

الملتقى الوطني المنظم من طرف كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية حول:

« دور التجارة الإلكترونية في دعم نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر »

استمارة المشاركة

اسم ولقب المشارك الأول: ربيعة خلافي

الدرجة العلمية: أستاذة محاضرة قسم "أ"

الوظيفة: أستاذ جامعي

جامعة الانتماء: جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر (كلية العلوم الاقتصادية، التجارية والتسيير)

البريد الإلكتروني: khelafi.rabia@univ-mascara.dz / khelafirabia@yahoo.fr

رقم الهاتف: 0552470634

اسم ولقب المشارك الثاني: بشري رحموني

الدرجة العلمية: طالبة دكتوراه

جامعة الانتماء: جامعة محمد بن أحمد وهران 2

البريد الإلكتروني: rahmouni.bouchra@univ-oran2.dz

محور المشاركة:

المحور الرابع (رقم 04) بعنوان: " الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية في الجزائر (الوضع التشريعي للتجارة

الإلكترونية في الجزائر وحماية المستهلك)"

عنوان المداخلة:

" التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر في سياق قانون 05-18 "

" التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر في سياق قانون 05-18 "

« Legal regulation of electronic commerce in Algeria in the context of
law 18-05 »

د. خلافي ربيعة

أستاذة محاضرة قسم "أ"، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، وعلوم التسيير، جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر -

الجزائر -، khelafi.rabia@univ-mascara.dz

ط. رحموني بشرى

طالبة دكتوراه بجامعة محمد بن أحمد وهران2، - الجزائر -، rahmouni.bouchra@univ-oran2.dz

الملخص:

لقد بلغت التجارة الإلكترونية درجات عالية في انتشارها في أغلب دول العالم الغربية منها وحتى العربية، وقبل الدول دأبت الهيئات العالمية والمنظمات الدولية على وضع أطر قانونية لتنظيم التجارة الإلكترونية، وذلك بخلاف الجزائر التي بقيت متأخرة في ذلك خاصة فيما يتعلق بالتشريع القانوني لمثل هذه الممارسات، بالرغم من أهميتها للانتقال إلى الاقتصاد الرقمي. إذ تستهدف هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على مختلف الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الإلكترونية من خلال تحديد ضوابط وشروط لممارستها مع استحداث إدارة إلكترونية في المجال التجاري تقوم على تكريس هذه التقنيات الإلكترونية في المعاملات التجارية. كما خلصت هذه الدراسة أن الوضع الحالي يستدعي على المتعاملين بالتجارة الإلكترونية أن يكونوا واعين بحجم المخاطر الناتجة عنها، وذلك من خلال تفعيل التشريع التنظيمي لهذا النوع من الممارسات ناهيك عن إخضاعها للرقابة من قبل الجهات المختصة شأنها شأن الأنشطة التقليدية، وذلك بهدف تعزيز الثقة والائتمان التجاريين والمحافظة على حقوق المستهلك الإلكتروني.

كلمات مفتاحية:

التجارة الإلكترونية، الفاتورة الإلكترونية، التوثيق والتصديق الإلكترونيين، العقد التجاري الإلكتروني، القانون الجزائري.

Abstract:

Electronic commerce has reached a high prevalence in most of the world's Western and Arab countries. Before the world's bodies and international organizations have established legal frameworks to regulate electronic commerce, unlike Algeria, which has lagged behind, especially with regard to the legal legislation on such practices, despite their importance for the transition to the digital economy. This paper aims to highlight various procedures that allow for the security of electronic commerce by establishing controls and conditions to be exercised while developing e-business management based on the enshrinement of such electronic technologies in commercial transactions. This study also concluded that the current situation requires e-commerce operators to be aware of the magnitude of the risks resulting therefrom, through the activation of regulatory legislation for this type of practice, not to mention being controlled by the competent authorities like traditional activities, with a view to enhancing commercial trust and credit and preserving e-consumer rights.

Keywords:

Electronic commerce, electronic invoice, electronic authentication and certification, electronic commercial contract, Algerian law.

مقدمة:

ساهم التطور التكنولوجي الذي شهده العالم اليوم في مجال الاتصالات والمعلومات إلى انتشار ما يسمى بالنهضة الرقمية، حيث لم تقتصر على دخول التقنيات الحديثة على عالم المال والأعمال، بل امتدت إلى مختلف مجالات الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء. ونتيجة لذلك عرفت العمليات التعاقدية مجموعة من التغييرات التي مست نظامها وبنيتها القانونية فظهرت التجارة الإلكترونية، باعتبارها النوع الجديد من التعاملات الاقتصادية وإحدى الركائز والأساليب الأكثر شيوعا واستخداما في عمليات الشراء والبيع للسلع والخدمات.

فلا يخفى علينا أن التجارة الإلكترونية بلغت درجات عالية في انتشارها ونتائجها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية، التي بدأت تخطو خطوات مهمة كالإمارات، السعودية، الأردن وتونس، وقبل الدول دأبت الهيئات العالمية والمنظمات الدولية على وضع أطر قانونية لتنظيم التجارة الإلكترونية كلجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي التي أصدرت الدليل التشريعي لقانون الأونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية بقرار الجمعية العامة رقم 162/51 المؤرخ في 1996/12/16، وقد استمر اصدر هذه اللجنة لعدة قوانين أخرى سواء سنة 2005 وكذا 2017 المتعلق بالسجلات الإلكترونية القابلة للتحويل (آمال مشني، 2018، ص ص 247، 248).

والجدير بالذكر في نفس السياق أن التجارة الإلكترونية كانت منتشرة في الجزائر بالموازاة مع التجارة العادية، لكنها تفتقد للتنظيم حتى صدر القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المؤرخ في 2018/05/10، المنشور في الجريدة الرسمية العدد رقم 28، الصادرة بتاريخ 2018/05/16. حيث اعتبر بمثابة الانطلاقة القانونية لاعتماد التجارة الإلكترونية وملاذا لخروج القانونيين من الحلقة المفرغة التي كانوا فيها، وما انجز عن ذلك من لزوم الرجوع إلى أحكام القواعد العامة المقررة في القانون المدني والتجاري لحل المنازعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية .

على هذا الأساس تنبثق أهمية هذه الدراسة من أهمية التجارة الإلكترونية في حد ذاتها، باعتبارها أصبحت مطلبا تنمويا لاقتصاديات الدول وتنوعها في إطار مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي. فلا يزال الاقتصاد الرقمي في الجزائر مراحلها الأولى، رغم ما يملك من فرص كبيرة للنجاح بامتلاكه لإمكانيات كبيرة قابلة للتطوير بوجود أكثر من 22 مليون جزائري متصل بالإنترنت وتبني السلطات المعنية للجيل الثالث والرابع، قصد تمكين المواطن من أن يكون جزءا فاعلا في العالم الرقمي.

كما تستهدف هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على مختلف الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الإلكترونية من خلال تحديد ضوابط وشروط لممارستها مع استحداث إدارة إلكترونية في المجال التجاري تقوم على تكريس هذه التقنيات الإلكترونية في المعاملات التجارية .

لذلك فإن الإشكال الجوهرى الذى يتمحور حوله هذه المداخلة يتجلى أساسا فيما يلى: ما مدى نجاح التجربة

الجزائرية فى تنظيم التجارة الإلكترونية فى الجزائر على ضوء الأطر المستجدة التى استحدثها قانون 05-18؟

فى سبيل الإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا على المنهج الوصفى التحليلى للوقوف على ما تضمنه القانون 18-05 من مختلف القواعد العامة التى تحكم التجارة الإلكترونية فى الجزائر، حيث ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى قسمين، نتناول فى المحور الأول الاستراتيجية الجزائرية لقانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05، لنعرض فى المحور الثانى إلى مظاهر تطبيق الأسلوب الإلكتروني فى المعاملات التجارية فى الجزائر

المحور الأول: الاستراتيجية الجزائرية لقانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05.

بعد المجال التجارى من أكثر القطاعات استجابة للابتكار التكنولوجى واستخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة، التى أسفر عنها تحول فى نمط التفكير وأسلوب الإنتاج والاستهلاك على حد سواء. وقد استتبع ذلك أيضا تغييرات فى قواعد المعاملات التجارية بظهور التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة

هذا وقد تضمن القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أربعة أبواب تحدد الإطار القانونى لهذا النوع من التجارة فى الجزائر والحماية اللازمة لأطرافها، لنستخلص من ذلك خصوصية هذه البيئة الإلكترونية من خلال أساسيات قيام المعاملة التجارية الإلكترونية (أولا) وكذا بالنظر إلى الشروط القانونية لممارستها من جهة أخرى (ثانيا)

أولاً: أساسيات قيام المعاملة التجارية الإلكترونية

إلى جانب تحديد المقصود بالتجارة الإلكترونية وفق ما تملّيه المادة السادسة (06) من القانون رقم 18-05، التى تعنى النشاط الذى يقوم بموجبه مورد إلكترونى باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكترونى عن طريق الاتصالات الإلكترونية، وضح المشرع الجزائرى أطراف وركائز المعاملة الإلكترونية، حيث عرف كل من العقد التجارى الإلكتروني و المستهلك الإلكتروني إضافة إلى المورد الإلكتروني سنحاول إيضاحها وفق الفروع التالية:

1- العقد التجارى الإلكتروني:

لا يخفى علينا أن التجارة الإلكترونية لا يمكن أن تتم إلا فى إطار عقود تبرم بين المتعاملين بها و التبادل الإلكتروني تسمى بعقد التجارة الإلكترونية. وقد أورد القانون الجزائرى تعريفا للعقد التجارى الإلكتروني استنادا إلى المادة 06 فى فقرتها الثانية من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بقولها: "هو العقد الذى يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني".

وبذلك فإن هذا النوع من العقود يختلف عن مفهوم العقود العادية كونها تتم بين أطرافها عن بعد بوسائل إلكترونية بداية من إبرامها إلى تنفيذها. وتتميز هذه العقود بسمة تفاعلية التى تسمح بوجود افتراضى للمتعاقدین وإجراء حوار مفتوح وشامل بينهما حول بنود العقد وكيفية تنفيذه. وإن كانت عقود التجارة الإلكترونية عبارة عن عقود إذعان، كون المهني يملئ شروط المتعلقة بعرض منتوجه من سلع وخدمات وما على المشتري سوى القبول بشروط الموضوعة من قبله، إلا أنها تجيز للمشتري مراجعة بنود العقد وتعديله بعد التفاوض مع المهني (وسيلة بوحية، 2020، ص 27).

كما جاء في نص المادة 10 من قانون 18-05 السالف الذكر أنه يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني. كما أوجب المشرع أن يتضمن العقد الإلكتروني على المعلومات التي أكدت عليها المادة 13 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، حيث تشمل ما يلي:

- الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات

- شروط وكيفيات التسليم

- شروط فسخ العقد الإلكتروني وشروط كيفيات الدفع وكيفيات إعادة المنتج وكيفية معالجة الشكاوى بالإضافة إلى الشروط والكيفيات التي تتعلق بالبيع بالتجريب عند الحاجة، الحاجة القضائية المختصة ومدة العقد حسب الحالة.

2- المستهلك الإلكتروني:

بما أننا بصدد عقود إلكترونية فإن المستهلك تتغير تسميته ويسمى في إطار هذه العقود ب"المستهلك الإلكتروني" كونه يحصل على السلع والخدمات بوسائل إلكترونية خاصة عن طريق شبكة الأنترنت والمستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك في العقود التقليدية ويتمتع بنفس الحقوق التي يتمتع بها المستهلك العادي مع الأخذ بعين الاعتبار القواعد الخاصة بعقود التجارة الإلكترونية كونها عقود تبرم عن بعد بين المتعاقدين.

ويلاحظ أن القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري قد عرّف المستهلك الإلكتروني بعد أن وضع المشرع الجزائري المقصود بالتجارة الإلكترونية والتي سائر فيها ما هو متعارف عليه في مختلف التشريعات المقارنة في الفقرة الثالثة من المادة السادسة بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعبء أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

ولا يخفى علينا أن طلب المنتج أو الخدمة من المستهلك يمر بخطوات إجبارية وهي:

- وضع الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني، حيث قرر المشرع حماية المستهلك في العقود كافة والعقود الإلكترونية بصفة خاصة وذلك راجع لحالة الضعف التي تسيطر عليه أثناء التعاقد، بالإضافة إلى التباين بين المهني أو المورد الذي يقدم السلعة أو الخدمة باعتباره الطرف الأقوى الذي يفرض شروطه على المستهلك.

- التحقق من تفاصيل الطلبية لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة والسعر الإجمالي والوحدوي وكذا الكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة وقد عرفت الفقرة السابعة (07) من المادة السادسة (06) من القانون الطلبية المسبقة على أنها: "تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني

على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج في المخزون."

- تأكيد الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل العقد، حيث حددت المادة 12 من نفس القانون أيضا المعلومات الإلزامية التي يجب احتواؤها في العقد الإلكتروني لاسيما الشكل الكتابي الإلكتروني ودون المساس بحق المستهلك الإلكتروني في

التعويض ، مع إمكانية المورد الإلكتروني إرجاع الثمن في حالة دفعه قبل توفر المنتج في المخزون حسبما قضت به
الفقرة الثالثة (03) من المادة 15 من القانون 18-05.

- كما أكدت المادة 16 أن المستهلك الإلكتروني ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه.

3- المورد الإلكتروني:

لا تكتمل الحلقة أو المعاملة التجارية الإلكترونية دون الإشارة إلى المورد الإلكتروني، باعتباره هو الطرف الثاني أي
هو المتعاقد أو مقدم الخدمة في البيئة الرقمية، الذي تختلف تسميته بين الدول من "المهني" أو "المحترف". أما بالنسبة للمشرع
الجزائري فقد أخذ بتسمية "المورد" في القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية بمقتضى المادة 04 في فقرتها الرابعة من القانون 18-
05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وعرفه بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح ، توفير السلع أو الخدمات
عن طريق الاتصالات الإلكترونية

ومن ثم نستنتج من هذا التعريف بأن المورد الإلكتروني يشترط فيه توافر عنصران: يتمثل الأول في القيام بعرض السلع
والخدمات، ويتمثل الثاني في ممارسة نشاطه التجاري الذي يتميز بالاحترافية والدراية الكافية بالمنتج وكيفية استعماله والمخاطر
الناجمة عن ذلك. ومن الممكن أن يكون المنتج نفسه أو التاجر، كما من الممكن أن يكون شخصا طبيعيا أو اعتباريا له موقع
إلكتروني معتمد من طرف الجهات الرسمية المعنية و يعرض خدماته على الشبكة العنكبوتية.

وقد رتب قانون 18-05 عدة واجبات يلتزم بها المورد الإلكتروني باعتباره مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك عن
حسن تنفيذ الاتفاق، كما يترتب على كل بيع لمنتج أو تأدية خدمة إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني تسلم إلى المستهلك
الإلكتروني. وفي مقابل ذلك يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك الإلكتروني توقيع وصل استلام عند التسليم
الفعلي للمنتج أو تأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني، فلا يمكن لهذا الأخير رفض التوقيع، كما تسلم نسخة وجوبا
للمستهلك الإلكتروني وفقا لنص المادة 17 من القانون 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

ثانيا: الشروط القانونية لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

لم يكتف المشرع الجزائري بإبراز أطراف العلاقة التجارية وتحديد المقصود بالبيئة التجارية الإلكترونية ضمن الباب
الأول الذي تضمن الأحكام العامة، بل أفرد في الفصل الثاني من القانون 18-05 الإشارة إلى الشروط الواجب اتباعها
لممارسة التجارة الإلكترونية وهذا لأجل تنظيم هذا النوع من التجارة التي يكون فيها المستهلك عرضة للغش والاحتيال مقارنة
مع التجارة العادية.

ولعل أهم هذه الشروط التي تضمنها قانون التجارة الإلكترونية الجزائري في المادة 08 ما يلي:

1- ضرورة تسجيل نشاط التجارة الإلكترونية في سجل تجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة:

يعتبر القيد في السجل التجاري أحد أهم الالتزامات الملقة على عاتق التاجر(راجع بن زارع، 2014، ص 09)، وقد أكد
المشرع الجزائري بموجب قانون التجارة الإلكترونية على ضرورة تقييد المورد الإلكتروني بهذا الالتزام. وقد قام المركز الوطني للسجل
التجاري منذ بداية جوان 2014 بدمج ضمن مستخرج السجل التجاري رمز مؤمن، يسمح بتأمين مستخرج السجل

التجاري وإثبات مصداقيته وكذا المراقبة على الخط. حيث تتم قراءة الرمز المؤمن بواسطة قارئ السجل التجاري الإلكتروني وهو عبارة عن تطبيق يثبت على الأجهزة المزودة بنظام التقاط الصورة سواء كانت هواتف ذكية أو لوحات إلكترونية. إذ يمكن لهذا القارئ من قراءة وإثبات المعلومات الخاصة بالسجل التجاري، ويدخل في إطار التهيئة القانونية والواقعية لنشط التجارة الإلكترونية(عباس فريد، 2020، ص 80، 81).

ومن خلال البحث البسيط في الموقع الرسمي للمركز الوطني للسجل التجاري على الأنترنت نجد أنه تم حصر وتسجيل حملة من الموردين الإلكترونيين حماية للمستهلك الإلكتروني من المواقع والصفحات الوهمية، وذلك من خلال بيانات محددة تشمل ما يلي: رقم المورد الإلكتروني وتاريخ التسجيل، واسم النطاق ومثال ذلك نذكر: 20E00003 ، 2020/01/19، MZABAUTO.COM.DZ أنوال انترناسيونال للاستيراد والتصدير.

وفي مقابل ذلك إذا ما اقترح شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر بتوفير سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري فهنا يتم التعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق من طرف الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزير التجارة وبقى تعليق هذا الموقع ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته طبقا للمادة 42 من قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

ونفس الشيء بالنسبة للحرفي سواء كان شخص طبيعيا أو معنويا يرغب في ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية يجب عليه تسجيل هذا النشاط في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حتى تكون ممارسته لنشاطه مشروعة وفي إطار القانون، غير أن ما يعاب على المشرع الجزائري أنه لم يحدد جزاء في حالة إذا مارس حرفي نشاط التجارة الإلكترونية دون التسجيل المسبق في سجل الصناعات التقليدية والحرفية.

وتجدر الإشارة أنه إذا تبين للمركز الوطني للسجل التجاري أن المورد الإلكتروني قد استوفى الشروط الموضوعية والتزم بالشروط الشكلية المطلوبة للممارسة التجارة الإلكترونية، فإن المركز يقوم بإدخال هذا المورد ضمن بطاقة وطنية كلفه المشرع بإنشائها تضم كل الموردين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية والموجودين عبر التراب الوطني، مع ضرورة نشرها في البوابة الإلكترونية للمركز عبر قاعدة بيانات لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني(أسعيد تباني، 2020، ص 95)، والذي من شأنه تحقيق مبدأ الشفافية في التعاملات التجارية الإلكترونية، بما تمثله من إطار مرجعي للدولة الجزائرية لضبط السوق الافتراضية.

2- نشر نشاط التجارة الإلكترونية في موقع إلكتروني أو صفحة الكترونية:

ربط المشرع الجزائري ممارسة التجارة الإلكترونية بإجراء شكلي آخر وفقا لأحكام المادة 08 من القانون 18-05 وهو ضرورة نشر المورد الإلكتروني لموقع أو صفحة إلكترونية على وسيلة وحيدة من وسائل الاتصال التكنولوجية وهي الأنترنت فقط مستضاف في الجزائر بامتداد com / dz (رحيمة بوزفاس، 2017، ص 76، 78). وهو ما يظهر أن هناك تعارض واضح مع نص المادة 06 من نفس القانون والتي تربط نشاط التجارة الإلكترونية بوسائل الاتصال الأخرى الإلكترونية وما توفره من عدة خدمات عبر الشبكة العالمية العنكبوتية وعدم اقتصرها على خدمة الأنترنت.

ويقصد بصفحة ويب أو نت أو صفحة على شبكة الأنترنت وثيقة أو مورد للمعلومات التي تكون مناسبة لشبكة الويب العالمية ويمكن الوصول إليها من خلال متصفح الويب وعرضها على شاشة كمبيوتر أو جهاز يخول ذلك. حيث يشترط لإنشاء صفحة ويب تقديم طلب من محرر نص أو محرر متخصص في HTML من أجل تحميل صفحة الويب التي أنشأت لخدم الويب كما يطلب بروتوكول FTP، أما ما يتعلق بعناصرها فهي مجموعة من المعلومات المقدمة بشكل نصي أو غير نصي على هيئة صور أو فيديو هات(عصام عبد الفتاح مطر، 2015، ص 41).

أما بالنسبة للموقع الإلكتروني فهو يشكل مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات من جهة ما أو مؤسسة ما بحيث يكون الوصول إليه، وهو بذلك غير محدد بزمن ومكان وله عنوان فريد محدد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الأنترنت(محمد مصطفى حسين، 2010، ص 38).

ولعل أهم تقسيم للمواقع الإلكترونية هو تقسيمها إلى مواقع تجارية ذات صبغة إخبارية بالنظر إلى انتشار التكنولوجيا الإعلام والاتصال وكثرة التعامل الإلكتروني يكون الغرض منها جلب المستهلك ولفت انتباهه لمعينة السلعة أو التعرف على الخدمة للتعامل فيها مستقبلا(رامي شريم، 2007، ص 112، 115). وقد أكد المشرع الجزائري على ضرورة أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته وكذا جديته وتمثل وفقا للمنظومة القانونية الجزائرية في أجهزة التوثيق ناهيك عن التسجيل كما سبق الإشارة إليه في المركز الوطني للسجل التجاري.

ويجدر بالمورد الإلكتروني بداية إنشاء الموقع أو الصفحة لبدء التعامل التجاري، وقد أوجز بعض الفقه أهم مراحل إنشاء الموقع الإلكتروني فيما يلي(محمد بن قينة، 2017، ص 192):

أ- معرفة الهدف من إنشاء الموقع: حيث يتم في هذه المرحلة تحديد محل العقد الذي سيتم التعامل عليه في المستقبل.

ب- معرفة الشريحة المستهدفة: فقد تختلف شكل الموقع بحسب الشريحة التي سيتم التعامل معها بحيث يمكن أن توجه لخدمة العامة أو تكون موجهة لشريحة محددة بسنها أو بالنظر لعملها أو تخصصها الدراسي مثلا.

ت- وضع خطة عمل: بدراسة الإمكانيات المتاحة والأهداف المسطرة لضمان استمرارية الموقع.

ث- تصميم الموقع: تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل التي تحدد نسبة نجاح الموقع مستقبلا، حيث يجب أن يوائم ويحقق جلب الزوار والمحافظة على استمرارية عودتهم إليه، لذا يجب أن تتوفر فيه(صونيا زحاف، 2022، ص 58):

➤ تصميم بسيط وواضح يمكن المستهلك الإلكتروني من إيجاد ما يحتاجه بسهولة.

➤ استخدام ألوان متناسقة والتقليل من عدد الألوان المستعملة قدر الإمكان.

➤ المحافظة على التنسيق الجيد لمحتوى الصفحات.

➤ توفير كل المعلومات اللازمة حول المورد الإلكتروني والسلعة أو الخدمة.

➤ مراعاة الشريحة المستهدفة في تصميم الموقع فلكل شريحة تفصيلاتها.

➤ توفير آليات الاتصال بإدارة الموقع.

➤ التركيز على خاصية التحميل السريع للولوج للموقع.

➤ عرض المعلومات اللازمة عن السلعة أو الخدمة.

➤ توفير طرق دفع متنوعة.

➤ تأمين الموقع من الاختراق، وذلك بالمحافظة على سرية معلومات العملاء والزبائن، ومن ثم فإن تصميم

المواقع يكون إما موقع من طرف المورد الإلكتروني نفسه أو اللجوء إلى مواقع مجانية تتيح ذلك مثاله موقع

yola.com أو الاستعانة بشركات متخصصة في هذا المجال.

ج- إدراج المحتوى أي المحل -السلعة أو الخدمة- بالطرق التي تتيح معاينته والتعرف على خصائصه.

ح- اختيار اسم النطاق وهو عنوان المتجر الإلكتروني.

خ- اختيار استضافة الموقع والتي تشكل من حواسيب مرتبطة بشبكة الأنترنت عند تحميل الموقع فيها، حتى يصبح

متاحا للجمهور لتفحصه(عباس فريد، سيف الدين رحالي، 2020، ص 82).

ثالثا: إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري

يجب على المورد الإلكتروني إيداع اسم نطاق نشاطه لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري، حتى

يمكنه مواصلة نشاط التجارة الإلكترونية، وذلك بعد قيامه بتسجيل اسم النطاق على المستوى الوطني في الهيئة المختصة بذلك

وهي المصلحة التابعة لمركز البحث في الإعلام العلمي، بحيث تمنح هذه الأخيرة الحماية لاسم النطاق طبقا لمبدأ الأسبقية في

التسجيل أي لمن بادر وسبق غيره في التسجيل(رحيمة بونزفاس، 2017، ص 55).

والجدير بالذكر أن المشرع الجزائري قد عرف اسم النطاق في الفقرة الأخيرة من المادة 06 من قانون 05-18

المذكور سابقا، بقولها: "اسم النطاق: عبارة عن سلسلة أحرف و/ أو مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق

وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني."

المحور الثاني: مظاهر تطبيق الأسلوب الإلكتروني في المعاملات التجارية في الجزائر

استحدثت قانون 05-18 أساليب الكترونية في إطار عصنة الإدارة المنظمة للمعاملات التجارية وتقنين عقود

التجارة الإلكترونية، قصد تبسيط الإجراءات المتعلقة بممارسة الأعمال التجارية الإلكترونية، ناهيك عن ضمان حماية المستهلك

عبر الاتصال الإلكتروني والتي تشكل في مجموعها تطبيقا للإدارة الإلكترونية في المجال التجاري.

ولعل أهم الخدمات الإلكترونية التي تقدمها هذه الهيئات للمتعاملين في البيئة التجارية الرقمية في الجزائر، التي تتنوع

بين وضع بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين (المطلب الأول) واستحداث الفاتورة الإلكترونية تارة أخرى (المطلب الثاني)، دون

أن ننسى إنشاء نظام التوثيق أو التصديق الإلكترونيين (المطلب الثالث).

أولا: وضع بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين

تعتبر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين من أحد مظاهر تجسيد الإدارة الإلكترونية في الجزائر ، حيث تشكل وثيقة مرجعية مفصلة تضم مجموعة من المعلومات والبيانات عن الموردين الإلكترونيين المتواجدين عبر التراب الوطني الذين استوفوا الشروط القانونية المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، ينشئها المركز الوطني للسجل التجاري ويتولى نشرها لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني تطبيقا لنص المادة 09 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية .

وتتمتع البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين بعدة خصائص نوجزها كما يلي:

- أنها آلية توثيق معلوماتية تعتمد على قاعدة بيانات (أسعد تباني، عبد الحفيظ بقة، 2020، ص 96)، وهي تعد إجراء شكلي لمزاولة المورد الإلكتروني لنشاط التجارة الإلكترونية.

- أنها وسيلة إعلامية وعلمية وليست سرية، إذ كلف المركز الوطني للسجل التجاري بنشر البطاقة في بوابته الإلكترونية لتكون في متناول المستهلك الإلكتروني، لذا يحق لهذا الأخير والاطلاع على المعلومات والبيانات الخاصة بالموردين الإلكترونيين.

أما وسيلة منشئة للالتزامات القانونية المترتبة على ممارسة التجارة الإلكترونية، بحيث أن كل شخص منظم للبطاقة يحمل صفة المورد الإلكتروني، وبالتالي تترتب على الالتزامات الناشئة عن هذه الممارسة وعقوبات في حالة الإخلال بها وذلك بالرجوع إلى المواد من 37 إلى 48 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

- أنها وسيلة رقابة للموردين الإلكترونيين عند ممارستهم للتجارة الإلكترونية.

والجدير بالذكر في ذات السياق أن هذه البطاقة ليست مرجعا قياسيا يتسم بالثبات والجمود لتعداد عدد الموردين الإلكترونيين عبر التراب الوطني، فهي مرجع قابل للمراجعة والتحديث في كل الأوقات متى ظهر مورد إلكتروني جديد مستوفي لشروط ممارسة التجارة الإلكترونية.

وبناء على ذلك فإن البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين تقوم بعدة وظائف سواء ما تعلق منها بحماية المستهلك الإلكتروني، من خلال تسهيل اطلاعه على المعلومات والبيانات الخاصة بالموردين قبل إبرام العقد الإلكتروني (من حيث رقم المورد الإلكتروني، اسم نطاقه، تاريخ التسجيل، نوع المورد هل هو تاجر أو حرفي، اسم الشركة، رقم السجل التجاري، عنوانه، رقم الهاتف، البريد الإلكتروني). وكل هذا من شأنه إرساء جو من الثقة لدى المستهلك الإلكتروني في اقتنائه سلعة أو خدمة إلكترونية، ومن شأنه أن يفضي إلى تعميم وتطوير المبادلات الإلكترونية لاسيما الاقتصادية لتطوير الاقتصاد الرقمي في بلادنا. من جهة أخرى تعمل هذه البطاقة على حماية الهوية التجارية للمورد الإلكتروني نفسه على الخط، وتأمين تعاملاته التجارية الإلكترونية، وهذا من شأنه مكافحة التجارة الموازية وغير الشرعية عبر شبكة الأنترنت. ناهيك ضبط السوق الافتراضية، من خلال اعتبارها اطارا مرجعيا للدولة الجزائرية تسمح بإعطاء صورة كاملة عن تعداد الموردين الإلكترونيين الموجودين عبر التراب الوطني الجزائري. حيث تم إحصاء 25 مورد إلكتروني مسجل في البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين (www.sidjilcom.cnrc.dz).

ثانيا: استحداث الفاتورة الإلكترونية

ألزم المشرع الجزائري طبقا نص المادة 20 من القانون 18-05 على إلزام المورد الإلكتروني إعداد فاتورة إلكترونية تسلم للمستهلك الإلكتروني نتيجة كل بيع أو خدمة مقدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية. وهذا ما ينسجم مع المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المؤرخ في 2005/12/10 والمحدد لشروط تحرير الفاتورة، سند التحويل ووصول التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، المنشور في الجريدة الرسمية العدد رقم 80، الصادرة بتاريخ 2005/12/11، والذي أقر إمكانية استعمال الفاتورة الإلكترونية بنصها: "استثناء لأحكام هذا المرسوم، يسمح بتحرير الفاتورة وإرسالها عن طريق النقل الإلكتروني الذي يتمثل في نظام ارسال الفواتير المتضمن مجموع التجهيزات والأنظمة المعلوماتية التي تسمح لشخص أو أكثر بتبادل الفواتير عن بعد."

علما أن المادة 10 من القانون رقم 04-02، المؤرخ في 2004/06/23 والذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية العدد رقم 41، الصادرة بتاريخ 2004/06/27، نصت على وجوب ان يتم كل بيع أو تأدية خدمة بين الاعوان الاقتصاديين للممارسين للنشاطات المذكورة في المادة الثانية من نفس القانون مصحوبا بفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها أما بالنسبة للمستهلك كما قضت المادة 12 من نفس القانون على التزام مزدوج يقع على عاتق العون الاقتصادي سواء كان بائعا، منتجا، مستوردا أو حرفيا خاصا أو عموما، فهو ملزم بتسليم الفاتورة بالنسبة للمستهلك و الذي يعد ملزما بالمطالبة بها.

وبالتالي يمكننا القول أن المشرع الجزائري استدرك إشكالية الاعتراف القانوني بالوثيقة الإلكترونية ومن بينها الفاتورة الإلكترونية وخلص في المادة 323 مكرر1 من القانون 05-10، المؤرخ في 2005/06/20، المتضمن تعديل القانون المدني المعدل والمتمم، المنشور في الجريدة الرسمية العدد رقم 44، الصادرة بتاريخ 2005/06/26 إلى التساوي بين الفاتورة الإلكترونية والفاتورة العادية من حيث حجيتها القانونية (مولود قارة، 2016، ص 13، 14)، حيث جاء نصها كما يلي: "يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق، بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها".

والملاحظ أن المشرع لم يخص الفاتورة الإلكترونية ببيانات تميزها عن الفاتورة العادية، إذ أخضعها للتشريع و التنظيم المعمول بهما في التجارة التقليدية وبالخصوص المادة 30 في فقرتها الرابعة من القانون التجاري وكذا المرسوم التنفيذي رقم 90-85، المؤرخ في 1990/03/13 والمتعلق بأشكال الفوترة وشروطها، المنشور في الجريدة الرسمية العدد 11، الصادرة بتاريخ 1990/03/14 (عائشة بوعزم، 2014، ص 113، 114) وفقا لما جاء في الفقرة الثانية من المادة 20 من القانون 18-05، إلا أن طبيعة هذا المحرر باعتباره وثيقة قانونية محاسبية تجرنا للحديث عن التوقيع الإلكتروني والذي تضمنته المادة 327 من القانون المدني المعدل في سنة 2005 والتي نصت في فقرتها الثانية "...يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر1 أعلاه." حيث يلاحظ من خلالها أن المشرع الجزائري أخذ بالتوقيع الإلكتروني المؤمن (فضال جمال عبد الناصر، 2018، ص 12).

هذا وتنوع البيانات الواردة في الفاتورة العادية باعتبارها إلزامية بين بيانات تتعلق بالبائع و تتمثل في اسم الشخص الطبيعي ولقبه أما إذا كان الشخص معنويا فلا بد من تبيان تسمية الشخص المعنوي و عنوانه، مع وجوب الإشارة الى الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء، الشكل القانوني للعون الاقتصادي و طبيعة نشاطه، كما تجب الإشارة عند الاقتضاء لرأسمال الشركة. وتتضمن الفاتورة الى جانب البيانات السابقة رقم السجل التجاري، طريقة دفع الفاتورة و تاريخ تسديد وتحرير الفاتورة ورقم تسلسلها مع تعيين السلع المباعة وكمياتها أو الخدمات المقدمة وذلك حسبما قضت به المادة 03 في فقرتها الأولى من المرسوم رقم 468-05 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، مع وجوب احتواء الفاتورة على توقيع البائع.

بالإضافة إلى ذلك هناك بيانات مطلوبة متعلقة بـ المشتري أو متلقي الخدمة، فإذا كان مستهلكا تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وكذا عنوانه، كما تشمل اسم الشخص الطبيعي ولقبه، ناهيك عن وجوب ذكر تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري، الشكل القانوني وطبيعة نشاطه، مع الإشارة للعنوان ورقم الهاتف والفاكس و أيضا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء، دون ننسى إيراد رقم السجل التجاري ورقم التعريف الإحصائي وفقا لنص المادة 03 في فقرتها 17 من المرسوم رقم 468-05، الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك. و بالمقابل فإن المستهلك الإلكتروني مطالب بالتوقيع على وصل الاستلام عند تسليم المنتج فعليا أو تأدية الخدمة إلكترونيا وفقا لما جاء في المادة 17 من قانون التجارة الإلكترونية، مع احتفاظ هذا الأخير في حق الحصول على الفاتورة الورقية إذا تعلق الأمر بمعاملة إلكترونية في حال طالب هذا الأخير بذلك.

ثالثا: إنشاء نظام التوثيق أو التصديق الإلكترونيين

يقوم التصديق أو التوثيق الإلكتروني على فكرة إشراك طرف ثالث في المعاملة القانونية، كما هو الحال عليه بالنسبة لإشراك الموظف العمومي أو الضابط العمومي في بعض المعاملات والعقود في مجال العقود الإلكترونية بصفة عامة والتجارية بصفة خاصة. حيث نظمها بموجب القانون رقم 04-15، المؤرخ في 2015/02/01 والمحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، المنشور في الجريدة الرسمية العدد 06، الصادرة بتاريخ 2015/02/10.

إذ يقصد بهذا النظام جملة من الإجراءات الفنية المعقدة التي تتم عن طريق جهة معتمدة لغرض تثبيت الحرر الموقع إلكترونيا، خشية أن يتعرض للتلاعب أو التحريف وترسيم دقة ما يحمله من توقيعات وتأكيد نسبة التوقيع إلى من صدر عنه (شادي رمضان ابراهيم الطنطاوي، 2016، ص 324).

والملاحظ أن المشرع الجزائري لم يعرّف التصديق الإلكتروني ولكنه عرّف شهادة التصديق من خلال المادة 02 من القانون رقم 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، بأنها وثيقة في شكل إلكتروني تثبت الصلة بين بيانات التحقق من للتوقيع الإلكتروني والموقع.

فضلا على أنه اشترط لتأدية خدمات التصديق الإلكتروني شروط عامة وضعها المادة 02 منه تتمثل في وجود شخص سواء كان شخص طبيعي أو معنوي، بالإضافة إلى ضرورة الحصول على ترخيص مسبق من السلطة المختصة وفقا ما

نصت عليه المادة 33، أما عن الشروط الخاصة فقد نصت عليها المادة 34 والتي جاء نصها: "يجب على كل طالب ترخيص لتأدية خدمة التصديق الإلكتروني أن يستوفي الشروط الآتية:

- أن يكون خاضعا للقانون الجزائري للشخص المعنوي أو الجنسية الجزائري للشخص الطبيعي.

- أن يتمتع بقدرة مالية كافية

- أن يتمتع بمؤهلات وخبرة ثابتة في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال للشخص الطبيعي أو المسير للشخص

المعنوي

- ألا يكون قد سبق عليه الحكم في جناية أو جنحة تتنافى مع نشاط تأدية خدمات التصديق الإلكتروني.

- ضرورة توافر نظام تأمين وحماية البيانات."

كما يتبين لنا أن هناك جهتين مكلفتين بمنح شهادات التصديق الإلكتروني، الأولى تكون في شكل شخص معنوي فقط، تتكفل بإصدار شهادات التصديق الإلكتروني لفائدة المتدخلين في الفرع الحكومي فقط، وهو يخضع لرقابة السلطة الحكومية وقد نص القانون 04-15 بإنشائها لدى الوزير المكلف بالبريد والتكنولوجيا في الإعلام والاتصال، وهي سلطة تتمتع باستقلال مالي وشخصية معنوية تكلف بمتابعة ومراقبة نشاط التصديق الإلكتروني لفائدة المتدخلين في الفرع الحكومي (رتيبة تيفوتي، 2018، ص 81).

أما الجهة الثانية مؤدي الخدمات أو مزود الخدمات فيمكن أن يكون إما شخصا أو معنويا، وهو يخضع لرقابة السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني وذلك بالرجوع إلى نص المادة 29 من القانون 04-15 التي تعين سلطة ضبط لدى البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية كسلطة اقتصادية للتصديق الإلكتروني، مكلفة هي الأخرى بمتابعة ومراقبة خدمات التصديق والتوقيع الإلكتروني مقدمة لصالح الجمهور.

ولا يخفى علينا أن التصديق الإلكتروني يعد وسيلة آمنة، يمكن من خلاله يمكن والتأكد من صحة التوقيع الإلكتروني أو المحرر وذلك بنسبته إلى شخص معين، وعليه تعد مرحلة التصديق على التوقيع الإلكتروني من أهم المراحل وذلك بسبب قدرته على تأكيد صحة البيانات المتداولة إلكترونيا (مصطفى صحراوي، 2018، ص 98).

كما يكتسي التصديق الإلكتروني أهمية في تدعيم التوثيق، فهو يترتب فوائد بالنسبة للمتعاملين من خلال تقديم أفضل تأمين سواء تعلق الأمر بجودة المنتجات، أو الخدمات، أو حتى الخدمات الشخصية للمتعاقد وسلامة المعاملة، زيادة على ذلك فإنه يوفر حماية للبيانات من خلال تقديم أفضل تأمين سواء تعلق الأمر بجودة المنتجات، أو الخدمات، أو حتى الخدمات الشخصية للمتعاقد وسلامة المعاملة، زيادة على ذلك فإنه يوفر حماية للبيانات من خلال تحقيق أقصى درجة حماية للمستندات والتأكد من صحتها ومنع تزويرها (أمال بو بكر، 2018، ص 113، 114).

الخاتمة:

وكخلاصة لهذه الورقة البحثية توصلنا إلى أن الدراسة قد كشفت عن مجموعة من النتائج تتمثل فيما يلي:

- أن التجارة الإلكترونية هي المحرك الأساسي للاقتصاد العالمي، حيث أصبحت واقعا وملموسا يتعاظم دورها باستمرار بالنظر لتأثيرها الفعال على بيئة الأعمال.

- أن المستهلك الإلكتروني لا يفرق إلى حد الساعة بين المعاملات التي تخضع إلى القانون 18-05 وبين العروض التجارية على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، والتي لا تعتبر المعاملات المبرمة بشأنها عقودا إلكترونية في مفهوم هذا القانون وهذا ناتج عن نقص الثقافة والوعي القانوني.

- أن المورد يحتاج هو الآخر إلى حماية فعلية، لاسيما إذا كان الدفع عند التسليم، فأغلب شكاوى الموردين الإلكترونيين من حالات تأكيد الطلبية وتحديد موعد التسليم ثم غلق الهاتف أو وسيلة الاتصال عند وصول المورد إلى المكان المحدد.

- بعض النصوص القانونية الواردة في قانون التجارة الإلكترونية تحيل إلى النصوص التنظيمية التي لم تصدر بعد، وهذا من شأنه هز ثقة المستهلك في قانون التجارة الإلكترونية.

- إن اشتراط المشرع الجزائري خضوع التجارة الإلكترونية لنشر في موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت مستضاف في الجزائر بامتداد com.dz، من أجل توطين الخدمات التجارية الإلكترونية ولتسهيل مهمة أعوان الرقابة ويدل كذلك على عدم اعترافه بالبيع الإلكتروني الذي يتم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن وضع المشرع الجزائري للبطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين هو دليل على عصrone إدارة التجارة وآلية لفرض رقابة الدولة على المعاملات التجارية الإلكترونية وضبطها.

- أن الفاتورة الإلكترونية تحكمها نفس القواعد والمبادئ القانونية التقليدية، ومن ثم تكون لهذه الأخيرة ذات الفعالية التي تتمتع بها قرينتها التقليدية.

- يحقق التوقيع والتصديق الإلكترونيين حماية قانونية عند التعامل بالتجارة الإلكترونية، كونها تتميز بالخصوصية في الحفاظ على سرية بيانات المتعاملين إلكترونيا وتوفير الثقة بينهم وتمنعه بالحجية القانونية في الإثبات مثل التوقيع التقليدي وهذا بإصباح التصديق الإلكتروني عليه حيث لا غنى عنهما في كل تعامل إلكتروني.

- أن الوضع الحالي يستدعي على المتعاملين بالتجارة الإلكترونية أن يكونوا واعين بحجم المخاطر الناتجة عبر الاستفادة من تلك الخدمات، وذلك بمراعاتهم لضوابط السلامة والأمن.

ومن هذا المنطلق يمكن اقتراح بعض التوصيات التي نرى أهمية إدراجها في هذا الإطار تتجلى أهمها في:

- نشر الثقافة الإلكترونية من خلال تنظيم حملات تحسيسية وتوعوية عبر الوسائط المختلفة في شكل ملتقيات وندوات وأيام دراسية حول التجارة الإلكترونية وأهمية توظيف الأنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني، وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهيكل الوطنية والأجنبية.

- لا بد من مواصلة نَحج إدخال تعديلات وتتمتات على مضمون القانون 18-05، التي من شأنها تعزيز الثقة بالتجارة الإلكترونية وحماية المستهلكين ، لاسيما إعادة النظر في الجانب الردي لقانون التجارة الإلكترونية، لأن الغرامات المقررة هي مبالغ رمزية مقارنة بالثقة التي يجب أن تستند إلى المعاملات التجارية الإلكترونية.
- ضرورة إصدار نصوص تنظيمية لهذا القانون بما يساعد على تجسيده وتطبيقه دون مشاكل، لاسيما تلك المرتبطة بضمان احترام الحق في الخصوصية الرقمية وحقوق الملكية الفكرية، وكذا ما يتعلق بالبطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين، ناهيك وضع إطار قانوني ينظم الفاتورة الإلكترونية بالنظر لخصوصيتها من جهة، وما يمكن أن تساهم به كوعاء ضريبي وبالتبعة تحصيل الضريبة الناتجة عن ممارسة التجارة الإلكترونية.
- يجب إضفاء مزيد من الإجراءات لحماية التجار من القرصنة الإلكترونية، من خلال وضع وسائل تقنية لإثبات مدى صحة المواقع التجارية الإلكترونية للموردين الإلكترونيين وتأمينها، وكذا اخضاع التجارة الإلكترونية للرقابة من قبل وزارة التجارة شأنها شأن الأنشطة التقليدية. وذلك بهدف تعزيز الثقة والائتمان التجاريين والمحافظة على حقوق المستهلك الإلكتروني.
- وضع الأطر والضوابط القانونية من أجل المحافظة على أمن وسرية البيانات والمعلومات الشخصية للعملاء و حماية الخصوصية المعلوماتية بالإضافة إلى وجوب وضع نصوص في قانون العقوبات تجرم مختلف الطرق التقنية الاحتيالية التي تطال سرية البيانات والمعلومات الشخصية، باعتبار أن الأمن المعلوماتي أصبح اليوم من المستلزمات لتحقيق أمن الدولة بمفهومه الحديث.
- تعزيز جهود التعاون والاستفادة من التجارب الناجحة للدول الأخرى لا سيما العربية في مجال التجارة الإلكترونية، وذلك بإقامة تحالفات رقمية لتبادل الخبرات في هذا المجال.

قائمة المراجع:

1. آمال مشتي، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة البليدة2 لونييسي علي، العدد 01، المجلد 07، ماي 2018.
2. وسيلة بوحية، ضمانات حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية وفقا للتشريع الجزائري والقانون الدولي، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة خميس مليانة الجزائر، المجلد 11، العدد 01، الجزء 02، 2020.
3. رابح بن زارع، مبادئ القانون التجاري -نظرية الأعمال التجارية-، دار العلوم عنابة، الجزائر، 2014.
4. عباس فريد، سيف الدين رحالي، شروط ممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18-05، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المركز الجامعي مرسللي عبد الله تيبازة، المجلد 04، العدد 08، جانفي 2020.
5. أسعيد تباري، عبد الحفيظ بقة، ضوابط ممارسة التجارة الإلكترونية طبقا للقانون 18-05، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، جامعة الجليلي بونعامه خميس مليانة، المجلد 2، العدد 03، سبتمبر 2020.

6. رحيمة بوترفاس، حماية العلامة التجارية في المجال الإلكتروني، رسالة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، السنة الجامعية 2016-2017.
7. عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015.
8. محمد مصطفى حسين، تقييم جودة المواقع الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، المجلد 06، العدد 18، 2010.
9. رامي شريم، كيف نقيم موقعا الكترونيا، مجلة المعلوماتية، العدد 16، 2007.
10. محمد بن قينة، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة المناجير، المجلد 04، العدد 02، المدرسة التحضيرية للعلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، ديسمبر 2017.
11. صونيا زحاف، الممارسات التجارية الإلكترونية في ظل القانون 18-05 عرض تجارب مواقع رائدة في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي تبسة، المجلد 07، العدد 02، أفريل 2022.
12. موقع المركز الوطني للسجل التجاري www.sidjilcom.cnrc.dz.
13. مولود قارة، النظام القانوني للفاتورة الإلكترونية، مجلة بحوث، جامعة الجزائر 1، المجلد 10، العدد 02، ديسمبر 2016.
14. عائشة بوعزم، النظام القانوني للفاتورة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 01، العدد 01، مارس 2014.
15. فضال جمال عبد الناصر، الفاتورة الالكترونية، مداخلة قدمت ضمن فعاليات الندوة الوطنية الموسومة بحماية المستهلك الالكتروني المنظمة من قبل مخبر الحالة المدنية بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة خميس مليانة، المنعقد يوم 31 جانفي سنة 2018.
16. شادي رمضان ابراهيم الطنطاوي، النظام القانوني للتعاقد والتوقيع في إطار عقود التجارة الإلكترونية، ط01، مركز الدراسات العربية، مصر، 2016.
17. رتيبة تيفوتي، نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر الواقع والآفاق، مجلة دراسات، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية بالأغواط، العدد 02، 2018.
18. مصطفى صحراوي، الحماية الفنية والجزائية للتوقيع الإلكتروني على ضوء القانون 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين في النظام القانوني الجزائري، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد بوهرا، العدد 01، 2018/08/07.
19. أمال بو بكر، التصديق الإلكتروني في النظام القانوني الجزائري، مجلة الفكر للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة، العدد 03، 2018.