريكي منذ بداية الأزمة، وهو أكبر تدفق لرأس المال تم تسجيله على الإطلاق[1].

ثانيا: تداعيات الجائحة (كوفيد 19) على أداء أسواق المال العالمية:

لقد انعكست حالة القلق على أداء أسواق المال العالمية، فتكبد البعض منها خسائر كبيرة، عندما تراجعت إلى مستويات هي الأدنى منذ شهور، ومما حدث:

تراجع مؤشرات الأسهم الأمريكية بشكل حاد، لتخسر أكثر من 2% في جلسة 27 يناير 2020 وحدها، وتراجعت مؤشرات الأسهم الأوروبية بنسبة 1.5% في المتوسط في نفس اليوم. وفي آسيا سجل مؤشر نيكاي الياباني أكبر خسارة يومية في خمسة أشهر، منخفضا بأكثر من 2%.

عرفت الأسواق المالية يوم الخميس 12 مارس 2020 تراجعا قياسيا جعل الكثيرين يعتبرونه خميسا أسودًا كما كان الشأن في أكبر الأزمات الاقتصادية العالمية لسنة 1929 أو سنة 2008 فقد عرفت السوق المالية في باريس تراجعا كبيرا حيث انخفض مؤشر CAC40 ب 12.28% وهو أكبر تراجع للمؤشر منذ انبعاث هذه السوق. وامتد الخيار البورصة إلى أهم الأسواق الأوروبية

[1] بودور حسام وبومعزة رؤوف، مرجع سابق، ص 56.

كبورصة لندن بتراجع قدره 9.81%، وبورصة فرانكفورت في ألمانيا يتراجع قدره 12.24% لتعرف السوق المالية بتراجع قدره 12.24% لتعرف السوق المالية لميلانو تراجعا قياسيا وصل إلى حدود 16.92% نتيجة حدة الأزمة التي تعيشها إيطاليا[1].

ثالثا: تداعيات الجائحة (كوفيد 19) على أداء أسواق النفط:

لم تكن أسواق النفط بمنأى عن تأثيرات الجائحة التي تسببت في عد المستهلك الأكبر للطاقة في العالم، وانعكس ذلك في تراجع أسعار خام برنت تراجع الطلب على النفط، ولا سيما في الصين، إلى أقل من 60 دولارا للبرميل لأول مرة منذ أكتوبر 2019، كما سجلت أسعار الخام الأمريكي مستويات هي الأدنى منذ أكتوبر أيضا. للإشارة فأن التوقعات في أسواق النفط وقبل الانتشار الواسع لفيروس كورونا كانت تشير إلى انخفاض أقل للأسعار العالمية للنفط خلال عامي 2020 و2021، قبل مراجعة هذه التوقعات مع تفشي الجائحة (كوفيد 19)، ونلخصه فيما يلي:

توقع بنك باركليز تراجع أسعار النفط بواقع دولارين للبرميل خلال عام الأثر الاقتصادي المحتمل لتفشي الجائحة (كوفيد) 19 البنك تراجع متوسط سعر خام برنت إلى 62 دولارا للبرميل وانخفاض متوسط سعر الخام الأمريكي إلى 57 دولارا للبرميل.

توقع صندوق النقد الدولي تراجعا في الأسعار العالمية للنفط بنسبة 4.3 و4.7% خلال عامي 2020 و2021 على التوالي لتصل إلى 58.03 و55.31 دولارا للبرميل خلال تلك الفترة. بينما توقع البنك الدولي في البداية تراجعا أقل لمستويات الأسعار العالمية للنفط خلال عامي 2020 و2021 لتستقر عند 59 دولارا للبرميل قبل أن يراجع توقعاته بسبب الجهود الرامية إلى الحد من تفشي الجائحة والتي قيدت معظم أنشطة السفر، حيث رجح أن يؤدي ذلك إلى هبوط الطلب على النفط على نحو لم يسبق له مثيل بمقدار 9.3 ملايين برميل يوميا سنة 2020 عن مستواه في 2019 الذي بلغ 100 مليون برميل يوميا، متوقعا بذلك أن تبلغ أسعار النفط في المتوسط 35 دولارا للبرميل في عام 2020، وهو تعديل حاد بالخفض عن التنبؤات في أكتوبر 2019، وتراجع نسبته 43% من المتوسط في 2019 الذي بلغ 61 دولارا للبرميل. وقد تراجعت أسعار النفط منذ يناير 2020، ووصلت إلى مستوى تاريخي في أبريل 2020، وجرى تداول

[1] بودور حسام وبومعزة رؤوف، مرجع سابق، ص 57.

بعض مستوى الخامات القياسية عند مستويات سلبية. ويعزى هذا التراجع إلى هبوط حاد للطلب، والذي فاقت منه درجة عدم اليقين التي تحيط بمستويات الإنتاج لدى كبار منتجي النفط.[1]

رابعًا: تداعيات الجائحة (كوفيد 19) على التجارة الدولية:

سيكون هناك تأثير كبير لانتشار فيروس كورونا على التجارة الدولية خلال عام 2020 سواء فيما يتعلق بالتبادلات التجارية السلعية أو الخدمية، فنتيجة تعطيل وإرباك سلاسل الإمداد العالمية في العديد من البلدان، ي توقع تراجع مستويات التجارة الدولية السلعية والخدمية خلال عام 2020 ، وتعافيها العام الموالي بافتراض انحسار انتشار الجائحة في عام 2020 وقد أحدثت الجائحة زلزالا في سوق السلع الأولية على وجه الخصوص: – أثرت الجائحة على الطلب والمعروض من السلع الأولية: إذ كانت لها تداعيات مباشرة جراء الإغلاق وتعطل سلاسل التوريد، وتداعيات غير مباشرة ناجمة عن توقف النمو الاقتصادي، وكانت الآثار والتداعيات بالغة الشدة، لاسيما على السلع الأولية المتصلة بقطاع النقل.

- هوت أسعار النفط بشدة، ومن المتوقع أن يتراجع الطلب بمقدار لم يسبقه مثيل في عام 2020

- من المحتمل أن تؤدي الجائحة إلى تغيرات دائمة في الطلب والمعروض من السلع الأولية، ولاسيما السلاسل التوريد التي تنقل تلك السلع من المنتجين إلى المستهلكين في أنحاء العالم[2].

- أضر توقف الأنشطة الاقتصادية بالسلع الأولية الصناعية مثل النحاس والزنك، ومن المتوقع بوجه عام أن تتراجع أسعار المعادن هذا العام وسيؤثر تراجع وتيرة النمو الاقتصادي في الصين التي تستأثر بنصف الطلب العالمي على المعادن على أسعار المعادن الصناعية، ومن ناحية أخرى، ارتفعت أسعار الذهب، مع بحث المشترين عن الأمان في خضم اضطرابات الأسواق المالية.

- مع أن معظم أسواق السلع الغذائية تشهد وفرة في إمدادات المعروض، لكن المخاوف بشأن الأمن الغذائي تزايدت، إذ أعلنت بلدانا فرض قيود على التجارة تضمنت حظر تصدير سلع معينة وانخرطت في ممارسات الشراء المفرط وبالمثل، قد يتأثر إنتاج السلع الزراعية، لاسيما في

[1]– Angelos Delivorias and Nicole Scholz, (February2020), Economic impact of epidemics and pandemics European parliamentary Research Service,PE646

الموسم القادم من جراء تعطل حركة التبادل التجاري وتوزيع المستلزمات مثل الأسمدة والمبيدات والأيدي العاملة تعطيل سلاسل التوريد بالفعل وقد أثر على صادرات المنتجات سريعة التلف. وقد حذا البنك الدولي حذو المنظمان الأخرى بالدعوة إلى العمل الجماعي للحفاظ على استمرار لها تأثير على الأسعار العالمية تدفق تجارة المواد الغذائية بين البلدان.

- قد تؤدي تأثيرات الجائحة (كوفيد) 19 على أسواق السلع الأولية إلى تغيرات أطول أمدًا. ومن المحتمل ارتفاع تكاليف النقل بسبب المتطلبات الإضافية لعبور الحدود. وستؤثر زيادة تكاليف التجارة على وجه الخصوص على الزراعة والسلع الغذائية والمنسوجات، ومن المحتمل أن تؤثر قرارات تخزين سلع معينة على تدفق التجارة، وقد يكون لها تأثير على الأسعار العالمية.

- ستكون اقتصاديات الأسواق الصاعدة والبلدان النامية التي تعتمد على السلع الأولية من أشد البلدان عرضة للآثار الاقتصادية للجائحة، فعلاوة على الخسائر الصحية والبشرية التي قد تتعرض لها هذه البلدان، فإن آثار الركود الاقتصادي العالمي، وتراجع الطلب على الصادرات، وتعطل سلاسل التوريد ستضر كلها باقتصاديات هذه البلدان. الجدول التالي يلخص توقعات صندوق النقد الدولي بشأن نمو حجم التجارة العالمية تحت تأثير جائحة (كوفيد 19)[1].

المطلب الثاني: جائحة كورونا والتحول نحو التجارة الإلكترونية ومؤشرات تطورها

الفرع الأول: جائحة كورونا والتحول نحو التجارة الإلكترونية

لقد أثرت الجائحة على مستوى التجارة العالمية فحسب الدراسات فإن 52 بالمائة من الأفراد يتجنبون التسوق المباشر خوفا من الازدحام والاحتكاك المباشر مع الأفراد خاصة في الأماكن المغلقة، وقد أثرت أيضا على مختلف المنتجات وبدرجات متفاوتة حسب طبيعة المنتج ودرجة أهميته بالنسبة للمستهلك، هذا ما جعل المستهلك يتجه إلى الحصول على حاجياته بالاعتماد على تطبيقات التجارة الإلكترونية المختلفة.

وما ساهم في نمو التجارة الإلكترونية وزيادة الطلب على تطبيقات تكنولوجيا المعلومات هو توجه المستهلكين والشركات إلى تخزين الإمدادات الطبية المعقمات وأقنعة الوجه والضروريات المنزلية ورق الحمامات والمواد الغذائية غير القابلة للتلف، وبالتزامن مع إجراءات العزل المنزلي،

[1]– ILO, (7april 2020), monitor 2nd edition: covid-19 and the world of work, updated estimates and analysis.

فقد اضطر الكل لتلبية طلباتهم بالاعتماد على التجارة الإلكترونية، ونظرا لتشابك الأنشطة التجارية وتعقد سلاسل التوريد فإن التحول إلى عمليات البيع عبر الأنترنت يعتمد على نشاط التوزيع وتوافر الخدمات ولكن مع تعطيل المؤسسات المنتجة من طرف الحكومات فقط تأثر حجم التجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ في بداية الجائحة، كذلك توقف مختلف وسائل النقل البرية والبحرية والجوية وبالتالي توقف سلاسل التوريد العالمية ساهم في تفاقم الأزمة وتراجعت مداخيل التجارة الإلكترونية أيضا[1].

ومع خروج المستهلكين من هوس تخزين المنتجات وعودة المؤسسات الإنتاجية للعمل عن بعد، تغير الوضع وبشكل غير متوقع فبعد أن خسرت بعض مواقع التجارة الإلكترونية العالمية أسهمها في بداية الجائحة كموقع أمازون وموقع على بابا الصيني، إلا أنها تعافت بسرعة وانتعشت بشكل غير مسبوق، وارتفعت مداخيل التجارة الإلكترونية في العديد من الشركات الافتراضية والمتاجر مثل متجر Wall mart الذي ارتفعت مداخيله عبر الأنترنت بمقدار 74 بالمائة كما ارتفعت مداخيل متاجر الوساطة الإلكترونية مثل Google الذي قام بتحديث خاصية التواصل بين الأشخاص في وقت واحد وأصبح Facebook يسمح بالتواصل بين 44 شخص في آن واحد، وبالتالي فهو ينافس تطبيق Zoom، وبعدما تعزز الطلب على التجارة الإلكترونية واستخدام الحوسبة السحابية "Cload" فقد انتعش نشاط المتاجر والشركات الإلكترونية وساعدها في التوجه نحو التوسع واكتساح العالم واختراق حصص سوقية أكبر، وأدى نجاح العديد من المتاجر الإلكترونية خلال الأزمة إلى زيادة كبيرة في مداخيلها، وسجلت المواقع الكبرى للتسوق الإلكتروني زيادة في الطلبات في وقت انتقل المستهلكون في ظل الحجر الصحي إلى شراء المواد الضرورية عبر الأنترنت[2].

من هنا نقول إن الجائحة أكدت أن التجارة الإلكترونية هي الحل الأنسب والأصح للخروج من الأزمات والتصدي لها، وهو الحل الأمثل الذي لجأت له الدول لمواجهة تداعيات الأزمة والتعافي منها، والتي أثبتت فعاليتها وأهميتها في مجال التجارة والتسوق ووصول المستهلكين إلى السلع الأساسية والضرورية دون اللجوء للاحتكاك مع الغير تماشيا مع البروتوكول لصحي وما فرضته الجائحة على الاقتصاد العالمي.

[1] World trade organization, trade and the covid-19 pendamic, 2020,P 02
[2] IDEM, P 03

الفرع الثاني: مؤشرات تطور التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا

في هذا الفرع سنحاول التطرق إلى تطور مداخيل التجارة الإلكترونية في مختلف الدول التي عرفت نمو ملحوظا في إطار المنافسة واكتساح الأسواق الإلكترونية في خضم الجائحة.

من أبرز مؤشرات التسوق العالمي خلال الربع الأول لعام 2020 في العالم تتضمن[1]:

✓ **ارتفاع الطلب على التجارة الإلكترونية مع انحصار الحركة في المتاجر التقليدية:**

سجلت مبيعات التجارة الإلكترونية نمو بمعدل 20% في الربع الأول من العام 2020 مقارنة بمعدل 12% وزيادة في إنفاق المتسوقين بمعدل 4%، ارتفاع متوسط مبلغ إنفاق المتسوق لكل زيارة)، ومن المتوقع استمرار هذا التوجه للنمو مع تركيز الشركات أكثر على التجارة الإلكترونية.

✓ تحول مشتريات السلع الرئيسية إلى التسوق الرقمي تسببت سياسات التباعد الاجتماعي والتزام المنازل في ارتفاع الطلب على عدد من السلع الرئيسية عبر متاجر التسوق الرقمي والتجارة الإلكترونية، بما في ذلك المنتجات المواد الغذائية، والعناية الشخصية، والعديد من غيرها، ومع التزام السكان حول العالم بالبقاء في منازلهم في الفترة ما بين 10 مارس وحتى 20 مارس سجلت مبيعات هذه السلع الرئيسية ارتفاعا بمعدل 200% وحافظت على ارتفاعها في الربع الأول من العام.

✓ التسليم من المتاجر يوفر مزيدا من الأمان والمرونة للمستهلكين: تتيح بعض مواقع التسوق الإلكترونية إمكانية الشراء عبر الموقع ومن ثم استلام المنتجات من المتاجر التقليدية، وهو ما أسهم في نمو إيرادات المبيعات الإلكترونية بمعدل 27% في الربع الأول، مقارنة بنمو 13% فقط للمواقع التي لم توفر هذا الخيار للتسليم، ففي الفترة ما بين 10 مارس وحتى 20 مارس سجلت إيرادات المبيعات الرقمية التي وفرت خيار التسليم من المتاجر نموا بمعدل 92% سواء كان التسليم على رصيف الطريق، أو التسليم في السيارة، أو عبر منصات التسليم أثناء القيادة، أو حتى الاستلام من المتاجر، مقارنة بنمو لم يتجاوز 19% للمواقع الإلكترونية التي لم توفر خيارات مماثلة.

[1] أسماء بوضياف،" الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020/2019 ص42

الجدول (03): توقعات نمو مداخيل التجارة الإلكترونية عالميا (2017 إلى 2023) (تريليون دولار أمريكي)

السنة	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
نسبة النمو	–	%22.9	%20.7	%15	%17.1	%15.6	%14.9
حجم المداخيل	2.35 محقق	2.9 محقق	3.5 محقق	4.025 (المحققة السداسي الأول من 2020 بلغ 3.931)	4.71 محقق	5.44 محقق	6.25 محقق

من خلال الجدول نلاحظ أن مداخيل التجارة الإلكترونية في تزايد مستمر خلال السنوات المحققة 2.55 – 2.9 – 3.5 بين السنوات 2017، 2018 و2019 وقد كان من المتوقع أن تحقق التجارة الإلكترونية مداخيل تقدر بـ 6.25 تريليون دولار أمريكي إلى غاية سنة 2023، ونلاحظ أن القيمة الحقيقية لمداخيل التجارة الإلكترونية بلغت 3.931 ترليون دولار أمريكي خلال السداسي الأول 2020 بارتفاع قدر بـ 0.98 ترليون دولار أمريكي مقارنة مع السداسي الأول من السنة 2019، وارتفاع في المداخيل خلال السداسي الثاني لسنة 2020 قدرت ب 0.094 تريليون دولار أمريكي، وخلال السنة 2021 تم تحقيق مداخيل بما يقارب 4.71 تريليون دولار أمريكي بنسبة نمو قدرت ب 17.1% وهو ما يؤكد توجه المنظومات نحو التجارة الإلكترونية والاعتماد عليها.

ويشير الجدول الموالي إلى نمو مبيعات التجارة الإلكترونية حسب المناطق الجغرافي في العالم.

الجدول (04): مبيعات التجارة الإلكترونية حسب المناطق الجغرافية في العالم (بليون دولار أمريكي).

المنطقة	آسيا والمحيط الهادي	أمريكا الشمالية واللاتينية	أوروبا	الشرق الأوسط وإفريقيا
حجم التجارة الإلكترونية 2020	2.448.3	832.63	591.230	41.56
حجم التجارة الإلكترونية 2019	2.336.27	678.67	528.43	34.49
نسبة النمو	%4.47	%18.49	%10.62	%17.01

من خلال الجدول نلاحظ أن دول آسيا والمحيط الهادي تتصدر القائمة من حيث حجم المبيعات، المنطقة تقود نمو التجارة الإلكترونية العالمية، متجاوزة جميع القارات الأخرى بمعدل نمو سنوي 25% أو 2.271 تريليون دولار أمريكي، وهو ما يمثل 62.55% من التجارة الإلكترونية العالمية.

أما دول أمريكا الشمالية واللاتينية فتأتي في المرتبة الثانية بلغت مبيعات تجارة التجزئة عبر الإنترنت 832.63 بليون دولار أمريكي أي ما يمثل 21.27% من إجمالي المبيعات خلال السداسي الثاني لهذه السنة، وتضم المنطقة كل من كندا والولايات المتحدة الأمريكية كأحد عمالقة التجارة الإلكترونية، وتحت قيادة عمالقة التجارة الإلكترونية Ebay وAmazon أما بالنسبة لدول أوروبا تأتي في المرتبة الثالثة من حيث حجم مبيعات التجارة الإلكترونية في العالم حيث بلغت مبيعات التجارة الإلكترونية في المنطقة 591.230 بنسبة 15.10 بالمائة وطبعا المنطقة تضم كبريات الدول الرائدة في هذا المجال وتحتل مراتب متقدمة حسب الترتيب العالمي وهنا نشير إلى كل من بريطانيا ألمانيا وفرنسا ثم باقي دول القارة.

أما المرتبة الرابعة الشرق الأوسط ودول إفريقيا حيث بلغت إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونية خلال الجائحة 91.56 بليون دولار أمريكي أي ما يمثل نسبة 1.06 بالمائة، رغم أنه

رقم ضئيل مقارنة بالدول الأخرى إلا أنه ينبغي التوجه لتطوير هذا القطاع أكثر للتفادي وجود فجوة بين دول العالم والاستفادة منه أكثر.

المبحث الثاني

تأثير جائحة كورنا على الدفع والتسويق الإلكتروني

حتمية لابد منها. اتسعت مجالات التجارة الإلكترونية فشملت جل مجالات التجارة من بيع وشراء، واعتمدت في ذلك على وسائل الدفع الإلكتروني باعتبارها سهلت عملية المبادلات في وقت قصير وبأقل تكلفة خاصة في ظل وباء كورونا، حيث كانت لوسائل الدفع المتاحة في الجزائر أهمية كبيرة في ظل إجراءات الحجر الصحي والتباعد الجسدي للتقليل من انتقال العدوى، بالإضافة إلى دور التسويق الإلكتروني في ترويج السلع والخدمات عن بعد في شبكة الإنترنت، وهذا ما غير سلوك المواطنين بالتوجه نحوه والاعتماد عليه في ظل أزمة كوفيد 19، باعتباره الطريقة الأنجح لتفادي التجمعات البشرية واحترام تدابير التباعد الاجتماعي، فاللجوء إليه أصبح ضرورة حتمية.

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية

الدفع الإلكتروني هو عملية نقل معطيات من طرف إلى أخر، أومن نظام إلى آخر وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف وسيط (نظام المعالجة)، وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة الوسائل (الأدوات) الإلكترونية التي تصدرها البنوك ومؤسسات الائتمان، حيث أدت جائحة كورونا إلى توقف عجلة الاقتصاد وإعلان حالة الطوارئ في العديد من بلدان العالم، لاسيما في فرض إجراءات الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي وما رافقه من وقف لمختلف الأنشطة للحد من انتشار الفيروس، وفي ظل هذه الظروف قامت معظم البنوك في الدول بتوصية عملائها باستخدام الدفع الإلكتروني والذي سيتم توضيحه فيما يلي مع الإشارة إليه في ظل جائحة كورونا.

الفرع الأول: وسائل الدفع الإلكترونية

أولاً: وسيلة الدفع الإلكترونية: تطرق المشرع الجزائري لتعريف وسيلة الدفع من خلال نص المادة 6 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنها، كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أوعن بعد، عبر منظومة إلكترونية[1].

[1] المادة 6 قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

يمكننا تعريف وسائل الدفع الإلكترونية على أنها الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هو أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم كل عملياتها عن طريف التسديد الإلكتروني ولا وجود للحوالات والقطع النقدية.

وتعرّف أيضًا على أنها الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر شبكات الإنترنت[1].

ثانيًا: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

تعددت وسائل الدفع الإلكترونية واتخذت أشكالا ومتطلبات التجارة الإلكترونية وكذلك طبيعة المعاملات عبر شبكة الإنترنت نذكرهم فيما يلي:

1- **البطاقات البنكية:** حيث تعرف البطاقات البنكية على أنها "عبارة عن بطاقات مغناطسية تصدرها البنوك والمؤسسات المالية والتي تسمح لحاملها بتسديد ثمن المشتريات أو سحب الأموال من الماكينات الإلكترونية"، كما عرّفت على أنها "عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطسية بأبعاد قياسية معينة مدون عليها بيانات مرئية وغير مرئية تصدرها البنوك لملئها للتعامل بها بدلاً من حمل النقود"[2].

كما عرّفت المادة 543 مكرر 23 من القانون الجزائري بطاقة الدفع بنصها "تعتبر بطاقة الدفع كل بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانونا وتسمح لصاحبها بسحب أو تحويل الأموال"[3].

وهناك عدة أصناف لهذه البطاقات من أهمها:

أ- البطاقات الائتمانية:

عرفت بطاقة الائتمان بأنها «عبارة عن وسيلة حديثة للوفاء بالتزامات أبرزها البيئة، وطورتها التكنولوجيا الحديثة بحيث تتيح لحاملها استعمال الائتمان الممنوح له من البنك الذي أصدرها

---

[1] عماد الدين بركات، طيبي حورية، "وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، العدد 20، المجلد 1، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، جوان 2019 ص126، 127.

[2] بوبقلة غلام، موالكية عيدة، "واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر –دراسة حالة البنوك الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2020 ص 23.

[3] المادة 543 مكرر 23 القانون رقم 05–02 المؤرخ في 6 فبراير 2005.

أومن غيره حيث يمنح البنك لحامل هذه البطاقة اعتمادًا ماليًا مسقف على مقداره يسمح له بشراء احتياجاته في حدود"[1].

ب- البطاقات غير الائتمانية:

وهذه البطاقات لا تسمح لصاحبها بعملية الدفع أو التسوية لمستحقاته إلا إذا توفرت فعليًا على الأموال المقابلة لعملية التسوية وبالتالي فهي لا تمنح أي ائتمان أو قرض.

2- **النقود الإلكترونية:** وهي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتشير النقود الإلكترونية إلى سلسلة الأرقام الإلكترونية التي تستخدم للتعبير عن قيم معينة، وتحظى بقبول واسع من غير مقام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة.

وتعرّف أيضا بأنها: قيمة نقدية للعملة تصدر بشكل إلكتروني مخزنة على وسيلة إلكترونية في شكل أرقام رمزية ذات قيمة معينة ومختلفة[2].

3- **الشيك الإلكتروني:** الشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية مؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك حاملها ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الإنترنت أو شبكات الاتصال الأخرى ليقوم المصرف أولاً بتحويل قيمه الشيك النقدية إلى حساب الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك أو إعادته إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على انه تم صرف الشيك فعلا، كما يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه[3].

---

[1] عبد الكريم، احمد عثمان، أحكام البطاقات الائتمانية في القانون والآراء الفقهية الإسلامية، دار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية 2007، ص26.

[2] بوتفلة غلام، موالكية عيدة، مرجع سابق، بتصرف.

[3] داوي إبراهيم – جعيو محمد اقبال، التجارة الإلكترونية ومدى تطورها في ظل جائحة كورونا دراسة حالة شركتي ALIBABA-AMAZON، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2021-2022، ص26

4- التحويلات المالية والإلكترونية:

يقصد بنظام التحويلات المالية عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونيًا، من حساب بنكي إلى آخر وتنفذ عمليات التحويل المالي الإلكتروني عن طريق غرفة المقاصة الآلية.

ونظام التحويلات المالية الإلكترونية يعد مجموعة من القواعد والإجراءات المعتمدة من تحويل الأموال عبر البنوك الإلكترونية أو بنوك الإنترنت المرخص لها القيام بهذه العملية، وعملية التحويل هذه حتمًا تكون مبررة بمعاملات تجارية ومن خصائصها ضمان الأمان وأكثر مصداقية للمتعاملين، إضافة إلى اختصار الزمن ووفرة الجهد والتكلفة، واليسر في التعامل بفعل قابلية للتجزئة بفعل توزيع مبلغ مستند على أكثر مستفيد على غرار الشيك[1].

ثالثًا: أهمية وسائل الدفع الإلكترونية

تكمن أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في عدة نقاط نذكر منها:

- تمتاز وسائل الدفع الإلكتروني بتسهيل وتيسير عملية الشراء والتعاملات المالية ومنحه الأمان وربح الوقت.
- هي وسيلة لضبط المصاريف والحساب والسرعة في التنفيذ.
- تيسير الحياة على الناس، والسحب الفوري للنقود من أجهزة الصرف الآلي في أي مكان في العالم والأمان على أمواله من أي اعتداء أو سطو.
- تنظيم الدفع حيث يتم في وقت ويضمن الوفاء.
- هناك أكثر أمان وأقوى ضمان لحقوق البائع من البطاقات البنكية ووسائل الدفع بصفة عامة، ذلك أن الشركة المصدرة لها تضمن وصول حقوق البائعين وتحققت البطاقة للتاجر الذي يقبل التعامل بها[2].

منافع الدفع الإلكتروني: يتوفر الدفع الإلكتروني على جملة من المنافع أهمها:

- جلب أكبر عدد من الزبائن.

---

[1] طاهير نادية، "الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا"، الجزائر نموذجا، مجلة المنهل الاقتصادي مخبر رأس المال البشري والأداء، العدد 2، المجلد 04، جامعة الجزائر3، الجزائر أكتوبر، 2021، ص11.

[2] رزمة خضرة، سعودي منار، أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في زمن كورونا، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مخبر الاقتصاد الأخضر وقانون الأعمال، المجلد 11، العدد 02، جامعة الجزائر 1 (الجزائر) 2022 ص667.

- الاستفادة من حملات الدعاية التي يقوم بها المصدر للبطاقة.
- رفع نسبة مبيعاته على نحو أكبر منه لو كان البيع نقدا.
- أكثر أمان للتاجر من النقود التي تجعله محل طمع أو اعتداء للمجرمين.
- تقليل استعمال المستندات، كالنماذج الورقية والشيكات حيث يتم الاعتماد على الدعائم الإلكترونية كالشريط المغناطيسي والقرص الممغنط وغيرها من الوسائل المادية[1].

الفرع الثاني: نطاق الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا

أنعشت جائحة كورونا معاملات الدفع الإلكتروني، وذلك مع رغبة الزبائن في تجنب استخدام النقود التقليدية والتي كانت إحدى وسائل انتقال العدوى وفى ظل الظروف الصعبة التي عاشتها الجزائر دعا بريد الجزائر مستخدمي البطاقة الذهبية إلى استخدامها في دفع الفواتير عن طريق الإنترنت وسحب الأموال عن طريق الموزعات الآلية، حيث قام بالإضافة إلى البنوك الوطنية بتركيب أجهزة الدفع الإلكتروني لدى التجار مجانا، مع التسهيل في إجراءات الحصول على البطاقات الذهبية.

وأطلق البريد الجزائري خدمة جديدة للدفع الذاتي أطلق عليه "بريد الجزائر" عبر تطبيق الهاتف "بريدي موب" التي تسمح لحاملي البطاقة الذهبية ببرمجة الأموال من حساب بريدي جاري إلى حسابات بريدية أخرى.

والبطاقة الذهبية يمكن تعريفها على أنها بطاقة خصم صادرة من بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمان الدولية تحمل الرسم البياني لبريد الجزائر، ويمكن لحاملها أن يجري مختلف العمليات الخاصة بالخدمات بواسطتها لعملية سحب الأموال مثلا، عمليات دفع الأموال عبر نهائيات الدفع الإلكتروني، دفع الفواتير عبر الإنترنت، تحويل الأموال من حساب لأخر الاطلاع على الحساب البريدي الجاري[2].

من الملاحظ أن جائحة فيروس كورونا ساهمت في تسريع التحول إلى منصات الدفع الإلكتروني وأظهرت قيمتهم الجوهرية التي لم تكن موجودة في ظل وسائل الدفع التقليدية، باعتبار أن عمليات الدفع الإلكتروني تتم دون الاحتكاك بين الأفراد مما يساهم في التقليل من خطر

[1] رزمة خضرة، سعودي منار، مرجع سابق ص668.

[2] بن طبولة شيماء، مرعي شيماء، مرجع سابق، ص71.

الإصابة لفيروس كورونا وكذا التقليل من الاكتظاظ في الوكالات البنكية وقد كانت البطاقة الذهبية في الجزائر أولى وسائل الدفع الأكثر تداولاً خاصة مع إجراءات الحجر المنزلي التي فرضتها وزارة الصحة منذ بداية الجائحة[1].

وأشارت الدراسات إلى أن الزيادة في اعتماد الدفع الإلكتروني لاسيما الدفع عبر الإنترنت في ظل هذه الجائحة والقيود الصحية المفروضة قد يؤدي إما إلى إحداث تغيير إيجابي على المدى الطويل وتبني الدفع الإلكتروني بطريقة إيجابية لأن التجربة تؤدي إلى إدراك المزايا، أو قد يكون اللجوء له في ظل الجائحة فقط إلى اتجاه عابر وسينتهي على المدى القريب، لأن ومع عمليات الدفع المتاحة سجلت نسب التعامل بالنقود المعدنية في ظل الجائحة أكثر من النقود الإلكترونية ولذا يلزم مراقبة وتسيير عمليات الدفع الإلكتروني والحرص على العمل بها وإعطائها الحماية القانونية الكافية نظرا للأخطار التي تواجهها سواء من طرف حامل البطاقة أو مصدرها أو المورد الإلكتروني، أو الصعوبات التي يجدها المواطن في استعمالها فمثلا البطاقة الذهبية الكثير لا يلجأ إليها لأنهم لا يحسنون استخدامها خاصة اذا ما توجب عليهم القيام بعملية تسديد الثمن بأنفسهم عن طريق إدخال البطاقة داخل جهاز الدفع وإتمام العملية دون وجود موظف يساعدهم على ذلك مما يجعلهم يفضلون الطرق التقليدية خوفا من أي خطأ في إدخال الأرقام يجعلهم يخسرون أموالهم التي لا يمكن استردادها طالما أنهم هم من باشروا العملية[2].

نستنتج أنه في ظل الظروف الاستثنائية التي تعيشها البلاد والعالم كافة لمواجهة جائحة كورونا تظهر الحاجة إلى مواكبة تكنولوجيا المعلومات والاتصال وطرح خدمات إلكترونية جديدة وحديثة للحفاظ على الصحة العامة وتحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي، بالإضافة إلى سن القوانين والتشريعات التي تحمي عمليات الدفع الإلكتروني لضمان استمراريتها.

---

[1] حمادي ايمن، زيتوني زينب ودردور وفاء، أثر جائحة كورونا على التطور استخدام الدفع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2021/2020ص12.

[2] رشا مقدم وأحلام مقدم، "تحديات استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا كوفيد 19، البطاقة الذهبية نموذجا، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 06، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، جوان 2021 ص82.

المطلب الثاني: التسويق الإلكتروني

يعد التسويق الإلكتروني مستقبل التسويق في ظل أزمة كورونا بحيث ساهم كوفيد 19 بتغيير طرق بيع وشراء الخدمات والمنتجات ومع فرض الإجراءات الوقائية مثل غلق المحلات والعديد من الأنشطة الاقتصادية والتجارية توجه المستهلكون لاقتناء حاجياتهم للتسوق الإلكتروني وعليه سنتطرق في هذا المطلب مفهوم التسويق الإلكتروني في (الفرع الأول) والتسويق الإلكتروني في ظل جائحة كورونا في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني

1- تعريف التسويق الإلكتروني:

هناك عدة تعاريف للتسويق الإلكتروني نذكر منها:

التسويق الإلكتروني هو عملية الإنشاء والمحافظة على علاقات من خلال الأنشطة الإلكترونية مباشرة بهدف تسهيل تبادل الأفكار والمنتجات والخدمات التي تحقق أهداف الطرفين[1].

كما يعرف أيضًا على أنه: "تسويق عادي لكنه يوظف أو يعتمد أو يستخدم أو يسخر الإنترنت عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أهداف العملية التسويقية بشكل أكثر فعالية وبما يعزز القيمة المقدمة للمستهلك كما يعرف على أنه "إدارة التفاعل بين المؤسسة والعميل في فضاء البيئة الإلكترونية من أجل تحقيق المنافع المشتركة. والبيئة الافتراضية للتسويق الإلكتروني تعتمد بصورة أساسية على تكنولوجيا الإنترنت وعملية التسويق الإلكتروني لا تركز فقط على عمليات بيع المنتجات للعميل بل ترتكز أيضا على إدارة العلاقات بين المؤسسة من جانب والعميل وعناصر البيئة الداخلية والخارجية من جانب آخر[2].

مما سبق وتأسيسا على المفاهيم المتقدمة يمكن القول بأن التسويق الإلكتروني عبارة عن تسويق لمنتج سواء خدمة أو فكرة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة أو هو عملية بيع وشراء عبر شبكة الإنترنت.

---

[1] رحاب زغدي، فايزة عقون، التسويق الإلكتروني عبر الانستغرام، دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الشباب المستخدم، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانة، كلية العلوم الاجتماعية والإنساني، جامعة أم البواقي، 2020-2021 ص13.

[2] بن طبولة شيماء، مرعي شيماء، مرجع سابق، ص73

2- خصائص التسويق الإلكتروني:

يقوم التسويق الإلكتروني على عدة خصائص وهي:

- **القدرة على المخاطبة:** وهذه الخاصية مرتبطة بإمكانية تقديم زوار مواقع الإنترنت لمختلف المعلومات عن المنتجات التي يحتاجها ويرغبون ما قبل قيامهم بعملية الشراء. كما تجد أن العديد من المواقع تعمل على تشجيع الزوار على زيارتهم وتقليب صفحات الشبكة للتعرف على المعلومات التي تشجعهم لطلب المزيد من منتجاتها وتمكينهم من تكوين وجهات نظر تعرز تعاملهم مع الشركة عبر مواقعها على الإنترنت. وتمثل القدرة على المخاطبة المفهوم التسويقي الدقيق للتعامل مع الزبائن عبر مواقع الشبكة[1].
- **التفاعلية:** بمعني القدرة على مخاطبة وإرسال رسالة لفرد ما وتلقي إجابات ذلك الفرد التي تعبر عن حاجاتهم ورغباتهم، وهذا يعني إمكانية تحقيق تفاعل بين رجال التسويق والزبائن في الوقت الفعلي[2].
- **الذاكرة:** يقصد بها هنا قدرة الشركة على الدخول إلى قواعد البيانات المحتوية على معلومات الزبائن وحالات الشراء السابقة، واستخدامها لتقديم عروضها التسويقية لزبون معين[3].
- **الرقابة:** خاصية الرقابة في التسويق الإلكتروني مرتبطة بقدرة تنظيم المعلومات التي يشاهدها الزبون على الشبكة، وبهذا يكون المضمون الأساسي للرقابة هو جذب الزبائن وإثارة اهتمامهم والحفاظ عليهم دون انتقالهم إلى مواقع أخرى منافسة على الشبكة[4].
- **الرقمية:** وتعني استخدام الإنترنت في عرض المنتوج أو بعض منافعه بغض النظر على خصائصه المادية وبعبارة أخرى الرقمية في القدرة التأثيرية التي يخلقها الموقع لدى الزبائن لقبول الخصائص المميزة للمنتوج الرقمية. وكمثال على ذلك إتاحة الفرصة أمام الزبائن للدخول إلى

---

[1] رحاب زغدي، فايزة عقون، مرجع سابق، ص15

[2] حيتامة العيد، شيخاوي سهام، مطالي ليلى، " تأثير التسويق على سلوك المستهلك، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، العدد 02، جامعة جيجل مخبر أداة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل الحركة الاقتصادية الدولية، الجزائر 2020، ص89

[3] رحاب زغدي، فايزة عقون، مرجع سابق، ص15.

[4] بن طبولة شيماء، مرعي شيماء، مرجع سابق، ص75

مواقع الشركة لمعرفة ومراقبة طرق التعبئة المستمرة في منتجاتها منذ البدء حتى النهاية، وبالتالي تقديم المعلومات التي تحتاجونها في تكوين صورة محددة عن أعمال الشركة ومنتدانا[1].

- **خاصية أوتوماتيكية الوظائف التسويقية:** وخاصة الوظائف التي تتصف بالتكرار والقابلية للقياس الكمي مثل بحوث التسويق وتصميم المنتجات والمبيعات[2].

3- أهمية التسويق الإلكتروني:

- ✓ توسيع قاعدة العملاء نتيجة إمكانية الدخول اللحظي والدائم، فالموقع متاح للمتعاملين في أي وقت ومفتوح دائما على مدار الساعة طوال السنة[3].
- ✓ انخفاض التكلفة حيث تكمن أهمية استعمال الإنترنت في المجال التسويقي لتقليل الحاجة لطباعة وتوزيع المواد اللازمة لإجراء الاتصالات التسويقية.
- ✓ تهدف المؤسسات عبر التسويق الإلكتروني إلى تحسين الصورة الذهنية وتقديم الخدمات وتحسين العناية بالزبائن والعمل على بحث المستهلكين أفضل وخلق فرص عمل تسويقية جديدة[4].
- ✓ خلق ميزة تنافسية بين المؤسسات التي تقدم منتجات جديدة وفتح أسواق جديدة قبل منافسيها.
- ✓ إمكانية أكبر للاستفادة من خبرة ومساعدة ونصائح الخبراء والمختصين.
- ✓ استخدام رسائل تسويقية فعالة وجديدة لمحتويات الموقع الإلكتروني.
- ✓ جعل معلومات الأعمال في جاهزية دائمة.
- ✓ خدمة السوق المحلية حيث أن التسويق الإلكتروني يعتبر وسيلة لخدمة السوق المحلي.
- ✓ الإعلان عن جاهزية المواد في الوقت المناسب[5].

---

[1] حيتامة العيد، سهام شيخاوي، مرجع سابق، ص90

[2] طلبة مليكة، وبوحنيك هدى، أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل، دراسة حالة مؤسسة اوريدو للاتصالات، الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة العدد 02 المجلد 04، جامعة عمر تيلجدي الأغواط، الجزائر، أكتوبر 2021 ص316.

[3] د. مرزقلال إبراهيم، استراتيجية التسويق الإلكتروني للكتاب في الجزائر، دراسة تقييمية للمواقع الإلكترونية للناشرين، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009 ص31

[4] مرعي شيماء، بن طبولة شيماء، مرجع سابق، ص75

[5] رحاب زغدي، فايزة عقون، مرجع سابق، ص17

ومن خلال هذا نلاحظ أن أهمية التسويق الإلكتروني تكمن في توسيع السوق بسبب انخفاض تكاليفها وهذا من خلال طبيعة الأعمال وخدمة الزبائن والانفتاح في الأسواق العالمية وتوفير منتجات جديدة التي يمكن الوصول إليها عن طريق الإنترنت.

الفرع الثاني: التسويق الإلكتروني في ظل جائحة كورونا

نتيجة تفشي فيروس كورونا في مختلف دول العالم اتخذت الدول عدة إجراءات وقائية واحترازية لحماية الأفراد والاقتصاد حيث أن دول العالم قامت بغلق حدودها ومنع الرحلات ومختلف الموانئ والمطارات وهذا ما أدى إلى توقيف العديد من الأنشطة الاقتصادية وتأثر المستهلك من عدة جوانب سياسية، واقتصادية واجتماعية حيث أدى فرض الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي وتدابير الغلق التي شملت جميع المراكز إلى دفع المستهلكين إلى زيادة التسوق عبر الإنترنت واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بحيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع شيوعا واستخداما لما تتيحه من فرص للتواصل والحوار المباشر بين الطرفين، الأمر الذى دفع المسوقين والمنتجين إلى التفكير في تبني ظاهرة التسويق الإلكتروني عبر هذه المواقع للوصول إلى المستهلك[1].

ومن بين العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك والتي جعلته يتجه نحو التسويق الإلكتروني فرض الحجر الصحي من قبل الحكومة الجزائرية حيث أصدرت مرسوما تنفيذيا رقم 20-69 يتعلق بتدابير الوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا ومكافحته حيث تم فرض حجر على كامل الولايات الموبوءة وهذا ما أدى إلى ظهور القلق والهلع وسط المواطنين[2]. ودفعهم إلى اقتناء حاجياتهم بالتوجه إلى التسوق الإلكتروني الذي أثبت جدارته في هذه المرحلة التي مر بها العالم وأكد لمن تخوف منه سابقا أنه الحل السليم والطريقة الأنسب وبات التسوق الإلكتروني في عصر كورونا طريق آمنًا.

كما أدت جائحة كورونا إلى زيادة الطلب على المنتجات الإلكترونية عالميا ومحليًا عبر الإنترنت من خلال مواقع عالمية حيث أصبح الشراء والبيع الإلكتروني طبيعيا حتى بعد رفع الحجر الصحي والرجوع للحياة الطبيعية إلا الناس لم يتخلوا عن التسوق عبر الإنترنت، فالتسوق

---

[1] بن طبول شيماء، مرعي شيماء، مرجع سابق. بتصرف

[2] ساري أحلام ونور الدين قالقيل، التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا، مجلة الاقتصاد الصناعي، (حزراتك)، العدد 1، المجلد 11، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر ص665.

الإلكتروني يوفر الوقت والجهد واختيار أفضل المنتجات والخيارات بأرخص الأسعار لبناء ثقة بين الناس[1].

[1] ساري أحلام ونور الدين قالقيل، مرجع سابق، ص672.

خلاصة الفصل الثاني:

لقد تسببت جائحة كورونا في تطوير التجارة الإلكترونية، مما ادى الى النمو السريع في تكنولوجيا والإنتشار الكبير للإنترنت والهواتف النقالة في تطور التجارة الإلكترونية وهذا التطور زادت من وتيرته جائحة كورونا. حيث فرضت الجائحة الحضر (الإغلاق الكبير) الأمر الذي دفع المستهلكين للجوء الى التجارة الإلكترونية لتلبية جميع احتياجاتهم، هنا خرجت التجارة الإلكترونية في اطارها المحلي الى الدول وتوسعت ممارساتها في كل القطاعات التي بفضلها صار بإمكانها تسويق منتجاتها وابرام صفقاتها في العالم.

الخاتمة

لقد أكدت الجائحة أهمية التجارة الإلكترونية في العالم والجزائر وكيف أنها كانت الحل الأمثل لسيرورة الحياة اليومية للأفراد والشركات والحكومات على حد سواء، كما اتضح حليا كيف غيرت من ملامح التعاملات والعمل وطرق الدفع، فالكل يتجه نحو الإنترنت وما توفره من تطبيقات مساعدة في تصفح المواقع ومقارنة المنتجات والأسعار من المنزل أو المكتب والحصول على متطلباتهم من خلال التسليم الفوري للمنتج وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي استخلصناها من الدراسة:

- أن اقتصاد العالم تأثر بشكل كبير بفعل الجائحة وقد تضرر مختلف القطاعات الاقتصادية، سياحة، نقل، تجارة، ... ولا يتوقع أن يعاق بسرعة.
- أكدت الجائحة هشاشة الأنظمة التقليدية القائمة على النسق التقليدي وانه يجب إعادة النظر فيه والاعتماد على نظام قابل للتأقلم مع مختلف الأزمات واتضح جليا أن المعاملات الإلكترونية والعمل عن بعد هو الحل الأنجع في مثل هذه الأوقات.
- ساهمت التجارة الإلكترونية في منح فرص توظيف للأفراد الذين توقفت أنشطتهم بسبب الجائحة ومن هنا يتوقع أن تظهر وظائف جديدة في المستقبل.
- سعي الدولة لتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر التي لا تزال في المرحلة التجريبية.
- رغم تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الإلكترونية، الآن هناك مؤشرات على إمكانية تحسين القطاع، وآمال كبرى في انطلاق التجارة الإلكترونية، في حال تم توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الإنترنت.

المقترحات:

بالرغم من وجود الكثير من العوائق والتحديات التي تقف أمام تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن هناك آمال كبرى، حسب اعتقادنا في تخطي هذه العقبات واللحاق بركب الدول الأخرى في هذا المجال، ومن أهم التوصيات والمقترحات التي ينبغي النظر فيها والاهتمام بها هي:

- ✓ سن قوانين وأنظمة وتشريعات تسهل انتشار أعمال التجارة الإلكترونية، وذلك بإيجاد البنية التشريعية وتطوير الإطارات القانونية التي تعزز الثقة بالاقتصاد الشبكي، من خلال حماية

المستهلكين وتأمين الاتصالات الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، فالقوانين والتشريعات التي سنتها الجزائر لا تزال غير منسجمة مع متطلبات التجارة الفنية اللازمتين، للإشراك بفعالية في التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا.

- ✓ توفير البنية الأساسية للاتصالات ونشر خدمات الأنترنت وتخفيض تكلفة الاتصال للتسريع من التجارة الإلكترونية.
- ✓ تطوير نظام المدفوعات اللازمة للقيام بالعمليات المصرفية وإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة، وبأمان من خلال الوسائل الإلكترونية.
- ✓ نشر الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا، من خلال إبراز ما لها من فوائد ومزايا، وتعزيز الثقة من أجل استخدام وسائل الدفع الإلكترونية نتيجة احترام القوانين ولحماية المستهلك، وذلك من خلال تكثيف الاحتمالات التحسيسية وإجراء البحوث والدراسات المتعلقة بسبل الاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية.
- ✓ وضع خطة للحد من اتساع الفجوة الرقمية والتكنولوجية بين الجزائر وغربها من الدول، وتلبية المتطلبات الأساسية للتنمية التكنولوجية، نتيجة ظهور فجوة كبيرة بعد أزمه كورونا.
- ✓ تعزيز وتنمية الثقة بين المواطنين من جدية الخدمات والمنتجات التي تقدم شبكة الإنترنت مثل: التجارة الإلكترونية.
- ✓ وضع برامج دعم وتحفيز لمساعدة الأفراد والشركات للمشاركة في التجارة الإلكترونية بتنمية التدريب والخبرة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني ... الخ.
- ✓ المنافسة الافتراضية أصبحت حتمية في ظل الظروف الراهنة في الشركات الأكثر اعتمادًا على التجارة في أزمة كورونا.
- ✓ يجب العمل على تفعيل ممارسة التجارة الإلكترونية وسن قوانين دولية تحكم التجارة الإلكترونية الخارجية في الجزائر.
- ✓ العمل على تقليص الفجوة التكنولوجية بين الدول حتى لا يكون هناك عوائق أثناء ممارسة التجارة الإلكترونية.
- ✓ العمل على إدخال نظام العمل عن بعد تحسبًا لوقوع أزمات مستقبلية مثل وباء كورونا.
- ✓ كشفت الجائحة هشاشة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر ولذلك وجب إحداث تغيير جذري لها.

- ✓ الجائحة غيرت مبادئ اللعبة عبر الأنترنت، فالقدرة على تلبية حاجيات المستهلك المتزايدة والخدمات ذات الطابع الإلكتروني هي المستفيد الأكبر من هذه الجائحة بخلاف الشركات التقليدية.

ضرورة إعادة النظر في مشاريع تكنولوجيا المعلومات والبنية التحية للتجارة الإلكترونية في دول العالم الثالث والجزائر وفي هذا السياق نرى أن الجزائر من الدول التي يجب أن تعيد النظر في هذا.

قائمة المصادر والمراجع

أولا-المصادر:

1-النصوص القانونية:

1.قانون 05/02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 11.

2.قانون 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 28، 16 ماي 2018.

3.قانون 07/18 المؤرخ في 25 رمضان 1439 الموافق لـ 10 جوان 2018 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 02.

4.قانون 04/02 مؤرخ في 2004/06/23 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 41، الصادر في 27 جوان 2004.

ثانيا-المراجع:

1-الكتب:

1.ابراهيم العيساوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر،2003.

2.عبد الكريم، احمد عثمان، أحكام البطاقات الائتمانية في القانون والآراء الفقهية الإسلامية، دار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية 2007.

3.عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الطبعة الاولى، دار الجامعية، الإسكندرية، 2014.

4.محرم الحداد واخرون، نحو الاستراتيجية للاستفادة من التجارة الالكترونية في مصر، معهد التخطيط القومي، مصر، 2002.

2-الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ-أطروحات الدكتوراه:

1.بهولي فاتح، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل التشريع الجزائري، اطروحة دكتوراه، جامعة مولود مهري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2017.
2.مصطفى هنشور وسمية، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري المقارن، اطروحة دكتوراه جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016.2017.

ب-رسائل الماستر والماجستير:

1.أسماء بوضياف،" الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020/2019.
2.بوبقلة غلام، موالكية عيدة، "واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر-دراسة حالة البنوك الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2020.
3.بودور حسام وبومعزة رؤوف، واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل جائحة كورونا وآفاقها، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2021/2020.
4.حمادي ايمن، زيتوني زينب ودردور وفاء، أثر جائحة كورونا على التطور استخدام الدفع الإلكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2021/2020.
5.د. مرزقلال إبراهيم، استراتيجية التسويق الإلكتروني للكتاب في الجزائر، دراسة تقييمية للمواقع الإلكترونية للناشرين، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009.
6.داوي إبراهيم - جعيو محمد اقبال، التجارة الإلكترونية ومدى تطورها في ظل جائحة كورونا دراسة حالة شركتي ALIBABA-AMAZON، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2022-2021.
7.رحاب زغدي، فايزة عقون، التسويق الإلكتروني عبر الانستغرام، دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من الشباب المستخدم، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانة، كلية العلوم الاجتماعية والإنساني، جامعة أم البواقي، 2020-2021.

8.زينة وادفل، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2014_2015.
9.زينة وادفل، النظام القانوني للتجارة الالكترونية، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2014.2015.
10. صراع كريمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وادارة الاعمال، جامعة وهران الجزائر،2014.
11. عبد اللطيف الزاوي، التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2021_2022.
12. قرفي سامية وفاضل فهمية، "التجارة الالكترونية في ظل القانون 18/05"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، الجزائر 2018\2019.
13. مرعي شيماء، بن طبولة شيماء، "ممارسات التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي1945، الجزائر، سنة 2021\2022.

3-المجلات والمقالات:

1.ايمان بوقصة، مداخلة حول حماية جناية لحق المستهلك الإلكتروني في الإعلام في التشريع الجزائري، ملتقى وطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة8 ماي 1945 قالمة، يوم2018/10/8.
2.بوراس بودالية، "واقع التجارة الالكترونية في الجزائر"، جامعة بلحاج شعيب، عين تيموشنت، الجزائر، مارس2021.

3.حسين جفالي، الحماية القانونية من الإشهار التجاري الإلكتروني في التجارة الإلكترونية، مجلة أكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة العربي التبسي، الجزائر، العدد 01، دون سنة.
4.حسين جفالي، مداخلة حول الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجار الإلكتروني غير المرغوب فيه في التشريع الجزائري، ملتقى وطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة8 ماي1945 قالمة، يوم2018/10/08.
5.حنان مسكين، الحاج بن احمد، التزام العون الاقتصادي بالقانون كوسيلة لضمان شفافية الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 12، العدد 2، 2020.
6.حيتامة العيد، شيخاوي سهام، مطالي ليلى، " تأثير التسويق على سلوك المستهلك، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، العدد 02، جامعة جيجل مخبر أداة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل الحركة الاقتصادية الدولية، الجزائر 2020.
7.رباحي احمد، الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية العدد10، جوان، 2013.
8.رزمة خضرة، سعودي منار، أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في زمن كورونا، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مخبر الاقتصاد الأخضر وقانون الأعمال، المجلد 11، العدد 02، جامعة الجزائر 1 (الجزائر) 2022.
9.رشا مقدم وأحلام مقدم، "تحديات استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا كوفيد 19، البطاقة الذهبية نموذجا، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 06، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، جوان 2021.
10. زاري رفيق، باقسام مريم وطهراوي حسان، الضمانات القانونية للمستهلك في القانون 05.18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 2، المجلد7، جامعة سوق أهراس، الجزائر، جوان2020.
11. ساري أحلام ونور الدين قالقيل، التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا، مجلة الاقتصاد الصناعي، (حزراتك)، العدد 1، المجلد 11، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.

12. سلسبيل بن سماعيل، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية 2، 2017.
13. الصادق، بالعبيدي رافع، التزامات المورد الإلكتروني على ضوء قانون التجارة الإلكترونية رقم05.18 مخبر القانون والتنمية المحلية، جامعة ادرار، الجزائر، سبتمبر 2020.
14. طاهير نادية، "الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا"، الجزائر نموذجا، مجلة المنهل الاقتصادي مخبر رأس المال البشري والأداء، العدد 2، المجلد 04، جامعة الجزائر3، الجزائر أكتوبر، 2021.
15. طلبة مليكة، وبوحنيك هدى، أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق القيمة المدركة للعميل، دراسة حالة مؤسسة اوريدو للاتصالات، الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة العدد 02 المجلد 04، جامعة عمر تيلجدي الأغواط، الجزائر، أكتوبر 2021.
16. عبدو بولعراس، بلغيت عمارة، إلتزامات المستهلك في العقد الإلكتروني، المجلة الأكادمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد الأول، المجلد السابع جامعة باجي مختار عنابة 2023.
17. عز الدين طباش، الحماية الجزائية للمعطيات الشخصية في التشريع الجزائري دراسة مقارنة في ظل القانون 07/18 المتعلقة بحماية الأشخاص، مجلة أكاديمية للحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، الجزائري، العدد02، 2018.
18. عماد الدين بركات، طيبي حورية، "وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، العدد 20، المجلد 1، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، جوان 2019.
19. فضيلة بوطورة ونوفل سمايلي، "التجارة الالكترونية بين ضرورة وفعالية الية حماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي"، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد01، المجلد9 جامعة الحاج لخضرباتنة1، الجزائر، جويلية، 2019.
20. قالية فيروز، التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون 18/05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية مجلة القانون والمجتمع، العدد 02 المجلد 08، جامعة احمد دراية، أدرار، الجزائر، 2020.
21. كمال بلارو، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني في ظل التشريع الجزائري، مجلة البحوث في العقود، جامعة الأخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، العدد 07، 2019.

22. لشهب حورية، النظام القانوني للتجارة الاكترونية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد23، 2011.
23. منيرة بن جدو، مداخلة حول جريمة عدم الفوترة على ضوء القانون05/18 يتعل بالتجارة الإلكترونية، ملتقى وطني حول الإطار القانوي لممارسة التجارة القانونية، كلية الحقو والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة8ماي1945 قالمة، يوم2018/10/8.
24. جرائم الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الجزائري للأمن والقيمة، جامعة تبسة، الجزائر، العدد02، المجلد09، 2020.
25. يحي التومي، الحماية التحليلية للمعطيات ذات طابع شخصي على ضوء قانون رقم07/18 دراسة تحليلية، مجلة الأستاذ الباحث للراسات القانونية، جامعة يحي فارس، الجزائر ' العدد02، المجلد ظن سنة2019.

4-المراجع الأجنبية:

1. Angelos Delivorias and Nicole Scholz, (February2020), Economic impact of epidemics and pandemics European parliamentary Research Service.
2. ILO, (7april 2020), monitor 2nd edition: covid-19 and the world of work, updated estimates and analysis.
3. World trade organization, trade and the covid-19 pendamic, 2020.

الفهرس

شكر وعرفان .....

إهداء .....ب

مقدمة ب1

الفصل الأول: واقع التجارة الإلكترونية قبل جائحة كورونا.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية **7**

المطلب الأول: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية 7

المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية 10

المبحث الثاني: اعتراف المشرع الجزائري بالتجارة الإلكترونية في ظل القانون 05.18 .. 14

المطلب الأول: التزامات أطراف التجارة الإلكترونية.....14

المطلب الثاني: جرائم وعقوبات التجارة الإلكترونية 19

خلاصة الفصل الأول: **37**

الفصل الثاني: تأثير انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) على التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: تطور التجارة الإلكترونية وتأثرها بالجائحة..... **40**

المطلب الأول: تأثير جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي.....40

المطلب الثاني: جائحة كورونا والتحول نحو التجارة الإلكترونية ومؤشرات تطورها 47

المبحث الثاني: تأثير جائحة كورنا على الدفع والتسويق الإلكتروني 53

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية 53

المطلب الثاني: التسويق الإلكتروني 59

خلاصة الفصل الثاني: 64

الخاتمة 65

قائمة المصادر والمراجع 68

الفهرس 74

الملخص 76

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز تأثير فيروس كورونا المستجد(كوفيد 19) على تطور التجارة الإلكترونية، بحيث أصبحت هذه الأخيرة حلا مثيلا وبديلا حتميا في ظل الظروف التي مر بها العالم أثناء الجائحة، بالرغم من انتشارها إلا أن نموها ظل بطيئا خاصة في بعض الدول التي لاتزال ثقافة استخدامها ضعيفة فيها، ومع ظروف الحجر المنزلي والتدابير الاحترازية التي قيدت حركة الأفراد كان لهذا الفضل في رد الاعتبار للتجارة الإلكترونية، هذا بالإضافة إلى قانون 05/18 الذي حدد معالمها الأساسية وشروطها والتزامات أطرافها، كما أنه كان للدفع الإلكتروني أهمية كبيرة حيث ساهم في التباعد الاجتماعي، وعدم الاختلاط، كما أن للتسويق الإلكتروني الفضل أيضًا في الترويج لمختلف السلع والخدمات وتقديمها للمستهلك دون عناء وجهد بطرق آمنة ومضمونة وهذا لتجنب انتقال العدوى وانتشارها.

الكلمات المفتاحية: جائحة كورونا، التجارة الإلكترونية، الدفع الإلكتروني، قانون05/18، المستهلك الإلكتروني.

ABSTRACT

This study aimed to highlight the impact of the emerging corona virus (covid 19) on the development of electronic commerce, which is became a perfect solution and an inevitable alternative under the condition that the world went throught during the pandemic, and despite its spread its grouth has been slow, especially in some countries whose use culture is still weak, and the quarantine conditions and the precantionary measures that restricted the movment of individuals, this was the credit for rehabilitating electronic commerce in addition to the low 18\05 which defined its basic features and conditions and the obligations of great importance, as it contributed to ensuring social distancing and non-mixing, electronic marketing also had a great deal in promoting goods and services and presenting them to the consumer without trouble and effort in safe secure ways to avoid transmission and spread of infection.

Key words: Corona pendamic, electronic commerce, electronic payment, low18/05, electronic consumer.